



# INFORME DE GESTIÓN *TURISMO BOGOTÁ:*

LOGROS DE IMPACTO 2024



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE  
**TURISMO**



## INTRODUCCIÓN

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

Este informe presenta un análisis detallado de los avances alcanzados, respaldados por cifras que reflejan el crecimiento y los desafíos del turismo en la capital colombiana.

### Crecimiento del turismo y conectividad

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

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

### Impacto económico y empleo

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

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

### Fortaleza en la oferta turística y la ocupación hotelera

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

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

### Gasto turístico y sostenibilidad

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

El consumo se distribuyó principalmente en alimentación, transporte y servicios culturales, destacando la importancia de la gastronomía y la oferta de experiencias culturales dentro de la dinámica turística de la ciudad.

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

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

## **HITOS DEL TURISMO EN BOGOTÁ 2024**

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

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

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

### **1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA CIUDAD**

#### **Bogotá: Construcción de una Identidad de Ciudad con Proyección Global**

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

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

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

## Impacto Mediático: Bogotá en la Agenda Internacional

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



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



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



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

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

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

Un Hito en la Construcción de la Marca Ciudad

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

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

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

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

## Impacto Internacional: Bogotá en los Principales Eventos Globales

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

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

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

### Resultados y Logros de la Estrategia de Posicionamiento de Marca Ciudad



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



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



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



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

## **Bogotá Ahora Tiene una Marca Ciudad Fuerte y Competitiva.**

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

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

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

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

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

### **Transformación Digital y Promoción Inteligente del Destino**

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

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

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

### **Objetivos de Visit Bogotá: Digitalización para la Competitividad del Turismo**

#### **Objetivo general:**

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

#### **Objetivos específicos:**

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

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

## Características y Funcionalidades de Visit Bogotá



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



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



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



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



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

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



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



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



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



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

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

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

## **Lanzamiento Estratégico y Posicionamiento Global de Visit Bogotá**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **3. LANZAMIENTO DE "CANDELARIA": EL PRIMER CHATBOT DE IA GENERATIVA PARA EL TURISMO EN BOGOTÁ**

### **Innovación y Transformación Digital en el Turismo de Bogotá**

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

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

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

## **Objetivos de "Candelaria": Inteligencia Artificial al Servicio del Turismo**

### **Objetivo general:**

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

### **Objetivos específicos:**

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

## **Características y Funcionalidades de "Candelaria"**

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



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



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



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



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



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

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

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



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



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



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

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

## Impacto de "Candelaria" en la Experiencia Turística de Bogotá



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



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



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

## Bogotá como Destino Turístico Inteligente (DTI)

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

Con esta herramienta, Bogotá:

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

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

## **Innovación y Digitalización al Servicio del Turismo**

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

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

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

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

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

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

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

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

### **Objetivos de la Inversión en Presupuestos Participativos para el Turismo**

#### **Objetivo general:**

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

#### **Objetivos específicos:**

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

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

## Impacto del Programa de Presupuestos Participativos en el Turismo Local



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



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



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



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

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

## La inversión permitirá en las Localidades

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

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

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

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

## **Una Bogotá más Inclusiva y Descentralizada en su Desarrollo Turístico**

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

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

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

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

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

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

### **Objetivos de la Recertificación como Destino Turístico Inteligente (DTI)**

#### **Objetivo general:**

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

## Objetivos específicos:

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

## Evaluación y Resultados de la Recertificación como DTI

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



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



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



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



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



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



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

## Impacto de la Recertificación como DTI en Bogotá



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



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



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



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

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

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

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

## **Bogotá, una Ciudad Inteligente y Competitiva en el Turismo Mundial**

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

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

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

## **2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

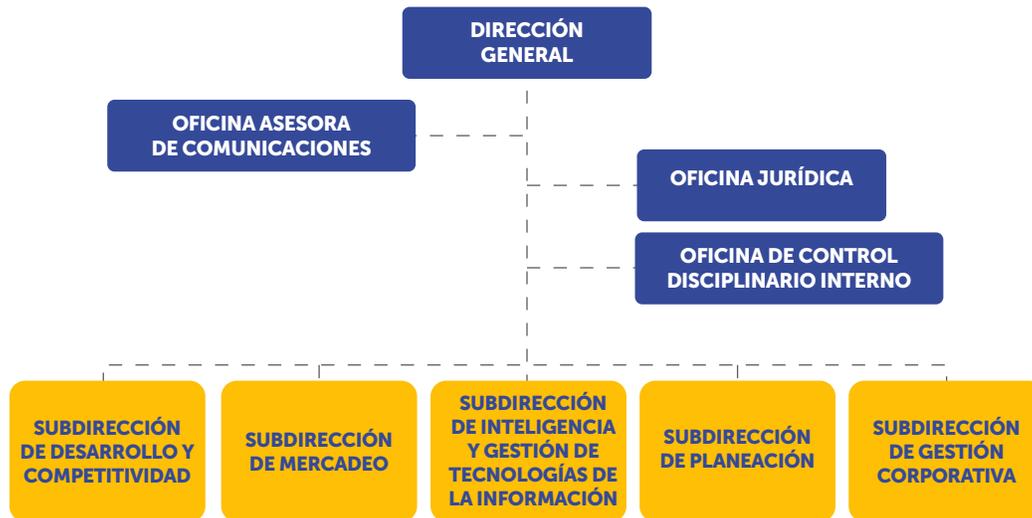
El Instituto Distrital de Turismo (IDT), es una entidad pública del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio. Está adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y fue creado mediante el Acuerdo 275 del 2007, con el objetivo de ejecutar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

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

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

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

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

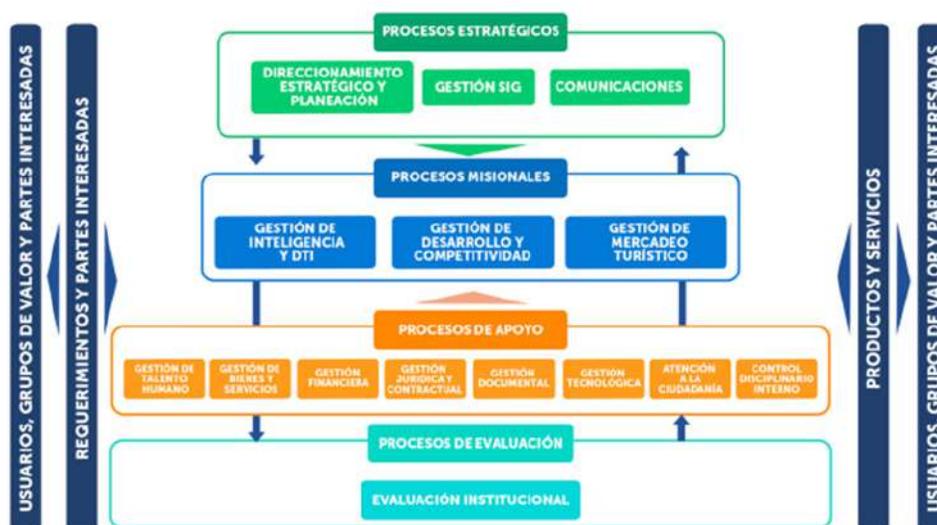


La planta de personal, establecida mediante el Acuerdo de Junta Directiva No. 09 de 2022, para atender las diferentes funciones relacionadas con la misionalidad institucional, está conformada por 90 empleos distribuidos de la siguiente manera: 74 de carrera administrativa, 15 de libre nombramiento y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

### 3. MAPA DE PROCESOS

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

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



## 4. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

### 4.1 PERIODO 2020-2024 – PRIMER SEMESTRE 2024

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

#### Misión

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

#### Visión

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

#### Valores Institucionales

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

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

#### Objetivos Estratégicos y de Calidad – Vigencia 2020-2024

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

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



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

## Misión

El Instituto Distrital de Turismo fortalece, promueve y posiciona a Bogotá como un destino turístico competitivo, sostenible, seguro, accesible e incluyente. Esto se logra mediante la formulación e implementación de políticas, planes y proyectos alineados con las dinámicas locales. Asimismo, a través de la generación de información estratégica, el desarrollo de productos turísticos y la promoción de la ciudad a nivel nacional e internacional, Bogotá se proyecta como un destino atractivo y diverso.

## Visión

Para el año 2028, el Instituto Distrital de Turismo habrá consolidado a Bogotá-Región como un referente turístico sostenible, inclusivo, competitivo e inteligente a nivel mundial, ofreciendo experiencias innovadoras para residentes, visitantes y turistas, y contribuyendo significativamente al desarrollo socioeconómico de la ciudad.

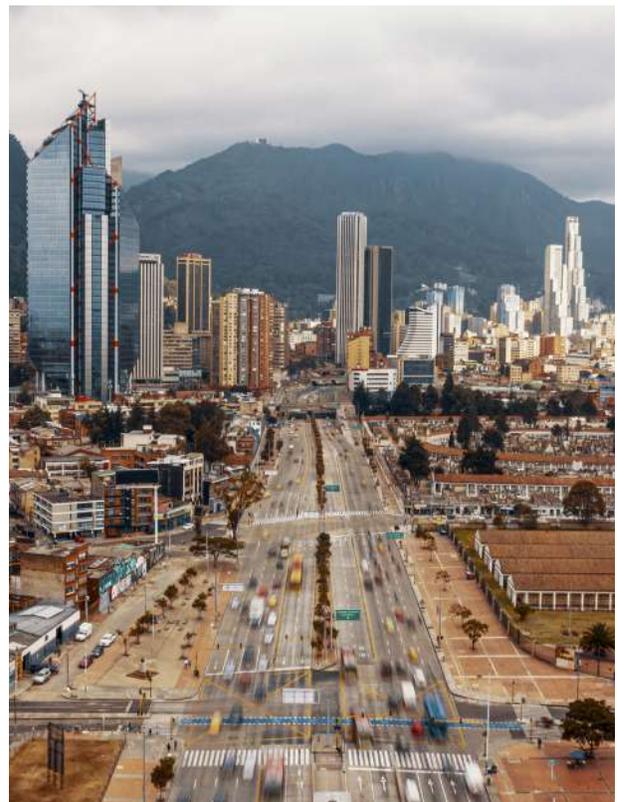
## Nuevos Objetivos Estratégicos 2025-2027

1. Coordinar la implementación del Modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI) en la ciudad, en articulación con las entidades distritales competentes.
2. Generar información precisa y oportuna para la toma de decisiones en la planificación y ejecución de planes, programas y proyectos del sector turístico.
3. Formular y desarrollar una estrategia de marketing 360°, gestionando alianzas con diversos sectores para fortalecer el posicionamiento de Bogotá como destino turístico, en conjunto con los actores de la

1. cadena de valor del turismo.
2. Diseñar e implementar una estrategia que promueva a Bogotá como un destino StopOver, incentivando el turismo de escala y mejorando la experiencia de los viajeros en tránsito.
3. Implementar el Reglamento del Sistema Distrital de Turismo, con el objetivo de consolidar a Bogotá-Región como un destino competitivo, responsable, sostenible y accesible.

## 5. METAS Y LOGROS DE LA GESTIÓN 2024

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



## 5.1 PERSPECTIVA DEL CLIENTE

1

Objetivo

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

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

### Logros

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

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

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

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

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

### Canales de Atención

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

Presenciales:

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

Telefónicos:

- Línea gratuita nacional: 018000127400.

Virtuales:

- Chat virtual en la página web BogotaDC.travel.
- Correo electrónico: [informacionturistica@idt.gov.co](mailto:informacionturistica@idt.gov.co).
- PQRS

Recorridos Presenciales y Virtuales

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

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

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

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

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

- Descubre la magia de Monserrate:  
<https://www.youtube.com/watch?v=Qou3ZBqRKbc>
- Join us on this fascinating tour of Monserrate:  
<https://www.youtube.com/watch?v=bl0iflkOUJk>
- Distrito San Felipe:  
[https://www.youtube.com/watch?v=3YDbYN\\_k8\\_4](https://www.youtube.com/watch?v=3YDbYN_k8_4)
- Acompáñanos a recorrer el Distrito San Felipe - Un plan diferente que te va a encantar:  
<https://www.youtube.com/watch?v=uxKOWCZBQ54>
- Recorrido Ciudad Bolívar:  
<https://www.youtube.com/watch?v=FCwMky5Pmg>
- Recorrido Jardín Botánico:  
<https://www.youtube.com/watch?v=9v4iD>



Recorrido por Centro Histórico y Recorrido de Iglesias Marzo 2024.

- UYhXSk
- Recorrido Bici Carrera Séptima:  
<https://www.youtube.com/watch?v=YUsfOSwjhso>

## Cumplimiento de la Meta Cuatrienal

Esta meta alcanzó un 93% de cumplimiento en el cuatrienio, con un total de 927,154 consultas atendidas. Este incumplimiento obedeció a diversas circunstancias, en primer lugar, las restricciones sanitarias relacionadas con el COVID-19 en los años 2020 y 2021 limitaron el acceso a consultas presenciales en los Puntos de Información Turística (PIT) para los visitantes. Aunque estas medidas se redujeron en 2022, la afluencia de consultas no fue suficiente para alcanzar la meta debido a varias razones en el

contexto post-COVID-19, como el temor a viajar, la disminución de la demanda de servicios turísticos debido al impacto económico de la pandemia y el cambio hacia el teletrabajo, lo que redujo las consultas presenciales, obligando a cambiar la estrategia hacia acciones virtuales.

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

- Se intensificó la instalación de pedestales en varios puntos estratégicos de la ciudad para aumentar las consultas turísticas.
- Se promovió activamente la realización de consultas virtuales a través de canales como redes sociales y correo electrónico,

- considerando que las personas seguían mayormente en sus hogares.
- Desde 2022, se integraron las respuestas a las Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias (PQRSD) recibidas por la Subdirección de Mercadeo como parte del cumplimiento de la meta.
- En 2023, se llevó a cabo una campaña publicitaria para promover recorridos virtuales, lo que resultó en un aumento de visualizaciones respecto al año anterior.
- En 2024, se han venido inaugurando nuevos PITs para ampliar la red y así facilitar la disponibilidad de información turística a los residentes, visitantes y turistas nacionales e internacionales.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
CO- Ejecutar 100% la estrategia de comunicación externa del Plan Estratégico de Comunicaciones - PEC, para contribuir al reconocimiento del IDT, como ente rector del Turismo en la ciudad	Cumplimiento de actividades Plan Estratégico de Comunicaciones - PEC -	100%	101%	101%

### Logros

En el marco del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), se alcanzó la meta establecida en el Plan de Acción del PEC, mediante la ejecución de diversas actividades estratégicas, entre ellas:

- Producción de contenidos audiovisuales accesibles, dirigidos a personas en condición de discapacidad, garantizando una comunicación incluyente.
- Difusión y cubrimiento digital de los ejercicios de participación ciudadana organizados por la entidad, tales como los "Diálogos Ciudadanos" y la "Rendición de Cuentas", con el propósito de fomentar la

transparencia y la interacción con la comunidad.

- Divulgación de información institucional, resaltando los avances y resultados de la gestión del Instituto Distrital de Turismo (IDT), a través de sus diferentes canales de comunicación y dirigidos a los distintos públicos de interés.
- Monitoreo continuo de las actividades relacionadas con el proceso de comunicaciones en los planes de acción de las Políticas Públicas en las que el IDT tiene participación

- Seguimiento mensual al cumplimiento del PEC, logrando una ejecución de 178 actividades, alcanzando un 101% de cumplimiento, lo que evidencia una gestión eficiente y comprometida con los objetivos institucionales.

SEGUIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO - PEC - 2024															
Componente	Discriminado	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	Actividades
PEC	Gran total	12	14	16	16	15	17	13	14	16	14	15	15	177	Ejecutadas
	Total ejecutado	12	14	16	16	15	16	15	15	16	14	15	14	178	<b>178</b>
	% de ejecución pec total	7%	8%	9%	9%	8%	9%	8%	8%	9%	8%	8%	8%	101%	

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
Determinar el 100% de crecimiento de las redes sociales institucionales, de acuerdo al número total de nuevos seguidores.	Asesorar estratégicamente a la Dirección y a los demás procesos del Instituto Distrital de Turismo en la gestión de las comunicaciones internas y externas, en forma oportuna y confiable, con el fin de posicionar a la entidad como líder e innovadora en gestión eficiente del sector turístico.	100%	137%	137%

### Logros

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

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

Resultados destacados:

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

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
Alcanzar al menos el 50% del número de publicaciones en 2023. (750)	Establecer el número de menciones en medios de comunicación obtenidos por gestión de Free Press para visibilizar las acciones de la entidad.	100%	119%	119%

### Logros

Se implementó una estrategia integral de comunicación basada en free press, con el objetivo de visibilizar y posicionar a Bogotá como un destino turístico líder a nivel nacional e internacional. Como parte de esta estrategia, se logró un incremento del 138% en la producción de comunicados de prensa, destacando los avances de la ciudad en turismo, sostenibilidad, cultura y promoción internacional.

Gracias a este esfuerzo, se registró un aumento significativo en la presencia mediática en medios de comunicación nacionales e internacionales, reforzando la narrativa de Bogotá como un destino atractivo y competitivo. Este impacto, alcanzado sin costos de pauta, permitió maximizar las oportunidades de free press, consolidando un posicionamiento sólido de la ciudad en la agenda mediática.

Resultados destacados:

- Incremento del 138% en la producción de comunicados de prensa en comparación con 2023.
- Crecimiento del 662% en salidas en medios de comunicación locales, nacionales e internacionales, pasando de 118 impactos en 2023 a 921 en 2024.

La cobertura obtenida en free press está valorada en más de \$2.000 millones de pesos, equivalente al costo que habría representado en publicidad pagada.

Este impacto mediático, logrado sin ningún costo directo para la entidad, refleja un retorno altamente positivo y eficiente dentro de la estrategia de posicionamiento de Bogotá.

2

Objetivo

Generar condiciones para el disfrute de la experiencia de visita por parte de turistas nacionales e internacionales

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
SPM - Lograr un nivel de calidad del servicio en la Red de Información Turística, por encima del 75%	Medición de calidad Puntos de Información Turística	90%	102%	102%

Se llevó a cabo una evaluación integral de la calidad en los distintos servicios ofrecidos por la Red de Información Turística, considerando aspectos como recursos humanos, infraestructura y logística de atención en los Puntos de Información Turística (PIT) y en el cubrimiento de eventos. A través de una ponderación estandarizada, se obtuvo un 96.52% de satisfacción en los parámetros establecidos en el instrumento de medición.

Para este proceso, se implementó un mecanismo digital de calificación, a través de un formulario en Google Forms, diseñado para evaluar aspectos clave que impactan la experiencia del usuario, entre ellos:

- Elementos tangibles (infraestructura y materiales disponibles).
- Empatía (actitud y disposición del personal de atención).
- Capacidad de respuesta (eficiencia en la atención).

- Fiabilidad (precisión y calidad de la información proporcionada).

Además, se realizó una evaluación más detallada de la calidad en la atención, no solo en términos de personal e infraestructura, sino también en relación con la logística y operatividad de los PIT y eventos promocionales. Para ello, se analizaron los siguientes parámetros:

- Calidad del servicio: Evaluación de la interacción de los usuarios con el personal.
- Condiciones del espacio físico: Análisis de la comodidad y accesibilidad en los PIT.
- Logística de eventos: Revisión de la efectividad en la atención durante actividades y eventos promocionales.

Este enfoque permitió fortalecer la experiencia del visitante y garantizar un servicio de alta calidad en la atención turística de la ciudad.

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

### Logros

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

sostenibilidad en la industria turística mediante la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental.

### ECONOMÍA CIRCULAR DEL VIDRIO

Esta estrategia, iniciada en 2023, ha permitido la participación de 70 empresas del sector turístico, incluyendo guías profesionales de turismo, en procesos de reutilización, transformación y reconocimiento de materiales reciclables. Su objetivo principal es fomentar la



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

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

## CÍRCULO CAPITAL DE CALIDAD TURÍSTICA - ALTURA

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

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

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

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

### Logros

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

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

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

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

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

### Logros

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

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

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

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

## Logros

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

## Campañas de Prevención de Delitos Contra Turistas

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



## Capacitaciones en Seguridad Turística

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

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



### Línea NUSE 123

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

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

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

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

### Frente de Seguridad Turístico

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

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

### Logros

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

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

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

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

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

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

### **Sensibilización en Apropiación de Ciudad dirigida a conductores de taxi:**

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

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

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



### **Taxi Imperial**

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

Los módulos del curso son los siguientes:

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

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

Sensibilización de Turismo Responsable

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



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

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

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

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



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

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

## **Sensibilización en Turismo Accesible**

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

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

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

## **Certificación Tur4all**

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



### Educación para el turismo

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

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

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

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



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

## **Turismo al Cole 2024**

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



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

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

## 5.2 PERSPECTIVA DE PROCESOS

3

Objetivo

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.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
SGD - Implementar al menos 10 planes de gestión turística local	Sumatoria de porcentajes de avance en cada actividad.	94%	94%	100%

### Logros

A través de los planes de Gestión Turística Local se establece la territorialización de la Política Pública Distrital de Turismo y se disponen acciones de gestión orientadas a mejorar la capacidad de las localidades para la gestión turística, incluyendo el fortalecimiento de prestadores de servicios turísticos, la adecuación de Zonas de Interés Turístico y Corredores Inteligentes de Turismo, la identificación y fortalecimiento de productos y experiencias turísticas, la gestión de atractivos y recursos turísticos, y las estrategias de mercadeo de destino, entre otros.

Durante la vigencia de 2024, se realizaron 36 mesas de turismo local, en las cuales se logró la articulación interinstitucional para el desarrollo de planes estratégicos de promoción turística a nivel local, así como la identificación y abordaje de los desafíos que enfrenta el sector turístico, tales como la falta de infraestructura, la estacionalidad y la competencia desleal.

Las mesas de turismo permitieron identificar y priorizar las necesidades y oportunidades turísticas de cada localidad, así como establecer mecanismos de cooperación y coordinación entre los diferentes actores involucrados.

### Resultados de las 36 mesas de turismo:

- Conocimiento de la política pública de turismo de Bogotá.
- Identificación de los productos turísticos de las localidades.
- Reconocimiento de los nuevos miembros de las mesas de turismo local.
- Articulación entre el IDT y las Alcaldías Locales para la implementación de presupuestos participativos para el turismo.

### Mesas De Turismo Bogotá

Año 2024	
Localidad	Mesas de turismo
1. Usaquén	1
2. Chapinero	2
3. Santa Fe	1
4. San Cristobal	4
5. Usme	7
7. Bosa	2
8. Kennedy	2
10. Engativá	1
11. Suba	4
17. Candelaria	1
18. Rafael Uribe Uribe	5
19. Ciudad Bolívar	6
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>

4

Objetivo

Fortalecer el sistema de información turístico de Bogotá, a través de estudios de oferta y demanda incluyendo mayores fuentes de información secundaria, que permitan

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7915 - Realizar 57 documentos de análisis del sector turismo de Bogotá con resultados estandarizados, comparables, desagregados y articulados con los niveles local, regional, nacional e internacional	# de investigaciones y/o estudios y/o mediciones del comportamiento de la oferta y demanda realizadas	12	12	100%

Logros

6 investigaciones y/o estudios

- Investigación Viajeros en Bogotá 2023: Los resultados de esta investigación cuantifican y caracterizan a los turistas nacionales e internacionales. Se analiza el origen de los visitantes, sus motivaciones, comportamientos relacionados con la pernoctación y aspectos demográficos como edad, sexo y ocupación. También se mide el gasto turístico en la ciudad y su distribución.
- Estudio Impacto de la Primera Línea del Metro de Bogotá en los Prestadores de Servicios Turísticos (PST): Analiza el impacto de la Primera Línea del Metro en el sector turístico, destacando que las localidades de Kennedy, Santa Fé y Chapinero, atravesadas por la línea, concentran una gran cantidad de prestadores de servicios turísticos, especialmente en Chapinero y Santa Fé.
- Estudio de Ciencia de Datos Aplicada al Turismo: Percepción de los Atractivos Turísticos en Bogotá 2024: Utilizando técnicas de "Web Scraping", procesamiento de lenguaje natural y análisis de sentimiento, se analizaron cerca de 51,000 reseñas de 185 atractivos turísticos de Bogotá.
- Este estudio busca conocer la percepción de los turistas sobre la calidad de los atractivos, identificar fortalezas y debilidades, y descubrir patrones de movilidad, con el fin de mejorar la oferta turística de la ciudad.
- Estudio de Seguridad Turística en Bogotá (Delitos de Alto Impacto) 2023: Este estudio analiza los delitos de alto impacto contra turistas y proporciona datos para ayudar a diseñar una estrategia de seguridad.
- Estudio sobre la Participación de la Mujer en el Turismo: Este estudio analiza la participación femenina en la oferta y demanda del turismo en la ciudad durante 2023. Incluye un análisis del contexto general de la participación de la mujer en el sector, los resultados desagregados de la Investigación Viajeros 2023, la participación femenina en el mercado laboral turístico y conclusiones clave.
- Estudio sobre el Turismo LGBTI: Tiene como objetivo cuantificar y caracterizar a los turistas LGBTI que visitaron Bogotá en 2023. Busca conocer el número de turistas LGBTI, sus principales motivaciones de viaje y comportamientos relacionados con la pernoctación en la ciudad.

## 2 Informes

- Desempeño del Turismo en Bogotá 2023: Bogotá experimentó un crecimiento del 10,1% en la llegada de turistas en 2023, con un aumento destacado del 22,9% en los turistas internacionales. Estados Unidos, México, Ecuador, España y Brasil fueron los principales emisores, representando más del 40% del total de visitantes. Este crecimiento impulsó la tasa de ocupación hotelera, que alcanzó un 61,8%, indicando una mayor demanda de alojamiento. La ciudad mantuvo su liderazgo en el Índice de Competitividad Turística Regional, destacándose en mercadeo, infraestructura y cultura. El empleo en el sector turístico aumentó un 11,4%, a pesar de una caída en las agencias de viajes. La movilidad también mejoró, con más de 140,000 vuelos directos y 15 millones de pasajeros en la Terminal de Transporte.
- Informe de Resultados de Eventos en Bogotá 2024: Bogotá, conocida por ser un centro de grandes eventos, recibe anualmente más de 12 millones de turistas. En el primer semestre de 2024, el Instituto Distrital de Turismo midió la asistencia y percepción de varios eventos clave: Alimentarte Food Festival, Semana Santa en el Cerro de Monserrate, Festival Estéreo Picnic y la Feria Internacional del Libro (FILBo).
- internacionales. La mayoría de los turistas nacionales se alojaron en casa de familiares o amigos, mientras que los internacionales lo hicieron en hoteles. Más del 80% asistió al festival motivado por el evento, y el 47-60% se enteró a través de Facebook.
- Medición de "Rock al Parque" 2023: El festival "Rock al Parque" se realizó del 11 al 13 de noviembre de 2023, reuniendo a más de 390,000 personas. Un sondeo a 611 asistentes reveló que el 52,5% eran hombres y el 46,3% mujeres, con más del 70% de los participantes entre 18 y 30 años. El 84,8% eran turistas nacionales, principalmente de Cundinamarca, mientras que el 1,1% era internacional, con visitantes de España y México. Los encuestados destacaron mejoras en las presentaciones de los artistas nacionales, internacionales y distritales respecto al año anterior.
- Semana Santa 2024 en el Cerro de Monserrate: Durante la Semana Santa 2024, se realizaron 937 encuestas en el Cerro de Monserrate. El 53,8% de los encuestados eran turistas, de los cuales el 50,2% eran nacionales y el 49,8% internacionales, provenientes de países como México, Ecuador y España. El 41,8% eran residentes de Bogotá, principalmente de localidades como Suba, Engativá y Kennedy. También, el 4,4% eran excursionistas.

## 4 Eventos

- Medición del Festival de Luces "MajestuOSOS": Realizado en el Jardín Botánico de Bogotá del 25 de noviembre de 2023 al 14 de enero de 2024, fue evaluado mediante 1,440 encuestas entre el 18 y 26 de diciembre de 2023. Se encontró que el 40,3% de los asistentes tenía entre 31 y 45 años, y el 34,8% entre 18 y 30 años. El 92,2% residía en Bogotá, principalmente en localidades como Puente Aranda y Chapinero, mientras que un 4,2% eran turistas nacionales y un 2,0%
- Festival Estéreo Picnic 2024: El Festival Estéreo Picnic, celebrado del 21 al 24 de marzo, atrajo a 154,452 asistentes, de los cuales el 67,7% eran residentes de Bogotá. Del 32,2% restante, la mayoría eran turistas de Cundinamarca, Antioquia, Ecuador, Perú y Costa Rica. Más del 50% de los asistentes eran mujeres, y la mayoría tenía entre 29 y 45 años. La mayoría se enteró del festival a través de redes sociales e internet. En cuanto a transporte, más del 30% usó aplicaciones de transporte, y más del 50% de los residentes y 31% de los no residentes mostraron conductas proambientales, como separar residuos.

5

Objetivo

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.

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

Logros

### Implementación del Producto Turístico Cultural y Gastronómico

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

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

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

### Sabor Bogotá - Días de Ajiaco Santaferreño

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



Conversatorio Turismo Gastronómico "Sabor Bogotá", 29 de febrero de 2024

### **Corredor turístico Central de Corabastos**

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



## Participación en Festivales

- Fritanga Fest
- Festival de la Lechona

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

## Producto de Biciturismo - Regional

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

## Producto Turístico de Naturaleza

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

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

## Producto Turístico de Bienestar - Regional

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

## Producto Turístico Rural

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

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

6

Objetivo

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

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	
7706– Impactar a 2 millones de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad de Bogotá	# acumulado anual de personas beneficiarias de información o pauta de la oferta turística de Bogotá	102.024	112.834	110,6%

### Logros

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

#### Acciones de promoción

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

#### Módulo de Experiencias Turísticas

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

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

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

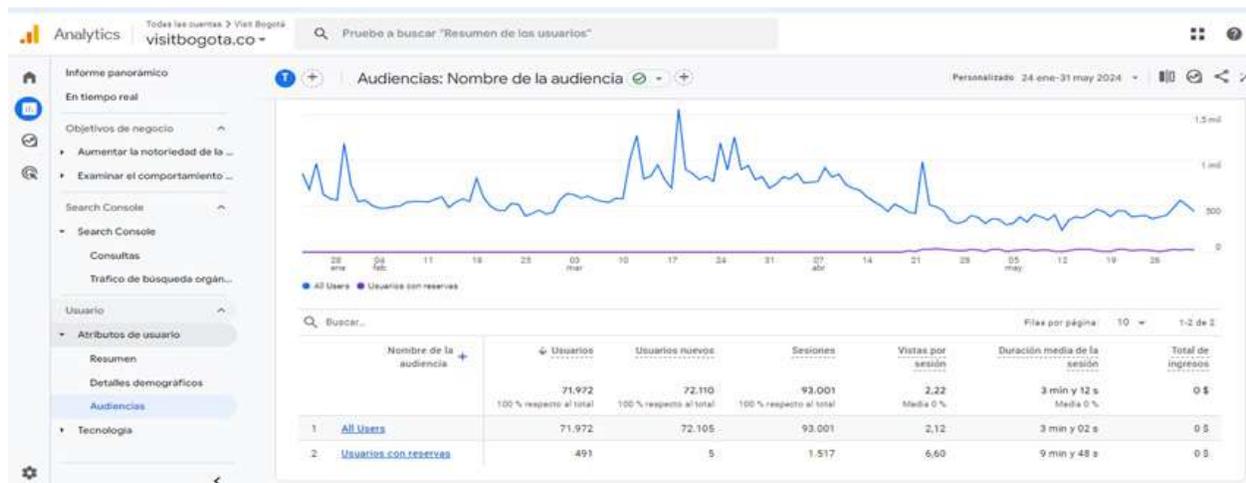
Hasta el primer semestre de 2024, 563 personas disfrutaron de las reservas realizadas en [www.visitBogota.co](http://www.visitBogota.co), generando ingresos para los empresarios por un total superior a \$3.900.000.

#### Acciones para generar nuevos usuarios en la página web

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

- 11.178 nuevos usuarios visitaron la página [BogotaDC.travel](http://BogotaDC.travel).
- 72.110 nuevos usuarios visitaron la página [VisitBogota](http://VisitBogota), la nueva plataforma promocional de las actividades turísticas de Bogotá.

### Soporte de la actividad desarrollada



Desarrollo de contenidos redes sociales de bogotadc.travel

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

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

Participación directa o indirecta en eventos de promoción de ciudad

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

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

Las participaciones más relevantes fueron:

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



Soporte de la actividad desarrollada

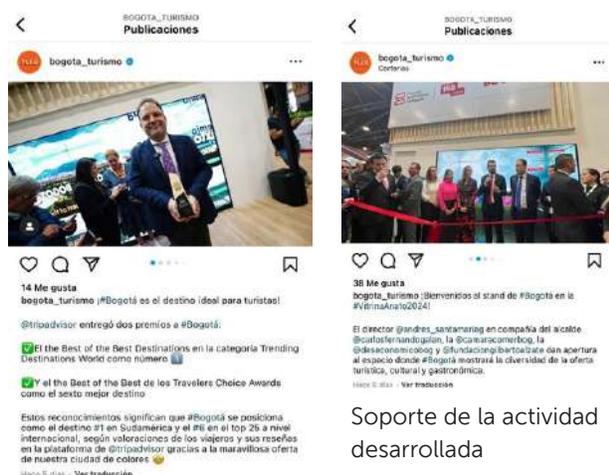
## Acciones a resaltar:

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

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

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

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



## Feria Internacional de Turismo de Berlín - ITB

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

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

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

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

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



WTM Latam 2024 - Brasil

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

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



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

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

## Eventos de Promoción

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

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

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

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

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



Soporte de la actividad desarrollada

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

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

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



Soporte de la actividad desarrollada

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

### Logros

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- XXI Congreso de Fenavi 2024
- BIME 2024

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

### Logros

Se llevaron a cabo las siguientes actividades:

### Desarrollo, Actualización y Programación de Secciones del Sitio Web

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

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

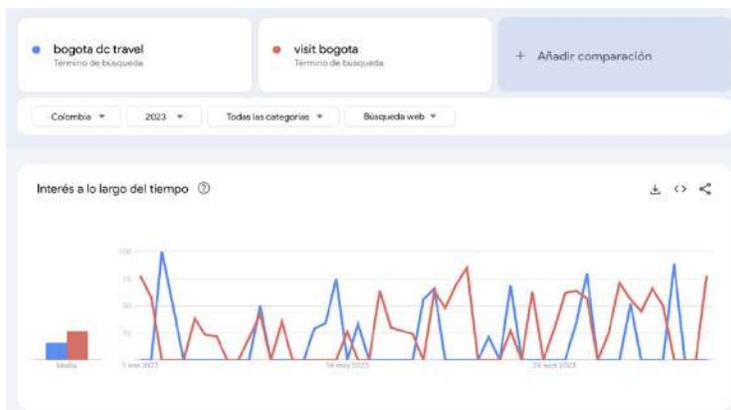
En línea con lo anterior, se han implementado las siguientes acciones:

### Rebranding de [www.bogotadc.travel](http://www.bogotadc.travel) a [visitbogota.co](http://visitbogota.co)

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

Esta decisión se fundamenta en los siguientes aspectos:

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



Soporte de la actividad desarrollada

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

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

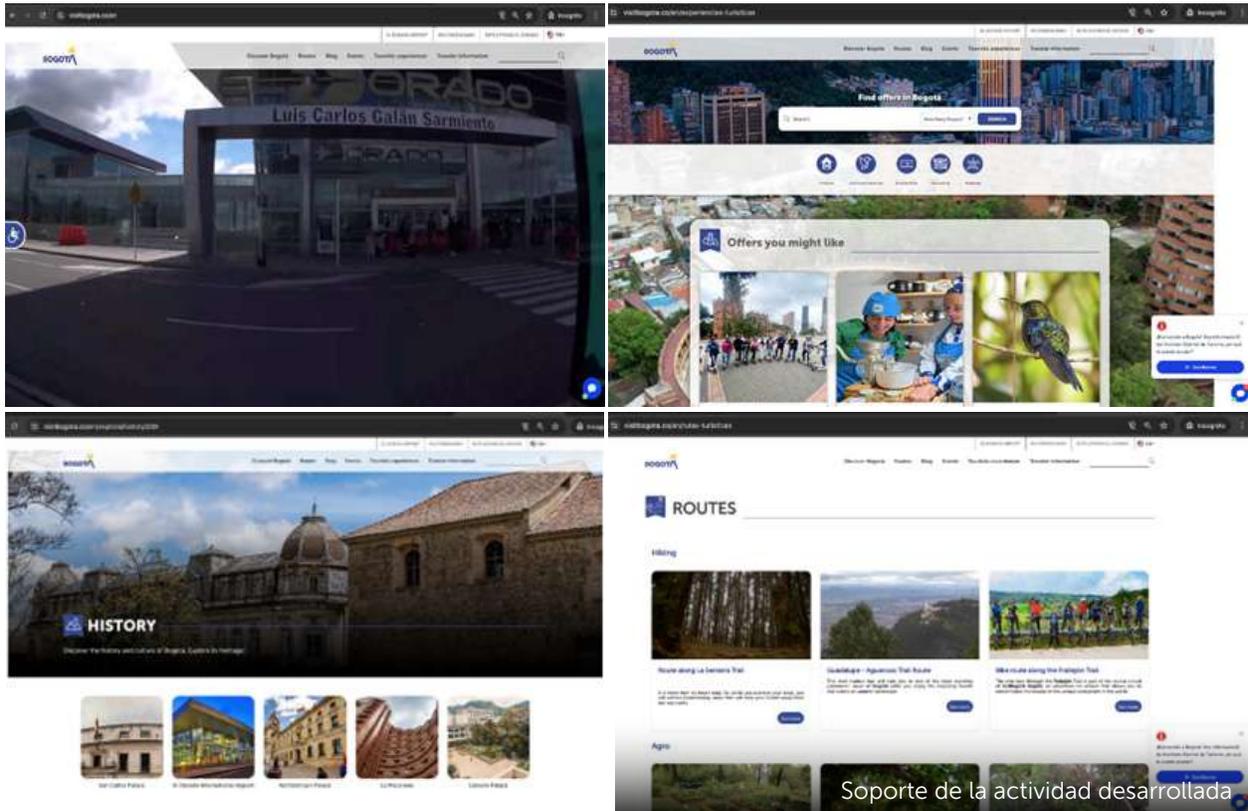
#### Renovación del Banco de imágenes

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



### **Publicación de la versión en inglés en el portal de [www.visitbogota.co](http://www.visitbogota.co)**

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

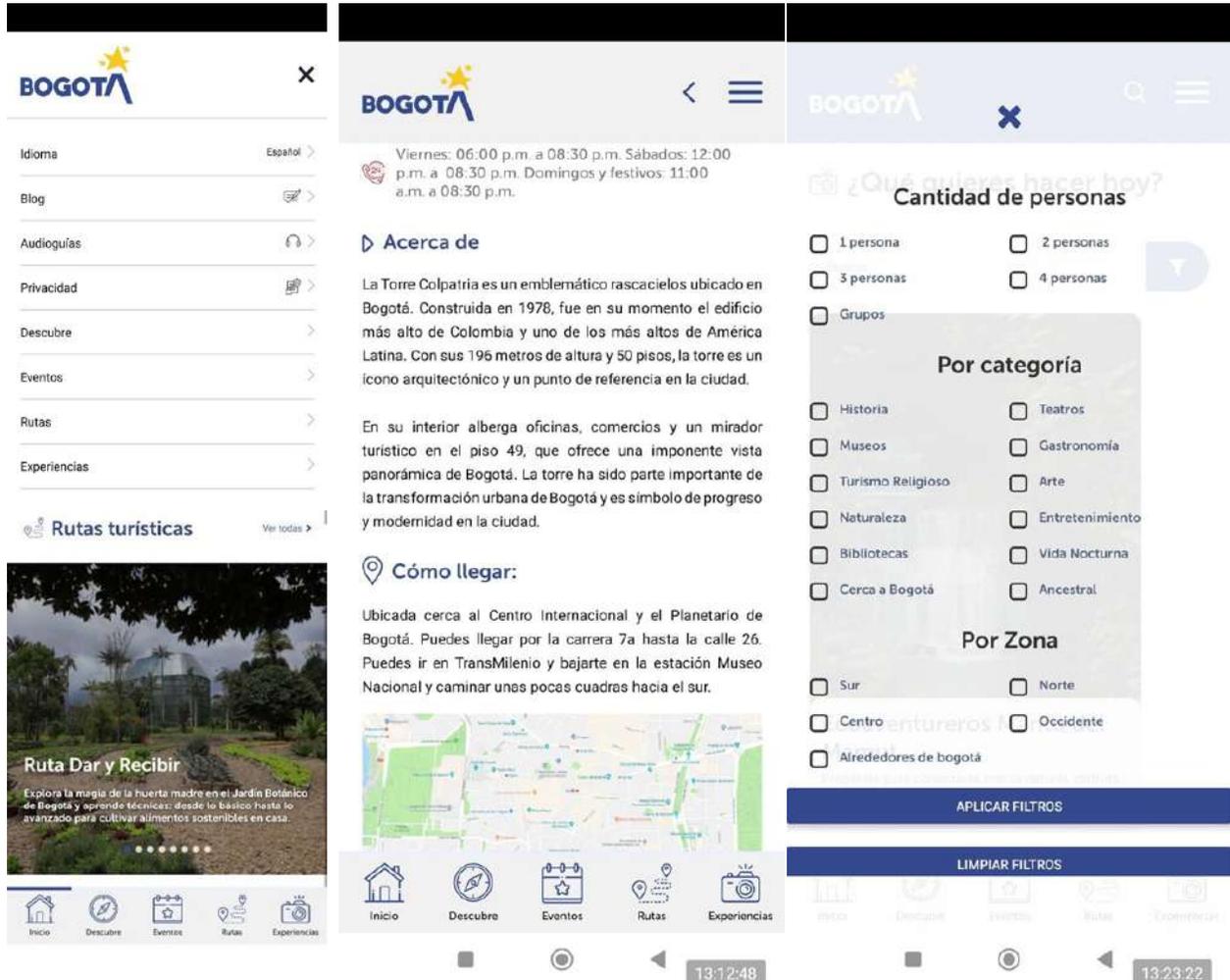


## Desarrollar, programar y diseñar las secciones dentro de la aplicación móvil:

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

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





Soporte de la actividad desarrollada

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	
SPM - Ejecutar 150 actividades de promoción y posicionamiento turístico	Acciones que fortalezcan las fuentes de información secundaria	17	17	100%

### Logros

Durante la vigencia fueron desarrollados los siguientes eventos y/o acciones:

1. Participación de la Vitrina Turística de ANATO
2. Feria internacional de Fitur
3. Participación en el Showroom de BRAZTOA
4. Presentación de destino a nuevos empresarios de Bogotá
5. Presentación de destino en articulación con Procolombia para Venezuela
6. ITB Berlín
7. Routes americas
8. Presentación de destino
9. WTM BRASIL
10. Presentación de destino a Gol
11. Presentación de destino a Living Colombia
12. Presentación de destino a Empresarios receptivos
13. Presentación de destino a Costa Rica
14. Presentación de destino a Brasil GOL
15. Presentación de destino a empresarios que asistieron a Fam desde Brasil
16. Presentación de destino a empresarios de Corabastos
17. Feria de emprendimiento en el Aeropuerto el Dorado

### 5.3. PERSPECTIVA DEL APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

7

Objetivo

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.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
TH- Alcanzar mínimo el 85% de satisfacción laboral	Porcentaje de satisfacción laboral	92%	97%	105%

## Logros

El porcentaje de satisfacción se debe a la planeación y ejecución de actividades para mejorar el ambiente laboral, entre las cuales están:

1. Evaluación de Desempeño y Teletrabajo.
2. Conmemoración del día de la mujer y roles y género.
3. Inducción y reinducción,
4. Cumpleaños del IDT
5. Actividad sobre el acoso laboral
6. Actividades de estilos de vida saludable
7. Jornada de donación de sangre
8. Actividades de higiene postural y riesgo psicosocial.
9. Yoga de la risa.
10. Socializaciones dada por Colpensiones
11. Manejo del descanso.
12. Feria de servicios
13. Actividades de Mitau SPA.
14. Actividades como PET DAY y rumboterapia.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
TH - Ejecutar el 100% del Plan Institucional de Bienestar.	Ejecución Plan Institucional de Bienestar	100%	100%	100%

## Logros

Se cumplió con la ejecución del Plan Institucional de Bienestar, en el cual se llevaron a cabo las siguientes actividades:

1. Diseño y envió de tarjetas de felicitación en los cumpleaños de los servidores
2. Primer encuentro con el director
3. Conmemoración al día de la mujer.
4. Día de la felicidad
5. Cumpleaños del IDT
6. Jornada de donación de sangre y estilos de vida saludable
7. Higiene postural
8. Día de la madre.
9. Cumpleaños de Bogotá
10. Socialización resultados evaluación riesgo psicosocial
11. Dos actividades de reforma pensional y Curso- Programa Diseño de Vida Pre-pensionados.
12. Semana de la SST
13. Celebración día de los niños
14. Actividad de PET DAY
15. Cierre de gestión
16. Entrega de pasadía día de la familia

- 17. Entrega de incentivos navideños
- 18. Entrega de boletas para cine
- 19. Feria del emprendimiento.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
TH - Ejecutar el 100% del Plan Institucional de Capacitación	Ejecución Plan Institucional de Capacitación	100%	100%	100%

### Logros

Se realizaron las siguientes capacitaciones:

- 1. Estrategia de sala amiga.
- 2. Información EDL y teletrabajo
- 3. Inventarios documentales,
- 4. Uso y ahorro eficiente del agua en épocas del fenómeno del niño
- 5. Uso y ahorro de la energía
- 6. Capacitación PQRSD
- 7. Acoso laboral, roles y género
- 8. Socialización Código de Integridad.
- 9. Inducción y reinducción
- 10. Identificación de riesgos,
- 11. PIGA residuos y uso eficiente de la energía
- 12. Código ético turismo
- 13. Documento electrónico
- 14. Comunicación no verbal
- 15. Socialización MIPG
- 16. Capacitación supervisión de contratos
- 17. Riesgo psicosocial directivos
- 18. Capacitación SAFL
- 19. Capacitación gestión de residuos
- 20. Movilidad sostenible
- 21. Salud osteomuscular.
- 22. Socialización SIC Diagnóstico
- 23. Rendición de Cuentas
- 24. Uso eficiente y ahorro del agua
- 25. Socialización Ley de Transparencia 22112024
- 26. Formación al COPASST
- 27. Capacitación PIGA: Uso eficiente de la energía,
- 28. Capacitación PIGA: Derrames Ambientales
- 29. Tus Derechos y Deberes como Servidor Público: Una Guía Completa
- 30. En el marco del PIC 2024 se realizaron tres capacitaciones correspondientes a políticas públicas, inteligencia artificial y taller de liderazgo.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
TH - Ejecutar el 100% del Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo - SG-SST	Ejecución Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo	100%	100%	100%

### Logros

Se desarrollaron las siguientes actividades entre otras:

1. Promoción pausas activas
2. Auditoría interna OCI
3. Charla acoso laboral
4. Charla de roles y género
5. Comité de convivencia
6. Promoción SST- COPASST
7. Charla de teletrabajo
8. Estilos de vida saludable
9. Identificación de riesgos
10. Charla acoso laboral
11. Formación brigada de emergencias
12. Charla sala amiga familia lactante
13. Dia mundial SST
14. Informe de tele visitas
15. SAFL
16. Actualización de normograma
17. Socialización de pausas activas
18. Capacitación en riesgo psicosocial
19. Capacitación en riesgo psicosocial directivos
20. Capacitación en higiene postural.
21. Formación COPASST
22. Comunicación asertiva y efectiva
23. Inspección equipos y elementos, inspección de seguridad planeada
24. Capacitación inv. de accidentes viales
25. Control del fuego
26. Manejo del descanso
27. Emergencias ambientales.
28. Actos y condiciones inseguras
29. Biocare SPA
30. Conviviendo con el estrés
31. Cuidados del cerebro
32. Charla de emociones
33. Elecciones COPASST
34. Formación al COPASST
35. Agendamientos integrales
36. Informe de inspecciones de seguridad

8

Objetivo

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.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7709- Fortalecer al 100% el desarrollo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG	# de actividades del Plan de acción para el fortalecimiento del MIPG realizadas / # de actividades programadas * 100	100%	100%	100%

### Logros

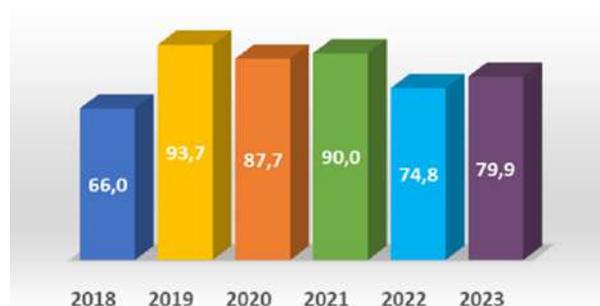
Como parte de la estrategia para la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) al interior de la entidad, el Comité Institucional de Gestión y Desempeño, bajo el liderazgo de la Subdirección de Planeación, logró la definición del plan de acción de los diferentes procesos institucionales.

Este plan se alineó con las dimensiones y políticas del modelo, así como con los objetivos estratégicos, adoptando un enfoque basado en el modelo de operación por procesos y estableciendo estrategias para la optimización y mejora de los sistemas de información, además de fortalecer la calidad del servicio ofrecido por la entidad.

Para medir la implementación del modelo, se utiliza el Formulario Único de Reporte de Avances de la Gestión (FURAG), el cual permite evaluar los progresos en la aplicación de las políticas de Gestión y Desempeño Institucional correspondientes a la vigencia anterior al reporte.

Asimismo, con el propósito de realizar un análisis y diagnóstico de la implementación del MIPG, el Instituto lleva a cabo una revisión de los resultados del Índice de Desempeño Institucional (IDI) de las vigencias 2018 a 2023,

permitiendo evidenciar el comportamiento del desempeño a lo largo de los años.



La entidad ha tenido un cambio en los resultados del Índice de Desempeño Institucional (IDI), reflejando un incremento del 13,9% en los resultados de la gestión administrativa del Instituto desde el año 2018 hasta 2023. Es importante mencionar que la comparación de resultados se realiza entre la vigencia 2022 y 2023, ya que en su mayoría se mantuvo la misma estructura de preguntas del formulario.

Dentro de las actividades que dan cumplimiento a la implementación del modelo se encuentran:

**Dimensión de Talento Humano:** Se presenta ante el Comité MIPG el plan de acción del equipo de gestores de integridad y la necesidad de contar con mayor participación de la Alta Dirección y de los servidores del Instituto.

Se fomentó una cultura de seguridad y salud preventiva a través de actividades que impactan la promoción y prevención de la salud laboral para todos los servidores(as) y colaboradores(as) del IDT, dedicando acciones que impulsan hábitos y estilos de vida saludables para aprender a cuidar la salud, salir de la rutina y divertirse. Se adelantaron acciones orientadas al mejoramiento del ambiente laboral, la prevención del acoso laboral y sexual, y el fortalecimiento de la salud mental.

#### **Dimensión de Direccionamiento Estratégico:**

Se generan alertas sobre las actividades a cumplir en el mes correspondiente, teniendo en cuenta la programación de actividades del Programa de Transparencia y Ética Pública 2024.

#### **Dimensión de Evaluación de Resultados:**

Se realiza el reporte del cuarto trimestre del plan de acción de las siguientes Políticas Públicas: Educación Ambiental, Lectura, Escritura y Oralidad (LEO), Infancia y Adolescencia, LGBTI, Mujer, Equidad y Género, Bicicleta, Trabajo Decente y Digno - IDT y Trata de Personas. Desde el proceso jurídico se generaron alertas para realizar seguimiento al estado de los procesos de selección programados en el PAA. Desde el proceso de planeación se llevaron a cabo mesas de trabajo para ajustar la batería de indicadores del IDT en cumplimiento del Plan Estratégico Institucional. El proceso de comunicaciones realizó seguimiento a las actividades asignadas en los planes de acción de las diferentes Políticas Públicas. Además, se realizó la postulación, formulación y presentación de iniciativas de cooperación internacional, de acuerdo con las necesidades de la entidad, y se realizó el respectivo seguimiento.

#### **Dimensión de Gestión con Valores para Resultados:**

Desde la política de participación ciudadana se realizó la socialización del plan de participación ciudadana a través de un reel. Además, el proceso de comunicaciones difundió información sobre avances y resultados de la gestión institucional en eventos como la Vitrina ANATO 2024, la Estrategia

Turística para Bogotá, el Festival Estéreo Picnic, entre otros. También se generaron contenidos sobre iniciativas como la Feria de Emprendimientos Turísticos en el Aeropuerto Internacional El Dorado, el lanzamiento de la aplicación Visit Bogotá, la participación en BIME 2024, el proyecto "Bogotá Ciudad Portuaria" dentro del Plan de Desarrollo, y los resultados de encuestas sobre turismo en Bogotá. El proceso de atención a la ciudadanía realizó la socialización de piezas comunicativas de accesibilidad para personas en situación de discapacidad. Además, se actualizó la sección de preguntas frecuentes sobre gestión financiera en la intranet de la entidad y se actualizó la caracterización del proceso de atención a la ciudadanía.

#### **Dimensión de Información y Comunicación:**

El proceso de gestión documental elaboró el cronograma de transferencias documentales primarias y lo presentó ante el Comité MIPG. Para la política de transparencia, el proceso de comunicaciones generó contenidos audiovisuales en formatos accesibles sobre diversos temas de interés general, incluyendo el Festival Estéreo Picnic, las convocatorias de FONDETUR, Semana Santa, Fashion Week, información sobre mesa de accesibilidad, resúmenes de la semana, Bime, vista hoteles, feria de saberes, huertas, entre otros. En el marco de la política de información estadística, se publicaron boletines con cifras, indicadores y hechos representativos del sector turístico. Finalmente, se ejecutaron en su totalidad las actividades del Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC).

#### **Dimensión de Gestión del Conocimiento y la Innovación:**

Se realizó la socialización del inventario documental y transferencias primarias, organización de archivos de gestión y manejo de documentos electrónicos. Desde el proceso de Direccionamiento Estratégico se efectuó el mapeo de convocatorias de cooperación internacional, revisando sus requisitos y posibilidades de postulación. Además, el proceso de Evaluación Institucional realizó una jornada de prevención sobre la Oficina de Control Interno y socializó

información sobre la Defensoría Pública Disciplinaria.

**Dimensión de Control Interno:** Se socializó el informe del SIDEAP como mecanismo para el manejo de conflictos de interés, los resultados de la política de integridad y la actualización de la política de administración del riesgo ante el Comité Institucional de Coordinación de Control Interno. Asimismo, se realizó la evaluación del Plan Estratégico de Talento Humano y se verificó el cumplimiento de la política de integridad, incluyendo la apropiación de los valores y principios del servicio público.

**Plan de Acción Ambiental:** se realizaron las siguientes actividades para el cumplimiento del Plan de Acción PIGA de la presente vigencia: se realizó el reporte de los consumos de energía, se realizó el registro de la generación de residuos aprovechables, asociado a los reportes mencionados, se diligenció la información de los indicadores en el formato correspondiente.

Así mismo se realizó la publicación del boletín IDT Comprometido con el Ambiente. Por otro lado se realizó la capacitación en uso y ahorro eficiente del agua, y en uso y ahorro eficiente de energía, en relación al manejo integral de residuos se realizó la entrega de residuos a la Asociación ACRUB y las respectivas sobre los hábitos de gestión integral de residuos y la reducción en el uso de EPSU. Así mismo se continuó con la divulgación del programa de compras públicas sostenibles a través de las fichas de compras públicas sostenibles. Se realizó la divulgación de las recomendaciones para el buen uso de los equipos de cómputo. De igual forma la divulgación del boletín "IDT Comprometido con el Ambiente" para este mes. Se realizó capacitación en modalidad virtual a la comunidad IDT denominada "Taller de Cambio Climático: Acciones Urgentes ante Hechos Evidentes", a través de Google Meet. Así dando cumplimiento a las actividades definidas en el Plan de Acción respectiva.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7709-Proveer el 100% del recurso humano requerido para apoyar la gestión de áreas transversales del IDT	# de personas contratadas para apoyar los procesos de las áreas transversales (Dirección General, Comunicaciones, Jurídica, Planeación, Corporativa, Control Interno) / # de personas programadas *100	100%	100%	100%

**Logros**

Para el cumplimiento de la meta se apropiaron recursos por valor de \$1.041 millones, lo que permitió la contratación del personal requerido tanto de nivel profesional como de apoyo a la gestión, para apoyar los procesos estratégicos, de apoyo y de evaluación de la entidad, los cuales son: Direccionamiento estratégico y Planeación, Gestión SIG, Talento Humano, Bienes y Servicios, Financiera, Gestión Jurídica y contractual, Gestión Documental, Atención a la Ciudadanía, Control Disciplinario Interno y Evaluación Institucional.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7709-Conservar el 100% de la infraestructura física y operativa para el funcionamiento del IDT	Valor de los contratos suscritos con presupuesto de inversión para disponer de una adecuada infraestructura física y operativa del IDT / Presupuesto programado *100	100%	100%	100%

### Logros

En la vigencia 2024, esta meta se cumplió en un 100% en la ejecución de un presupuesto de \$57.919.872 durante la vigencia 2024, con las siguientes actividades:

- Adquisición de un vehículo para atender las necesidades institucionales en el traslado de servidores, elementos y equipos de propiedad del IDT en cumplimiento de actividades misionales, operativas y administrativas, mediante la orden de compra 128172, contrato 168-2024 suscrito con UT Motorysa Casatoro 2020, se adquirió la camioneta doble cabina con platón Ford Ranger, placas LIT-164.
- Garantizar el servicio de transporte a los funcionarios y contratistas del IDT en cumplimiento de las comisiones operativas y administrativas del IDT durante la vigencia 2024, para cuyo efecto se suscribió la orden de compra contrato 144-2024 con el Consorcio Transportes CCE 2.
- Adquisición de Mobiliario, en cuanto a sillas y mesas, ya que se evidenció dicha necesidad para atender las reuniones y eventos institucionales.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GB - Revisar anualmente el 85% de los bienes para mantener actualizado el inventario del IDT	Actualización de inventarios	90%	86%	86%

### Logros

Se realizó el levantamiento físico de las señales turísticas y gigantografías con el apoyo de la Subdirección de Desarrollo y Competitividad. Se realizó el levantamiento físico de los bienes devolutivos del IDT en la sede administrativa, y los Puntos de Información Turística en El Templete, Jardín Botánico y Centro Internacional, con el apoyo técnico de la Subdirección de Mercadeo.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7915 - Elaborar e implementar la estratégica TI de la entidad que incluya un modelo de arquitectura de la información y la infraestructura técnica para su desarrollo	% de cumplimiento de las fases para el marco de interoperabilidad sobre Marco de interoperabilidad 5 fases propuesto por el Mintic	20%	18%	90%

### Logros

#### Desarrollar ejercicios en el marco de interoperabilidad de datos y lenguaje de intercambio de información

En el marco del desarrollo de la estrategia TI, se llevaron a cabo algunas fases del ejercicio de interoperabilidad de datos y lenguaje de intercambio de información con el Observatorio de Cultura. Se realizaron reuniones de preparación e inicio de las primeras fases de interoperabilidad, siguiendo las pautas del MinTIC, donde se definieron los datos a intercambiar, los eventos a medir y los requerimientos tecnológicos de cada entidad. En abril, se continuó con el desarrollo de las fases de interoperabilidad y se elaboró un informe técnico detallado, resultado de las reuniones de trabajo entre ambas entidades. Se definió claramente de dónde se obtendrán los datos y cómo se manejarán. Estos ejercicios permitieron fortalecer la colaboración entre las entidades y sentar las bases para el intercambio efectivo de información. En el mes de mayo, se elaboró un documento con el propósito de definir y detallar las especificaciones de un Web Service como prototipo que permite la captura y transferencia de información entre dos aplicaciones de software. Asimismo, se ilustró un ejemplo del ejercicio, se explicó cómo debería realizarse y se expusieron deficiencias tecnológicas entre las partes para completar la interoperabilidad.

Robustecer la arquitectura tecnológica actual de la entidad en un 10% con respecto al autodiagnóstico del año 2023.

Se inició la documentación para la compra, por parte de la entidad, de computadores, periféricos y un Appliance para la administración de backup. Esta acción permitirá renovar y mejorar la infraestructura tecnológica de la entidad y será el primer paso para dar continuidad a una renovación total dentro del IDT.

Se realizaron reuniones para decidir sobre la compra o alquiler de equipos en la entidad, evaluando los pros y contras de cada una de estas opciones.

La entidad elaboró la ficha técnica de acuerdo con las necesidades establecidas para el Appliance. Sin embargo, las empresas remitieron las cotizaciones fuera de los tiempos establecidos, por lo que la entidad ha estado contactando a cada empresa para validar ajustes en la ficha técnica. Adicionalmente, teniendo en cuenta el financiamiento de esta contratación a través de los recursos de inversión y la modalidad de subasta inversa para este proceso, es necesario programarlo con el nuevo plan de desarrollo.

Implementar en un 10% el mapa de ruta definido en el diagnóstico del Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información de la entidad

Se realizó el plan de seguridad para el año 2024, generando una ruta clara para cumplir con los requerimientos del MSPI y, adicionalmente, con el plan de mejoramiento de la auditoría realizada en el año 2023 por control interno, cuyo resultado se encuentra en el siguiente enlace: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GqHJOjjBTnurOax1-x54C20craKD-Zgh/edit#gid=1592634134>.

Se llevó a cabo una capacitación sobre gobierno digital, impartida por MinTIC, con el objetivo de mejorar la seguridad y la transformación digital en la entidad. Esta capacitación fue dictada por Almicar Bonivento y contó con la participación de más de 16 personas de diferentes áreas de la entidad. La invitación al evento, el listado de asistencia y la presentación pueden ser revisados en el siguiente enlace: <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1QBxy9li-jEzAKTyRpPT07mzO51jvXl2k>.

Se realizó la actualización de procedimientos, manuales y planes incluidos en el plan de mejoramiento, entre ellos:

- GT-P02 Recuperación de Información V6
- GT-P03 Procedimiento para el reporte de incidentes y peticiones informáticas
- GT-P07 Mantenimiento Preventivo y Correctivo
- GT-P13 Procedimiento para Gestión de Incidentes de Seguridad de la Información V2
- GT-PR03 Plan de Tratamiento de Riesgos de Seguridad de la Información V3 12032024
- Manual de Políticas de Seguridad y Privacidad de la Información
- Plan de Capacitación
- Copia de Registro de Activos de Información Proceso GT 2024
- Formato CSIRT incidente

Atender todos los incidentes reportados a través de la mesa de ayuda

Durante el transcurso del año, se atendieron todos los soportes solicitados por los usuarios de la entidad a través del aplicativo Mantis de manera efectiva, sin presentar novedades que requirieran otro tipo de atención. Adicionalmente, se inició el trabajo en los tableros de indicadores con Power BI para una mejor gestión de los KPI dentro del IDT.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7915 - Elaborar y adoptar el 80% un modelo de pensamiento digital (Mindset Digital) y habilidades blandas que permita renovar la cultura organizacional promoviendo una cultura ágil (agilismo) en los procesos y proyectos de la entidad.	% de cumplimiento en la adopción del modelo de pensamiento digital (Mindset Digital) y habilidades blandas	14%	14%	100%

**Logros**

Durante el transcurso del año se realizaron diferentes capacitaciones en herramientas de Google Workspaces por medio de la empresa Xertica, permitiendo expandir el uso de las herramientas tecnológicas que posee el IDT y que van en línea con los avances tecnológicos que permita mejorar los procesos que realiza la entidad y que junto al modelo de pensamiento digital incentive la creación de nuevos proyectos que ayudan a la transformación de Gobierno Digital.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
DE - Cumplir 100% el Plan de Participación Ciudadana	Cumplimiento en el Plan de Participación Ciudadana	100%	100%	100%

### Logros

Cumplir al 100% con el Plan Institucional de Participación Ciudadana aprobado en enero del 2024 garantizando el derecho ciudadano a la participación y control social.

#	Nombre de la actividad / Acción de gestión institucional	Objetivo de la actividad	Meta
1	Rendición de cuentas	Tiene como finalidad generar transparencia, condiciones de confianza entre gobernantes y ciudadanos y garantizar el ejercicio del control social a la administración, sirviendo además de insumo para ajustar proyectos y planes de acción para su realización.	1
2	Reportar información de rendición de cuentas	Reportar a la ciudadanía la gestión del IDT.	3
3	Mesas de participación Local en Turismo con participación del Alcalde Local	Promover articulación entre el IDT, Alcaldías Locales, entidades distritales, asociaciones, gremios, emprendimientos, organizaciones sociales, y ciudadanos de las localidades a participar en la planeación, implementación y evaluación de estrategias para impulsar el turismo de la localidad.	5
4	Secretaría Técnica del Consejo Consultivo de Turismo	Mantener un diálogo constante sobre iniciativas que impulsen el turismo en el Distrito Capital.	3
5	Ejecución del Diálogo Ciudadano teniendo en cuenta los lineamientos emitidos por la Secretaría de Planeación.	Garantizar la estrategia de planeación que garantice la formulación del Plan de Desarrollo Distrital de manera exitosa, asegurando la participación de manera amplia e incidente que dará como resultado el Acuerdo Distrital mediante el cual se establece el Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas de Bogotá D.C. 2024-2028.	1
6	Organización y ejecución de los Diálogos Ciudadanos como parte de la Estrategia de Rendición de Cuentas Institucional.	Promover el diálogo público, la confianza y mejorar la relación de la entidad con el ciudadano - Inteligencia.	1

#	Nombre de la actividad / Acción de gestión institucional	Objetivo de la actividad	Meta
7	Organización y ejecución de los Diálogos Ciudadanos como parte de la Estrategia de Rendición de Cuentas Institucional.	Promover el diálogo público, la confianza y mejorar la relación de la entidad con el ciudadano - FONDETUR	1
8	Organización y ejecución de los Diálogos Ciudadanos como parte de la Estrategia de Rendición de Cuentas Institucional.	Promover el diálogo público, la confianza y mejorar la relación de la entidad con el ciudadano- Producto Turístico	1
9	Divulgación de actividades de diálogos ciudadanos	Divulgar los espacios de diálogos ciudadanos de acuerdo con la planeación establecida por las áreas encargadas para garantizar un ejercicio transparente y de confianza entre la entidad y la ciudadanía.	4
10	Difusión en las redes sociales sobre el Plan de Participación Ciudadana.	Visibilizar a través de canales digitales el Plan de Participación Ciudadana de la entidad	2
11	Difusión de la charla de la participación ciudadana.	Divulgar la importancia de los espacios de participación ciudadana.	2

La entidad, en conjunto con las alcaldías locales y los empresarios vinculados a la cadena de valor del turismo, ha realizado mesas de trabajo en las diferentes localidades de la ciudad con el objetivo de articular esfuerzos y acciones para el desarrollo del turismo local. Estas mesas tuvieron los siguientes objetivos:

1. Presentar la política pública de turismo de Bogotá.
2. Socializar los productos turísticos de las localidades.
3. Organizar a los nuevos miembros de las mesas de turismo local.
4. Articular el IDT con las alcaldías locales para la implementación de presupuestos participativos para el turismo.
5. Participación en las mesas de turismo representantes del IDT, las alcaldías locales, los empresarios turísticos y las comunidades locales.

El Consejo Consultivo de Turismo abordó diversas iniciativas para fortalecer el sector en Bogotá:

- Consolidación de la marca Bogotá: Promoción global para lograr un posicionamiento distintivo y reconocimiento internacional.
- Destino turístico inteligente: Bogotá busca ser una ciudad accesible, con información completa sobre sus atractivos turísticos.
- Turismo social: Destacan proyectos como las rutas del graffiti, donde la comunidad trabaja de manera conjunta.
- Infraestructura turística: Se plantea su mejora para cumplir con la Ley del Turismo y potenciar el atractivo de la ciudad.
- Conectividad aérea: Se prioriza la ampliación de conexiones directas para posicionar a Bogotá como un destino competitivo.
- Enfoque "Human to Human": Promover una narrativa unificada que fortalezca el turismo desde un enfoque humano.
- Planificación territorial: Desarrollar un entorno cultural, natural y de negocios, con énfasis en eventos y actividades.
- Sostenibilidad: Implementar estrategias transversales para crear áreas turísticas sostenibles.
- Segmentación de mercados: Identificar nichos turísticos, como rutas gastronómicas, y diversificar las actividades.
- Bogotá-Región: Construir políticas que posicionen a la ciudad como un hub de espectáculos y motor turístico, con incentivos que aumenten su visibilidad.

- Articulación oferta-demanda: Mejorar la alineación entre ambas partes para maximizar el impacto económico del turismo.
- Seguridad internacional: Trabajar con PROCOLOMBIA y otros organismos en alertas globales para garantizar la seguridad de los turistas.
- Marketing digital: Aprovechar las redes sociales e influencers nacionales para atraer visitantes.
- Paquetes turísticos personalizados: Diseñar experiencias adaptadas al turista, promoviendo el turismo comunitario, el desarrollo sostenible y la empleabilidad.

Otro punto importante son los Diálogos Ciudadanos, escenarios virtuales y/o presenciales de interacción entre las entidades públicas y los ciudadanos para garantizar su participación y control social permanente sobre la evaluación de la gestión y sus resultados. Estos espacios permiten la discusión sobre la información que se presentará en la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.

El Instituto Distrital de Turismo invitó a los ciudadanos a inscribirse y participar en los Diálogos Ciudadanos, desarrollados para la vigencia. La información puede ser consultada a través del siguiente enlace: Diálogos Ciudadanos.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
AC - Responder oportunamente el 100% de las PQRSD	Oportunidad respuesta PQRSD	100%	100%	100%

### Logros

Durante la vigencia del 2024, se cumplió la meta en un 100% ya que todas la PQRSD recibidas por la entidad se atendieron de forma eficaz y dentro de los términos de ley establecidos.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
AC - Alcanzar un nivel del 100% en la satisfacción de los ciudadanos frente a las respuestas de las PQRSD	Nivel de Satisfacción de las respuestas PQRSD	4.5%	82%	82%

### Logros

Durante la vigencia del 2024, se evidencia el cumplimiento de la meta en un 82% dado que este indicador depende de la disposición del usuario para diligenciar la encuesta de satisfacción, ahora bien en esta vigencia se recibió todos los meses como mínimo el diligenciamiento de una encuesta, es decir que mejoró la recepción del usuario frente a este tipo de formatos.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
EI - Cumplir el 100% el Plan Anual de Auditorías	Cumplimiento Plan Anual de Auditorías	100%	100%	100%

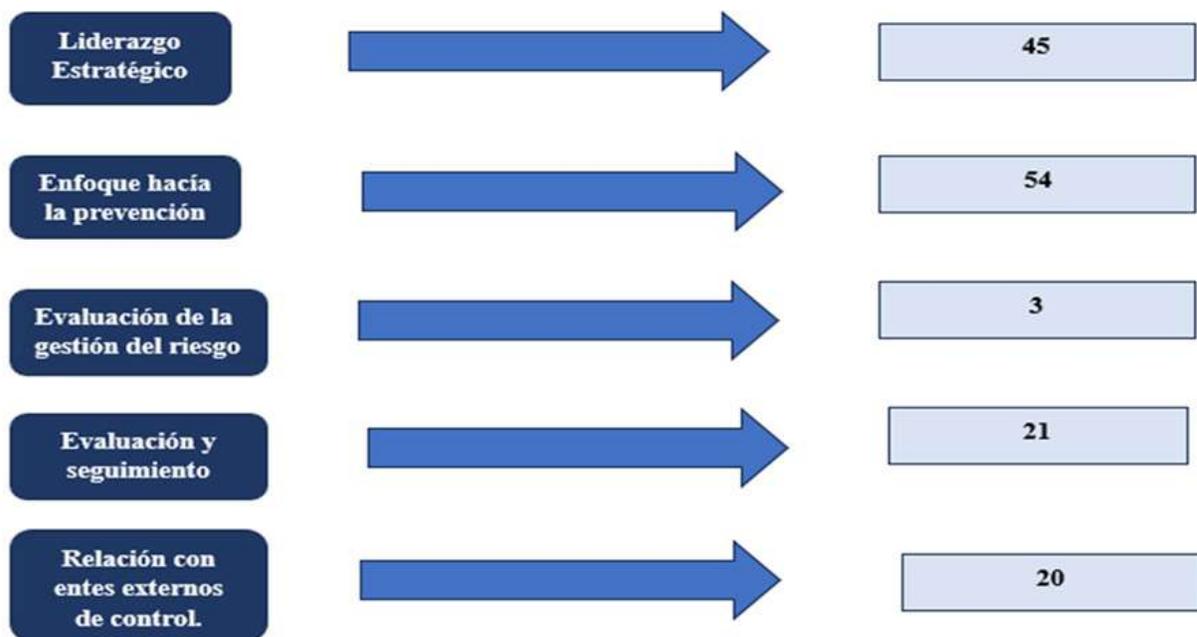
### Logros

## PLAN ANUAL DE AUDITORÍA

El Plan Anual de Auditoría, aprobado para la vigencia 2024, se encuentra dividido en cinco (5) roles, de conformidad con lo establecido mediante el Decreto 648 de 2017, así:

- Liderazgo estratégico
- Enfoque hacia la prevención
- Evaluación de la gestión del riesgo
- Evaluación y seguimiento
- Relación con entes externos de control.

Teniendo en consideración, el cumplimiento de las funciones asignadas a través de dichos roles, se programaron las siguientes actividades:



Con corte a diciembre de 2024, el total de actividades contempladas, ciento cuarenta y tres (143), se cumplieron en su totalidad.



Gráfica No. 1. comportamiento del Plan Anual de Auditoría vigencia 2024

### Fuente: Seguimiento ACI al PAA

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
El - Lograr una eficacia del 100% en el cierre de las acciones que contribuyen al mejoramiento de la Entidad.	Eficacia en el cierre de las acciones	100%	78%	78%

#### Logros

## PLANES DE MEJORAMIENTO

### PLAN DE MEJORAMIENTO POR PROCESO

El plan de mejoramiento para la vigencia 2024, contempló llevar a cabo un total de treinta y dos (32) acciones, las cuales presentaron el siguiente estado con corte a noviembre de 2024:

- Veintiséis (26) acciones quedaron en ejecución y en trámite hasta el 31 de diciembre de 2024
- Seis (6) acciones fueron cerradas como quiera que se cumplió con el indicador y la meta para su realización.

### PLAN DE MEJORAMIENTO INSTITUCIONAL

El plan de mejoramiento para la vigencia 2024, formulado para atender los hallazgos derivados de las auditorías realizadas por la Contraloría de Bogotá, contempló llevar a cabo un total de doce (12) acciones, las cuales presentaron el siguiente estado con corte a noviembre de 2024:

- Diez (10) acciones quedaron en ejecución y en trámite hasta el 31 de diciembre de 2024
- Dos (2) acciones fueron cerradas como quiera que se cumplió con el indicador y la meta para su realización.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
CD - Cumplir 100% los términos procesales de asuntos disciplinarios	Cumplimiento de los términos procesales	100%	100%	100%

#### Logros

La Oficina de Control Disciplinario Interno (OCDI) se encarga de investigar, en primera instancia, las posibles faltas disciplinarias de los empleados y ex empleados del IDT. Estas investigaciones se inician a partir de denuncias ciudadanas, informes internos o requerimientos de otras entidades de control.

Como principal fortaleza, se destaca el respeto por los derechos fundamentales y la observancia de los principios en materia disciplinaria, lo que garantiza a los investigados un proceso transparente y justo. Todas las actuaciones dentro de los procesos disciplinarios se adelantan con estricta sujeción al principio de legalidad, en concordancia con el respeto al debido proceso, el derecho de defensa, contradicción, y dentro de los términos establecidos en la Ley 1952 de 2019, modificada por la Ley 2094 de 2021.

En este sentido, y en atención a la reserva legal aplicable a estos procesos, se describen las actuaciones adelantadas durante la vigencia 2024 dentro de los procesos disciplinarios, de la siguiente manera:

- Gestión de quejas e informes recibidos.
- Gestión general de quejas, informes y procesos disciplinarios.
- Gestión probatoria.
- Procesos disciplinarios instruidos en fase probatoria.

## FUNCIÓN PREVENTIVA

### Charlas de sensibilización sobre faltas disciplinarias

Se llevaron a cabo cuatro (4) charlas de sensibilización sobre el proceso disciplinario dirigidas a todos los servidores públicos y contratistas del IDT, lo que permitió un alcance a más de 100 servidores y colaboradores. Este mecanismo de prevención busca reducir la comisión de faltas disciplinarias y mejorar la prestación de los servicios del IDT.

## Piezas comunicativas

Durante el período reportado, se elaboraron y socializaron diez (10) piezas informativas dirigidas a la comunidad del IDT. Estas fueron enviadas a través de correos electrónicos con el objetivo de fortalecer la función preventiva en temas disciplinarios.

## Otras acciones

- Se realizó el control de legalidad de todos los procesos activos, verificando términos procesales, notificaciones y comunicaciones para prevenir futuras nulidades.
- Se dio cumplimiento a las actividades del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).
- Se adelantó el análisis y la proyección de decisiones sobre quejas e informes radicados en la vigencia 2024 en un plazo no mayor a treinta (30) días.
- Se publicaron las comunicaciones exigidas por la Ley en la página web de la entidad, dentro del portal de transparencia, en cumplimiento de los principios de debido proceso, publicidad y derecho de defensa.
- Se dio trámite y respuesta a las directivas de la Secretaría Jurídica Distrital en materia disciplinaria.
- La Oficina participó en eventos distritales e internacionales en materia disciplinaria a los que fue convocada.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
JC - JC - Elaborar del 100% de contratos y/o convenios (Contratación directa)	Oportunidad en la elaboración de contratos y/o convenios (Contratación directa)	100%	100%	100%

## Logros

En la vigencia 2024 dando cumplimiento a lo programado en el Plan Anual de Adquisiciones de la vigencia, se suscribieron un total de 141 contratos, que corresponden a la modalidad de Contratación Directa, prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, en cumplimiento con la normatividad vigente teniendo así un total de 24 contratos suscritos en el mes de enero, 93 contratos en el mes de febrero y 24 en el mes de marzo.

Para el segundo Trimestre, fueron suscritos un total de 21 contratos que corresponden a la modalidad de Contratación Directa, prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, de los cuales 10 fueron suscritos en el mes de abril y 11 en el mes de mayo. Para el mes de Junio no se suscribieron contratos toda vez que nos encontrábamos en el proceso de armonización al nuevo plan distrital de desarrollo y no era posible la ejecución de recursos para los gastos de inversión, rubro de donde proviene el 100% de la contratación de prestación de servicios.

Para el tercer trimestre se habilita la disponibilidad presupuestal con ocasión del nuevo plan distrital de desarrollo, y se adelantaron un total de 143 contratos, de acuerdo con lo requerido por las diferentes áreas, teniendo que para el mes de julio se adelantaron 54 contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, para el mes de agosto un total de 63 contratos y para el mes de septiembre 26 contratos.

Para el cuarto trimestre, dando cumplimiento al Plan Anual de Adquisiciones de la vigencia 2024, se tiene que fueron suscritos un total de treinta y cuatro (34) contratos, que corresponden a la modalidad de Contratación Directa, prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, en cumplimiento con la normatividad vigente, teniendo así un total de trece (13) contratos para el mes de octubre, veinte (20) contratos para el mes de noviembre y un (1) contrato para el mes de diciembre de 2024

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
JC - Elaborar al 100% en el trámite de la elaboración de proceso de selección (Convocatoria pública).	Oportunidad en la elaboración de contratos derivados de procesos de selección ( Convocatoria pública)	100%	100%	100%

## Logros

### Primer Trimestre

Durante este período, se suscribieron y adjudicaron un total de ocho (8) procesos de selección, distribuidos de la siguiente manera:

#### Cinco (5) procesos de Mínima Cuantía:

- IDT-MC-001-2024 – DAICON S.A.S.
- IDT-MC-002-2024 – PC PRONTO S.A.S.
- IDT-MC-003-2024 – JARDÍN BOTÁNICO.
- IDT-MC-004-2024 – STAR SOLUTIONS TI S.A.S.

#### Tres (3) órdenes de compra:

- OC 124686 – SERVI ASEO S.A.S.
- OC 106020 – CONSORCIO TRANSPORTES.
- OC 1265592 – XERTICA.

### Segundo Trimestre

En este trimestre, se suscribieron y adjudicaron seis (6) procesos de selección, organizados de la siguiente manera:

**Dos (2) Licitaciones Públicas:**

- IDT-LP-001-2024 – UNIÓN TEMPORAL MEDIOS PEZETA - INGEPLAN.
- IDT-LP-002-2024 – CENTURY MEDIA S.A.S.

**Dos (2) procesos de Mínima Cuantía:**

- IDT-MC-007-2024 – COMERCIALIZADORA SOSAMED S.A.S.
- IDT-MC-006-2024 – BONGA BUSTAMANTE S.A.S.

**Dos (2) Selecciones Abreviadas:**

- IDT-SAMC-001-2024 – ASEGURADORA SOLIDARIA.
- IDT-SAMC-002-2024 – AVOLAR VIAJES Y TURISMO LIMITADA.
- OC 128172 – UNIÓN TEMPORAL MOTORYSA - CASATORO 2020.

**Tercer Trimestre**

Durante este período, se suscribieron y adjudicaron dos (2) procesos de selección:

- Prestación del servicio de mensajería expresa para el envío de comunicaciones internas y externas generadas por el Instituto Distrital de Turismo.
- Adquisición de un vehículo automotor para atender las necesidades propias del Instituto Distrital de Turismo.

**Cuarto Trimestre**

En el cuarto trimestre, se suscribieron y adjudicaron un total de trece (13) procesos de selección, distribuidos de la siguiente manera:

- Una (1) Contratación Directa con la Universidad Nacional.
- Tres (3) órdenes de compra para la adquisición de impresoras, computadores y la prestación de servicios de aseo y cafetería.
- Nueve (9) procesos de Mínima Cuantía.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
JC - Elaborar el 100% la liquidación de contratos y/o convenios.	Oportunidad en la liquidación de contratos y/o convenios.	100%	76%	88%

**Logros**

Durante el primer trimestre de 2024, se radicaron un total de 11 solicitudes de liquidación de contratos, todas revisadas por los abogados encargados y viabilizadas para iniciar el proceso. De estas, tres fueron finalizadas y publicadas en la plataforma SECOP II, y ocho están en proceso de elaboración por el abogado asignado.

En el segundo trimestre, también se radicaron 11 solicitudes, todas revisadas y viabilizadas. Cinco fueron terminadas y publicadas en SECOP II, mientras que seis están en elaboración.

Para el tercer trimestre, se radicaron 10 solicitudes, las cuales también fueron revisadas y viabilizadas. Se finalizaron seis y fueron publicadas en SECOP II, tres están en proceso de elaboración y una fue devuelta al área.

En el cuarto trimestre, se radicaron 17 solicitudes de liquidación, todas revisadas y viabilizadas. Se terminaron seis y se publicaron en SECOP II, siete están en proceso y cuatro fueron devueltas al área.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
JC - Ejecutar 100% el plan de acción de la Política de Prevención del daño antijurídico.	Ejecución del plan de acción de la Política de Prevención del daño antijurídico.	100%	100%	100%

### Logros

En el primer trimestre de 2024, la Oficina Jurídica elaboró un catálogo de indicaciones no pertinentes en las obligaciones contractuales, por desconocer la autonomía del contratista. Este documento, preparado entre el 22 y 27 de marzo, fue entregado de manera confidencial a los enlaces designados por cada área.

En el segundo trimestre, no se realizaron actividades específicas, pero se prepararon acciones para el segundo semestre, como la actualización del Manual de Supervisión e Interventoría, reuniones para el avance de actividades sobre la protección de datos personales y la difusión de piezas gráficas sobre supervisión.

En el tercer trimestre, la Oficina Jurídica finalizó la actualización del Manual de Supervisión e Interventoría (JC-M02) el 31 de julio, mediante la Resolución 213 de 2024 de la Dirección General.

Aunque en el cuarto trimestre estaban previstas cinco actividades, dos de ellas fueron reprogramadas para marzo de 2025 por la Resolución 270 del 20 de diciembre de 2024. Durante este periodo, la Oficina Jurídica completó tres actividades: (i) el envío de comunicaciones sobre exigencias no válidas para la supervisión, en colaboración con la Oficina Asesora de Comunicaciones, realizado en abril, julio, octubre y diciembre de 2024; (ii) el levantamiento de un inventario de perfiles y competencias del personal, consolidado en un "tesauro" que fue entregado al proceso de Atención al Ciudadano el 4 de diciembre de 2024; y (iii) la propuesta de un lineamiento para mayor protección de contratistas en estado de embarazo, presentada al Comité de Contratación mediante Memorando 2024IE2848 el 18 de diciembre de 2024.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GD - Fortalecer 100% la Gestión Documental de la Entidad.	Control de humedad del archivo de gestión y central.	Entre 45% y 60%	Entre 45% y 60%	93.33%

### Logros

Se realizó el seguimiento a la conservación de los documentos del Archivo Central, monitoreo y control de las condiciones de humedad, por medio de los equipos deshumidificadores y Termohigrometro Dataloggers. Ahora bien, con este seguimiento se busca implementar

acciones de control, entre tanto, los márgenes se mantienen dentro de lo establecido para la conservación documental en los parámetros determinados en el Acuerdo 049 de 2014 del AGN.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GD - Fortalecer 100% la Gestión Documental de la Entidad.	Control de temperatura del archivo central.	Entre 15° y 20°	10°-14° / 21°-25°	80%

### Logros

Se realizó un seguimiento permanente a la temperatura de los archivos, evidenciando que se encuentra en un margen satisfactorio, cumpliendo así con los parámetros de conservación documental. Teniendo en cuenta

la nueva ubicación y distribución del archivo se reubicaron los equipos de medición y se dejó de implementar el uso del ventilador que se tenía en la sede anterior.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GD - Fortalecer 100% la Gestión Documental de la Entidad.	Transferencias Documentales Primarias	3	3%	100%

### Logros

De acuerdo con los tiempos de retención establecidos en la Tabla de Retención Documental se recibieron 3 transferencias documentales primarias, acorde a los lineamientos y el cronograma de transferencias documentales, con un avance del 100% debido a que el proceso viene implementando

lineamientos claros con el fin de verificar la organización física de sus documentos y garantizar su debida conservación, así como acompañar el proceso de organización e inventario del material documental a transferir que han requerido ajustes por parte de las áreas.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GD - Fortalecer 100% la Gestión Documental de la Entidad.	Actualización del Sistema Integrado de Conservación-SIC	100%	100%	100%

### Logros

Se adelantó la contratación de un Profesional en Conservación y Restauración de Bienes Muebles, lo que permitió dar continuidad al cumplimiento y seguimiento de las actividades de las seis estrategias de los planes de conservación documental.

De igual forma, se llevó a cabo la actualización del Sistema Integrado de Conservación, correspondiente a cada uno de los planes, programas, estrategias, proyectos y actividades de los planes de conservación documental del IDT. Asimismo, se aprobó el Modelo de Gestión Documental y Administración de Archivos (MGDA) 2024.

El equipo de gestión documental ha avanzado en la actualización de los instrumentos archivísticos, tales como el Plan Institucional de Archivos (PINAR), el Programa de Gestión Documental (PGD), las Tablas de Retención Documental, el Sistema Integrado de Conservación, el Programa de Documentos Vitales o Esenciales y los Activos de Información.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
CO - Atender el 100% de las solicitudes de comunicaciones en un término máximo de 7 días hábiles	Cumplimiento en la atención a las solicitudes internas	100%	100%	100%

**Logros**

Se implementaron diferentes estrategias que buscan fomentar el sentido de pertenencia institucional, espacios de diálogo, mejorar el clima laboral y el buen trato entre la comunidad. Actualmente la intranet hace parte fundamental de la entidad como canal de gestión y comunicación con relación a la meta destacada se atendieron el 100% de las solicitudes de comunicaciones, se alcanzaron los siguientes logros: Se mantuvo el correcto funcionamiento y actualización de contenidos de la intranet, el seguimiento de esta actividad se realiza mediante el formato CO F03 Control de actualizaciones de manera mensual.

- Atención a solicitudes
- Definir un calendario semanal de contenidos
- Generación de contenidos informativos
- Atención a solicitudes internas

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
DE - Gestionar integralmente el 100% de los residuos generados en el IDT	Gestión Integral de Residuos	100%	100%	100%

**Logros**

Durante este periodo, se gestionaron todos los residuos aprovechables a través del Acuerdo de Corresponsabilidad con la Asociación Colombiana de Recuperadores Unidos (ACRUB). ACRUB entregó mensualmente certificados que detallaban las cantidades y tipos de materiales recolectados (archivo, PET, soplado, cartón, plegadiza y plástico), garantizando su adecuado aprovechamiento. En la sede administrativa, se instalaron puntos ecológicos con carteleras y etiquetas para facilitar la separación de residuos por parte de los colaboradores.

Se llevó a cabo un seguimiento mensual del consumo de papel y tóner en cada dependencia, dado el volumen significativo de residuos generados. Además, los residuos peligrosos, como tóner y medicamentos vencidos, fueron entregados a Tratamientos y Rellenos Ambientales de Colombia S.A.S.

(TRACOL), empresa autorizada para su tratamiento y disposición final, en cumplimiento con la normativa vigente. Finalmente, se realizaron capacitaciones para mejorar la segregación de residuos en la fuente y fomentar la reducción del uso de plásticos de un solo uso entre los colaboradores.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
DE - Hacer uso eficiente del agua logrando un consumo promedio de 0,95 m <sup>3</sup> por persona por mes	Uso eficiente del agua	<0,95 m <sup>3</sup> por persona por mes	0.95 m <sup>3</sup>	100%

**Logros**

En relación al cumplimiento de la meta de consumo de agua per cápita, durante el año 2024 se garantizó que los niveles de consumo no superaran el valor de 0,95m<sup>3</sup>/persona.

tubería que fue corregida oportunamente. Como compromiso asociado a las directrices de la Alcaldía Mayor de Bogotá asociadas al uso eficiente del agua en épocas del Fenómeno del Niño se llevaron a cabo estrategias comunicativas internas y capacitaciones buscando que las actividades y las acciones de los colaboradores estuvieran enfocadas en aportar a la reducción de los consumos de agua durante estos momentos coyunturales.

De acuerdo con los reportes de consumo entregados por la administración para los pisos 22 y 23 durante esta vigencia únicamente se presentó un mes donde los valores superaron el promedio pero correspondió a una fuga en una

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
DE - Hacer uso eficiente del agua logrando un consumo promedio de 0,95 m <sup>3</sup> por persona por mes	Uso eficiente de la energía	<0,49 KW por persona por mes	0.49kw	100%

**Logros**

En relación al uso eficiente de la energía, realizado la revisión de los reportes de consumo de cada mes se evidenció que los valores promedios estaban acordes con la meta establecida. Es importante resaltar que en razón de las directrices de la Alcaldía Mayor de Bogotá asociadas al uso eficiente del agua en épocas del Fenómeno del Niño en la Entidad se implementó una medida asociada a la utilización de únicamente el 50% de luminarias

durante la jornada y la optimización de la luz natural aprovechando el número amplio de ventanales lo cual tuvo efecto en los respectivos consumos. Como es el caso de las temáticas ambientales anteriores también se llevaron a cabo procesos de divulgación en los canales de comunicación interna resaltando la importancia de hacer más eficiente el uso de este recurso, así como actividades de capacitación virtual con los colaboradores.

## 5.4 Perspectiva Financiera

9

Objetivo

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

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

### Logros

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

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

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

Fuente Bogdata, Cifras en millones

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

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
7908-Otorgar 1.050 estímulos o incentivos a los actores del sector turismo para mejorar su competitividad y promoción en el sector turístico	# de actores del sector turismo beneficiados con estímulos o incentivos para mejorar su competitividad y promoción en el sector turístico	150	95	63%

**Logros**

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

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

**Logros**

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

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

**Logros**

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

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
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.	Iniciativas presentadas para atracción de inversión en turismo.	10	10	100%

### Logros

- UCCI- Destinos Conectados: Ciudades Iberoamericanas desbloqueando el poder de la Inteligencia Artificial (Madrid, Buenos Aires, Bogotá-Consejería TIC). Proyecto aprobado.
- UCCI- Publicación artículo y receta en la Edición No. 38 de la revista. Publicación exitosa.
- Curso del IFMST (International Federation of Municipalities for Sports and Tourism) – efectos económicos de ser ciudad anfitriona de eventos deportivos – curso realizado por una funcionaria de mercadeo.
- JICA- Consultor especializado - seguimos en proceso, pasamos a la última fase de postulación – los resultados los tendremos en marzo de 2025.
- Decálogo de Turismo Gastronómico - continúa en el proceso con UCCI y las entrevistas.
- Premio Pergamino de Honor de ONU Hábitat con la Estrategia de Turismo Accesible – no fuimos escogidos.
- Intercambio de buenas prácticas: iniciativa “Fortalecimiento de capacidades para impulsar la estrategia accesible de Turismo en la ciudad de Bogotá”, presentada para la Comixta entre Colombia y Guatemala- no fuimos elegidos, priorizaron proyectos más innovadores.
- Firma de memorando de entendimiento con Guiglo, Costa de Marfil, África.
- Organización del Foro de ciudades del aprendizaje – Secretaría de Educación.
- Embajada de Colombia en Brasil - promoción de campaña de ciudad en Brasil.
- Desde la entidad se empezó a proyectar la monetización de la Cooperación Internacional entre recursos, asistencia técnica, divulgaciones, publicaciones, ejercicio que dio como resultado un monto aproximado de \$220 millones.

10

Objetivo

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

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
DE -Lograr una oportunidad mínima del 96% en la ejecución del Plan Anual Adquisiciones del presupuesto de inversión.	Presupuesto de inversión comprometido en la fecha programada en el PAA / Presupuesto de inversión programado en el periodo	96%	98,65%	102,76%

## Logros

La entidad realizó la respectiva programación del Plan Anual de Adquisiciones según lo dispuesto en el procedimiento DE-P02 "Aprobación, control y seguimiento del Plan Anual de Adquisiciones" y los lineamientos dados por la SDH y la SDP. Cada área responsable de la ejecución estableció su necesidad contractual de acuerdo con el cumplimiento de las metas del Plan de Desarrollo.

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

Unidad ejecutora 1: 279 líneas de contratación para ejecutar \$11.875 millones de pesos, mediante las siguientes modalidades de contratación; 1 concurso de méritos abierto, 250 procesos de contratación directa, 9 licitaciones públicas, 9 mínimas cuantías, 6 selecciones abreviadas de menor cuantía, 3 selección abreviadas por acuerdo marco y 1 selección abreviada S.I.

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

En el mes de julio de 2024, mediante la Junta Directiva, se aprobó la modificación en el presupuesto de gastos de inversión como parte del proceso de armonización presupuestal de

los proyectos de inversión del PDD UNCSAB al nuevo PDD "Bogotá Camina Segura", por lo que se realizó nuevamente la programación del Plan Anual de Adquisiciones para el segundo semestre de dicha vigencia.

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

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

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

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

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
DE - Ejecutar mínimo el 97% del presupuesto de inversión disponible.	Ejecución del presupuesto de inversión	97%	99,42%	103,5%

## Logros

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

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

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

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

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

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

### Ejecución inversión 2024

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

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



Fuente Bogdata 31/12/2024

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

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

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

\*Fuente Bogdata, Cifras en millones

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

**Plan de Desarrollo Distrital "Bogotá Camina Segura 2024-2027"**

Proyecto de Inversión	Apropiación 2024	Compromisos 2024	% Avance Ejec	Giros	% Avance Giros
111-Desarrollo de acciones de marketing que permitan el posicionamiento y consolidación de la ciudad como destino turístico a nivel regional, nacional e internacional a Bogotá D.C.	\$1.516	\$1.504	99,22%	\$860	56,71%
112-Desarrollo de estrategias de mercadeo y fortalecimiento de capacidades de actores de la cadena de valor del turismo para mejorar el posicionamiento a nivel nacional e internacional de Bogotá D.C	\$268	\$261	97,27%	\$218	81,33%
119-Fortalecimiento de la capacidad del Sistema Distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística de Bogotá-Región como destino competitivo, responsable, sostenible y accesible Bogotá D.C.	\$917	\$909	99,16%	\$652	71,18%
126-Implementación de 10 productos que aporten a mantener la certificación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente Bogotá D.C	\$336	\$335	99,84%	\$280	83,53%
128-Implementación de un modelo de gestión de información estadística para el sector turismo de Bogotá D.C	\$465	\$448	96,39%	\$339	72,90%
190-Fortalecimiento de la gestión institucional y operativa del Instituto Distrital de Turismo Bogotá D.C	\$2.163	\$2.131	98,54%	\$1.639	75,80%
132-Fortalecimiento del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá-FONDETUR Bogotá D.C	\$45	\$45	100,00%	\$45	100,00%

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GF - Alcanzar mínimo el 93% de la ejecución presupuestal de funcionamiento	Ejecución del presupuesto de funcionamiento	95%	95%	95%

### Logros

Se alcanzó un nivel de ejecución del 95% vs la meta, ubicado en el rango satisfactorio del nivel de gestión.

Con el propósito de cumplir la meta propuesta, quincenalmente se envía vía email el informe de certificados de disponibilidad presupuestal, la ejecución de compromisos y los pagos acumulados de la vigencia, el informe de ejecución de reservas presupuestales y de pasivos exigibles, con el fin que los responsables de la información de los recursos en cada área puedan verificar el estado de ejecución, agilizar los pagos de los compromisos y de ser el caso, liberar los recursos que no se hayan ejecutado mediante actas de liquidación, con el objetivo de disminuir las reservas a constituir y los pasivos exigibles para la siguiente vigencia.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GF - Ejecutar al 100% las reservas presupuestales	Ejecución reservas presupuestales	98%	93,84%	93,84%

### Logros

Las Reservas Presupuestales definitivas para la vigencia 2024 fueron por valor de \$557.525.890, la ejecución de las mismas fue de \$523.174.700 que representa un nivel de ejecución del 93,84%, logrando el nivel de ejecución propuesto en la meta.

Es preciso indicar que la meta institucional en ejecución de reservas es del 100% y la meta del indicador de ejecución de reservas es de 98%, el indicador institucional de ejecución de reservas debe ser del 98%, debido a que existen circunstancias ajenas a la Entidad en la ejecución o en la liquidación de los contratos.

Meta	Indicador de la meta	Meta 2024	Resultado 2024	%
GF - Ejecutar mínimo el 89% del PAC aprobado	Ejecución del PAC	89%	103.1%	100%

## Logros

Teniendo en cuenta que los recursos del Instituto provienen del Presupuesto del Distrito Capital, es la Tesorería Distrital quien realiza el desembolso de los recursos ordenados por el IDT a través del ERP Bogdata. Así mismo, con la entrada en vigencia de la Cuenta Única Distrital, se ordenó el ingreso progresivo de los establecimientos públicos, lo que implica el cierre de las cuentas bancarias y el traslado de los recursos a la Tesorería Distrital.

Como herramienta de apoyo a la gestión de pagos se cuenta con el Plan Anual Mensualizado de Caja - PAC, y la Subdirección de Gestión Corporativa de acuerdo con los lineamientos de la Secretaría Distrital de Hacienda, tramita los diferentes requerimientos de reprogramación y adición de PAC de acuerdo a las necesidades de cada una de las dependencias del IDT.

En tal sentido, la programación del Plan Anualizado de Caja (PAC) con corte al 31 de diciembre de 2024 fue de \$28.854.406.407, mientras que su ejecución fue de \$26.003.343.055, alcanzando un nivel de ejecución del 92% y un cumplimiento del indicador respecto a la meta propuesta (89%) para la vigencia, con un 105,4%..

El permanente trabajo en equipo con las áreas de la entidad, en el seguimiento a la ejecución del PAC programado para lograr una óptima ejecución, permitió alcanzar el cumplimiento de la meta propuesta. Por su parte, la Secretaría Distrital de Hacienda ha puesto retos constantes a superar, como restringir las adiciones de PAC no programado, por lo cual se ha trabajado en mejorar la programación de los recursos por parte de cada una de las áreas de la entidad.

Así las cosas, con el propósito de registrar los hechos económicos y gestionar las cuentas de cobro de manera oportuna, se realiza permanentemente la validación y seguimiento respectivo desde la Tesorería del IDT.

## 6. Metas y logros De la gestión 2024



De acuerdo a las metas establecidas en el Plan de Desarrollo Distrital "Bogotá Camina Segura 2024-2027", se describen los logros de la gestión para el segundo semestre de la vigencia 2024, frente a cada uno de los proyectos de inversión asociados a cada meta,

Atendiendo el proceso de armonización, a continuación se destacan los logros alcanzados desde los proyectos de inversión y sus metas. En 2025 se estará estructurando toda la Plataforma estratégica de la entidad.

### Proyecto No 111-Desarrollo de acciones de marketing que permitan el posicionamiento y consolidación de la ciudad como destino turístico a nivel regional, nacional e internacional a Bogotá D.C.

#### Logros:

Se lograron impactar a un total de 273.788 personas mediante diversas estrategias de promoción y mercadeo, que incluyeron:

- Desarrollo de pautas en medios digitales en mercados nacionales y/o internacionales: Un total de 91.092 personas vieron la pauta. Esto con el fin de motivar a estos potenciales turistas.
- Atracción de nuevos usuarios a la página web: Se implementó una estrategia integral para atraer nuevos usuarios al sitio web de VisitBogota, logrando un total de 124.173 visitantes.
- Presencia en Redes Sociales: Se registró un incremento de 13.073 nuevos seguidores en redes sociales, gracias a la creación y difusión

de contenido variado, incluyendo fotografías, videos y otros formatos atractivos.

- **Experiencias Turísticas:** Esta iniciativa permitió a los empresarios ofrecer sus servicios en una plataforma que facilita a los usuarios la reserva de bienes y servicios. En total, 3.671 personas realizaron reservas a través de esta plataforma.
- **Participación en Acciones y Eventos:** Se llevaron a cabo 13 acciones para promocionar la ciudad, con la participación de 3.739 personas. Estas actividades incluyeron presentaciones a empresarios, apoyo en el desarrollo de 2 viajes de familiarización y presencia en eventos de relevancia nacional e internacional como la COP 16.
- **Atención a través de la Red de Información Turística:** Se atendieron 38.040 personas, de las cuales 34.515 hicieron consultas en los distintos puntos de información y 3.525 participaron en los 282 recorridos turísticos y se encuentran distribuidas de la siguiente manera:
  1. Consultas de residentes: 22.692
  2. Consultas de nacionales: 7.676
  3. Consultas de internacionales: 7.672
- **Presencia de Marca en Eventos:** Se gestionó la presencia de la marca en 33 eventos con participación de turistas nacionales e internacionales, enfocándose en la promoción del destino para el turismo de reuniones y eventos.

El Plan de Promoción y Mercadeo de la ciudad tiene como objetivo el diseño, ejecución y seguimiento a las acciones de promoción y comercialización de la oferta turística de Bogotá, con el fin de impactar y apoyar de manera significativa la demanda de viajeros a la capital y el mercadeo de productos turísticos innovadores, así como el posicionamiento de la marca ciudad. En este plan se contemplan mercados prioritarios clave como: Estados Unidos, España, Brasil, Argentina, Ecuador, Perú, México, Chile y República Dominicana, que

representan una gran oportunidad para atraer turistas de alto valor.

Para llevar a cabo esta premisa, se contemplan los siguientes ejes:

### **Marca Ciudad:**

El componente de Marca Ciudad busca desarrollar una narrativa que posicione a Bogotá como un destino turístico acogedor, diverso, inclusivo y de primer nivel, tanto en mercados nacionales como internacionales. El objetivo es generar un vínculo emocional y racional con los diferentes grupos de interés dentro de la cadena de valor del turismo, desde turistas hasta residentes, pasando por inversionistas y actores del sector público y privado. Este trabajo se viene desarrollando con entidades clave como la Cámara de Comercio de Bogotá, Invest in Bogotá, la Alcaldía Mayor de Bogotá, y la Mesa de Mercadeo de Ciudad. A continuación, se citan las acciones desarrolladas

**Desarrollo de Narrativa de Marca Ciudad:** En articulación con la Cámara de Comercio de Bogotá, Invest In Bogotá, Alcaldía Mayor y la Mesa de Mercadeo de Ciudad. Para lograr el desarrollo de la narrativa llevó a cabo un proceso de: Participación / Co-creación / Apropiación.

Nace la nueva narrativa de Marca Ciudad: "Bogotá, tu casa" que se articula dentro de una estrategia integral y multicanal, diseñada para fortalecer la presencia de la ciudad en los ámbitos nacional e internacional. Creando una identidad de marca sólida, coherente y emocionalmente resonante, donde "Bogotá, tu casa - Bogotá, your home" se proyecte como una ciudad acogedora, diversa e inclusiva, con una rica oferta cultural y una hospitalidad genuina.

**Campaña 360° de Marca Ciudad 2024:** La estrategia de marca "Bogotá" para 2024, se centró en un enfoque integral de city branding que busca posicionar a la ciudad bajo una narrativa coherente y atractiva, tanto para audiencias nacionales como internacionales.

Este enfoque va más allá de la promoción turística tradicional, integrando acciones de comunicación, mercadeo y publicidad bajo un eje común que refuerza la reputación de la ciudad. Además, esta estrategia no solo responde a las necesidades inmediatas de la vigencia 2024, sino que se enmarca dentro de una visión a largo plazo que busca consolidar a Bogotá como un líder en el turismo y otros sectores estratégicos.

### **Acciones importantes que se desarrollaron en la campaña 360° de Marca Ciudad:**

**FREE PRESS:** Se logró más de 460 publicaciones en medios, con un valor estimado superior a \$2.469 millones en impactos generados a través de notas periodísticas desde la Subdirección de Mercadeo. A continuación, se destacan algunos de estos proyectos:

- Lanzamiento Campaña: Bogotá tu casa: 30
- Rueda de encadenamiento RVMBO: 19
- Gofest y Colombia Tech: 17
- Bogotá busca reconocer a líderes del turismo sostenible en Bogotá: 32
- Bogotá se convierte epicentro del Forever Wedding Summit: 22
- Fritanga Fest: 18
- Festival Artes Vivas: 25
- Bogotá nominada en los World Travel Awards destino urbano líder del mundo: 26
- Campaña: Bogotá Your Home en Nueva York: 30
- Bogotá de Gala: 32

**Alianzas:** Se gestionaron estratégicamente alianzas público privadas, mediante el relacionamiento con medios de comunicación, generadores de contenidos, empresarios, gremios, y otros actores de la cadena de valor del turismo en la capital. Los desarrollos se dieron así:

- **Black Days ACECOLOMBIA:** Estrategia de promoción en cobranding con “Bogotá tu casa” para aprovechar los Black Days de ACECOLOMBIA, incentivando el turismo local y las compras en Bogotá,.
- **Activación Times Square:** Gestión de creación de contenido de “Somos Rolos” in situ y en sus canales oficiales.
- **Coordinación del evento Ciudad Brilla “4 Elementos”.**
- **Apoyo en la coordinación y cumplimiento del memorando de entendimiento con Visit Córdoba:** Agenda de reuniones para identificar alianzas y sinergias posibles para promocionar los 2 destinos.
- **P.R. (Relaciones Públicas):** Gestión de relacionamiento con influenciadores, gestión de promoción y difusión de Bogotá como destino turístico en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales
- **Press Trips:** Fashionizando (Brasil), Press Trip del Orgullo, Press Marie Claire (México), Press Trip Chicago

**Plan De Pauta:** Para complementar eficazmente la estrategia 360° de promoción de la nueva narrativa, se cuenta con los servicios de una agencia de central de medios, que permite incrementar el impacto. Es de mencionar que los productos audiovisuales y de diseño que se requieren para la implementación de esta pauta se desarrollan con el equipo inhouse.

A continuación se destacan las siguientes cifras generales logradas con la CAMPAÑA 360° a lo largo de la vigencia:

**Implementación de pauta paga (total 2024):** Se realizaron un total de 18 referencias publicitarias en el marco de la estrategia de posicionamiento de Marca Ciudad y promoción de oferta turística, A lo largo de la campaña, Bogotá estuvo presente en países clave como México, Estados Unidos, Perú, Ecuador, Costa Rica, Chile, Brasil y Panamá, así como en las principales ciudades de Colombia. La pauta se ejecutó principalmente



en formatos digitales y redes sociales, pero también se aprovecharon espacios emblemáticos como la pantalla de Times Square en Nueva York, lo que permitió dar a conocer Bogotá a nivel global.

Resultados obtenidos: Alcance acumulado de 8.383.373 personas, 16.182.070 impresiones, reflejando un excelente desempeño en términos de visibilidad y efectividad.

**Redes sociales: En línea con la estrategia integral de Marca Ciudad 2024 y la nueva narrativa "Bogotá, Tu Casa":** Las redes sociales jugaron un papel fundamental en el posicionamiento de la ciudad como un destino acogedor, diverso e inclusivo. En este sentido, se generaron contenidos para publicar en Facebook, Instagram, Twitter, y TikTok, que permitan llegar a audiencias tanto locales como internacionales. Durante este año, Bogotá ha logrado un crecimiento notable en sus plataformas digitales, a continuación se evidencian estos resultados:



- Nuevos seguidores: 17.951
- Total seguidores: 211.738
- Total impresiones: 6.316.189
- Total interacciones: 301.765
- Seguidores totales con corte octubre: 212.597 seguidores
- Personas alcanzadas en redes sociales en octubre: 2.798.589 personas alcanzadas.

En el Plan de Mercadeo se contempló el diseño de nueva estrategia de contenidos digitales, por pilares y en español e inglés, así:

### Pilares del Plan de Mercadeo - Estrategia de contenidos digitales

## Pilares comunicación

### Atributos (Qué es Bogotá - Atractivos)

- Tu casa Diversa
- Tu casa Cultural
- Tu casa Musical
- Tu casa de los Sabores
- Tu casa Cosmopolita
- Tu casa Empresarial

### Experiencias (Vivir Bogotá - Recorridos turísticos)

- Culturales
- Gastronómicas
- De naturaleza
- De bienestar
- Deportivas
- Históricas
- Tecnológicas
- Empresariales

### Agenda (Programación eventos de ciudad)

- Culturales
- Gastronómicos
- De naturaleza
- De bienestar
- Deportivas
- Históricas
- Tecnológicas
- Empresariales

Así mismo, se desarrollaron nuevos formatos creativos enmarcados en atender los diferentes pilares de la estrategia, destacando las siguientes publicaciones que dan cuenta de dichos formatos:



Carrusel de piezas con la información de los eventos, la cual se actualiza semanalmente. (Agenda)

<https://acortar.link/qcCc8L>



Videos seductores con un lenguaje creativo y un toque de humor. (Atributos)

<https://acortar.link/w6vKlB>



Videos que explican al turista cómo vivir Bogotá. (Experiencias)

<https://acortar.link/rE2zAt>



<https://goo.su/2eUcJh>



<https://goo.su/NPPy67i>



<https://goo.su/x7Pfn>

Estos resultados no solo refuerzan la imagen de Bogotá como un destino confiable y accesible, sino que también consolidan su presencia en el panorama digital, acercando la ciudad a audiencias tanto nacionales como internacionales.

En lo que corresponde a la campaña de **"Bogotá tu casa - Bogotá your home"**, se desagregan los siguientes resultados en el plan de pauta paga y redes sociales:

Medio	Referencia / Campaña	Especificaciones de Pauta	Resultados		
			Alcance	Impresiones	CLICS
Digital	Bogotá Tu Casa	Pauta en FB IG YT y TK en Colombia, México, USA, Perú, Ecuador, Costa Rica y Panamá	538.058	737.252	22.927
Digital	FOOH CUMPLEAÑOS BOGOTÁ	Pauta en FB IG YT y TK en Colombia	190.950	263.338	7.491
Impreso El Tiempo	BOGOTÁ TU CASA CUMPLEAÑOS BOGOTÁ	1 Página de contenido o pauta acompañando el especial "CASA DE TODOS" 7 de agosto	N/A	247.433	N/A
Digital El Tiempo	BOGOTÁ TU CASA CUMPLEAÑOS BOGOTÁ	FORMATO REEL EN IG donde haremos una galería de voces con preguntas sobre el Aniversario de la ciudad y el match con la marca patrocinadora del reel (duración 1 minuto)	123.490	N/A	N/A
Impreso Revista Dc	BOGOTÁ TU CASA CUMPLEAÑOS BOGOTÁ	PORTADA MES DE AGOSTO 486 Años + LOGO IDT DENTRO DEL MAPA + LOS SITIOS RECOMENDADOS IDT + 3.000 MAPAS Contenido en formato Reel para ser publicado compartido en redes sociales + 3 historias en redes	23.799	N/A	N/A

Medio	Referencia / Campaña	Especificaciones de Pauta	Resultados		
			Alcance	Impresiones	CLICS
IMPRESO REVISTA DC	PAUTA REVISTA DC SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE	PORTADA DE CADA MES + LOGO IDT DENTRO DEL MAPA + LOS SITIOS RECOMEN- DADOS IDT + 3.000 MAPAS Contenido en formato Reel para ser publicado compartido en redes sociales + 3 historias en redes Septiembre: Mundial Fem Sub 20 Octubre: FIAV Noviembre : Rock al parque Diciembre: Narrativa ciudad	3.800	N/A	N/A
DIGITAL	MANIFIESTO NARRATIVA CIUDAD	Pauta en FB IG TK YT Colom- bia, USA, México, Perú; ecua- dor, Panamá, Brasil	4.565.553	7.404.887	174.817
DIGITAL	MANIFIESTO NARRATIVA CIUDAD	Pauta programática en Colombia - Ecuador - Perú - Brasil - México - Panamá	209.125	340.315	212
DOOH	MANIFIESTO NARRATIVA CIUDAD	Pauta en Avianca video de aterrizaje	350.000	N/A	N/A
CINE	MANIFIESTO NARRATIVA CIUDAD	Barranquilla, Bogotá, Cali, Medellín Comercial de 30" 13 salas	96.604	N/A	N/A
DOOH	NARRATIVA}DE CIUDAD	The Wedge - Broadway & 48th St F/S Pantalla Digital_ TS7170A	N/A	3.702.455	N/A
DOOH	BIENVENIDOS A BOGOTÁ COP 16	EL DORADO NACIONAL / INTERNACIONAL CIRCUITO DIGITAL LED CIRCUITO PREMIUM / LLEGADAS INTER- NACIONALES 7 PANTANTA- LLAS DEL 13 AL 26 DE OCTU- BRE	N/A	108.000	N/A
DIGITAL	POST INFLUENCER CHRISTIAN BYFIELD	1 REEL PARA INSTAGRAM - 2 INSTAGRAM STORIES	241.859	N/A	N/A
DIGITAL	PROMOPOST NARRA- TIVA CIUDAD NY	Promopost IG por una semana CPM	143.285	237.575	103
<b>TOTAL RESULTADOS CENTRAL DE MEDIOS - PAUTA</b>			<b>\$8.768.517</b>	<b>\$16.419.645</b>	<b>\$207.885</b>

**Promoción de la Oferta Turística:** El plan contempló la consolidación de Bogotá como un destino turístico sostenible e inteligente, promoviendo su oferta turística a través de plataformas digitales, como la app Visit Bogotá, redes sociales y medios de comunicación.

Acciones desarrolladas para dar cumplimiento a esta estrategia:

**Implementación estratégica de VisitBogota.co en plataformas digitales:** La app Visit Bogotá, junto con sus redes sociales y sitio web, se han posicionado como los principales canales digitales para la promoción de la Marca Ciudad. Se han implementado estrategias de comunicación y marketing para aumentar la visibilidad de la oferta turística de Bogotá. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

- **El portal web:** A partir del 17 de diciembre de 2024, el portal ha alcanzado un total de 731.489 páginas vistas y 369.285 usuarios, mostrando un crecimiento constante desde junio de 2024. Este incremento fue de más del 40% en el segundo cuatrimestre respecto al primero.
- Gracias al trabajo de SEO realizado en julio, se logró un aumento superior al 30% en el tráfico orgánico en el segundo cuatrimestre, en comparación con el primero, y en el mes de agosto se duplicaron las métricas de julio.
- **Nuevas secciones disponibles en el portal:**
  - \* Módulo para restaurantes en Gastronomía.
  - \* Filtros mejorados para los eventos.
  - \* Rediseño de los atractivos turísticos, home del portal y home de experiencias turísticas.
  - \* Chat con IA generativa Candelaria.
  - \* Banner administrable en el home del portal.
  - \* Sección administrable para temporadas específicas como por ejemplo LGTBI o el cumpleaños de Bogotá.
  - \* Implementación de diseño para la COP16.

- **"Candelaria":** Se desarrolló y lanzó el primer chatbot con IA generativa, diseñado para optimizar la experiencia turística en Bogotá, disponible en la plataforma [www.visitBogota.co](http://www.visitBogota.co). Basada en el modelo GPT-3.5, Candelaria es capaz de generar respuestas en lenguaje natural y personalizadas, de acuerdo con las consultas de los visitantes. Este modelo de IA generativa procesa las solicitudes de los usuarios en tiempo real, proporcionando información sobre destinos, actividades y recomendaciones en Bogotá. Combinando la inteligencia artificial avanzada con la rica herencia cultural de la capital colombiana, Candelaria ofrece asistencia 24/7 a turistas de todo el mundo. Esta iniciativa contribuye al aumento de la competitividad y el crecimiento turístico de la ciudad.

• **Premisas del desarrollo de "Candelaria"**

- \* Inspiración en la historia y cultura de Bogotá.
- \* Tecnología avanzada para una experiencia única.
- \* Innovación que impulsa el turismo y la conectividad global.
- \* Desafíos y optimización continua.
- \* Bogotá al nivel de las grandes capitales del mundo, y constituye un aporte significativo a su consolidación como un Destino Turístico Inteligente de clase mundial.



**Aplicación móvil:** Se ha venido realizando el desarrollo y mantenimiento de la APP como herramienta clave para facilitar la interacción de los turistas con la ciudad, proporcionando información sobre gran parte de la oferta turística de Bogotá en las siguientes categorías:

En la vigencia se lograron 1.663 descargas, alcanzando un total de 2.192 usuarios.

#### **Contenidos en Visit Bogotá:**

- Se escribieron y publicaron 60 nuevos contenidos entre blogs y rutas turísticas.
- Se han corregido, en promedio, 800 textos entre atractivos turísticos, eventos, audio-guías y otras publicaciones de Visit Bogotá.
- Se publicaron más de 400 eventos de ciudad, 100 nuevos restaurantes y 114 experiencias turísticas.
- El contratista José Alberto Mojica, quien realizaba las actividades de Director Editorial de Visit Bogotá, fue coautor del libro 'Bogotá, tu casa', donde escribió la introducción principal de la obra, los capítulos de cada sección y las entradillas de cada una de las subcategorías.
- Se logró la publicación de muchos de los contenidos de Visit Bogotá en medios de comunicación como El Tiempo, ADN y revista Semana.
- Se participó en la planeación creativa de campañas como el Mes del Orgullo LGBTI, 'Bogotá, tu casa' y la guía virtual 'Candelaria'.

#### **Diseño y producción de nuevos formatos de mercadeo directo para la promoción de la oferta turística:**

El desarrollo de nuevos formatos multimedia, como publicaciones, guías y mapas turísticos, ha sido clave para mejorar el posicionamiento de la ciudad. Estos materiales de promoción reflejan los logros de Bogotá y su oferta turística. A continuación, se mencionan algunos de estos nuevos formatos:

Acciones realizadas:

- Se avanzó en el diseño del libro "Bogotá, Tu Casa" (entrega prevista para el primer trimestre de 2025).
- Se publicaron 15 reseñas de audio para atractivos en Visit Bogotá, de un total de 30.
- Se elaboró la propuesta y pre-guion para el podcast "De Visit en un Taxi", que presenta anécdotas de un taxista con turistas por Bogotá. Este contenido piloto consta de 10 capítulos que se realizarán en 2025.
- Se propuso un nuevo mapa-guía de ciudad con la entrega de textos y diseño del mapa, para su edición y publicación en el primer trimestre de 2025.

**Comercialización y Alianzas Estratégicas:** Uno de los principales objetivos es fortalecer la comercialización de Bogotá como destino turístico a través de alianzas estratégicas.

**Eventos - MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions):** Se ha venido priorizando la presencia estratégica de la Marca Bogotá en eventos internacionales, ferias y otros espacios clave, con el fin de captar nuevas oportunidades de promoción. Estas acciones están respaldadas por un fuerte componente de relaciones públicas y activaciones de marca.

- Apoyos a Procesos de Captación (Bureau): Durante la vigencia se han realizado gestiones para 9 eventos, mediante carta y manifestación de apoyo de destino para desarrollarse en la ciudad de Bogotá.
- Se realizó una reunión con Visit Córdoba, el IDT y el Bureau con el fin de buscar sinergias estratégicas entre los dos destinos para captar eventos relevantes para el sector y el desarrollo de la ciudad

Por otra parte, se gestionó con organizadores y productores de eventos públicos y privados la generación de alianzas y el desarrollo de planes de trabajo, logrando la participación en 60 even-

tos con acciones de promoción de la Marca Bogotá a través de la incorporación de diferentes recursos dispuestos por la entidad, tales como: Gigantografías, punto de información turística, vídeos promocionales de Bogotá en pantallas del evento, difusión en redes, free press, material promocional, recorridos gratuitos, activaciones, entre otros.

A continuación, se muestran algunas fotos de los eventos desarrollados:



De igual manera, se ha participado en **33 eventos**, donde se incorporaron acciones de promoción de la narrativa de ciudad "Bogotá, tu casa - Bogotá Your Home", a través de la divulgación del video central de la narrativa de ciudad, así como menciones estratégicas en tarima o en escenarios principales, participación y atención con el Punto de Información Turística y/o Informador o Guía Turístico, presencia de marca a través de activaciones, uso de merchandising y gigantografía, entre otras, que nos han permitido un impacto estimado de **1.167.403 personas**.

**Eventos con Promoción de la Narrativa de Ciudad - Bogotá, Tu Casa - Bogotá Your Home: Comercialización para la Promoción y Posicionamiento de Bogotá:**

Este proceso busca crear un entorno favorable para que los actores del sector privado y los turistas se beneficien de las oportunidades turísticas disponibles, a través del aumento de la visibilidad, y de potenciar Visit Bogotá como una plataforma innovadora y tecnológica que facilite la planificación y la experiencia de los turistas.

A lo largo del año 2024, se registraron un total de **4.610 personas interesadas** en experiencias específicas ofrecidas a través de Visit Bogotá. Entre las experiencias más demandadas se destacaron los recorridos nocturnos centrados en las historias del centro de la capital. En total, estas acciones han generado ingresos superiores a los **\$798.000.000** para más de **21 empresarios** del sector turístico vinculados.

**Experiencias que podrían gustarte**

- Entre selfies e historia**  
Súbete a una patineta eléctrica y vive una aventura inolvidable. Exploraremos los lugares más emblemáticos de Bogotá en la comodidad que ofrecen las bicimamiles de la ciudad.  
[Ver experiencia](#)
- La Candelaria: un viaje ancestral**  
En un entretenido recorrido por el Centro Histórico de Bogotá, te conectarás con la naturaleza y la esencia de los colombianos.  
[Ver experiencia](#)
- Experiencia sensorial y cata de café en Bogotá**  
Este espacio está diseñado para curiosos del café que deseen profundizar su entendimiento y apreciación por esta bebida milenaria.  
[Ver experiencia](#)
- Mitos, leyendas e historias de La Candelaria**  
Vivirás una noche mágica que te conectará con un pasado que se niega a morir y que cobrará vida en las calles de La Candelaria.  
[Ver experiencia](#)
- Saborea el cacao colombiano: talleres, experiencias, tiendas y más**  
Prepara tu propio chocolate santafereño. ¡lleva a tu taza de chocolate un pedazo de tradición bogotana.  
[Ver experiencia](#)
- Cata de barras de chocolate y maridaje con vino**  
Embárcate en un viaje sensorial donde el intenso sabor de las barras de chocolate se encuentra con la armonía y elegancia del vino.  
[Ver experiencia](#)
- Tour original de fantasmas por el Centro Histórico**  
Una experiencia turística innovadora que capitaliza la amplia herencia histórica, patrimonial y cultural de La Candelaria en Bogotá.  
[Ver experiencia](#)
- Descubre la magia de las hierbas ancestrales de Colombia**  
Conoceremos un lugar único en el País donde vive la cultura del uso de las hierbas ancestrales.  
[Ver experiencia](#)

**Soporte de las acciones desarrolladas**

**Recorridos turísticos:** A través de recorridos turísticos gratuitos dirigidos por los guías profesionales, se busca promocionar la oferta turística local, fomentar la exploración ciudadana y generar un sentido de apropiación, respeto y cuidado por nuestra ciudad. En el 2024, hemos alcanzado un importante logro: más de 326 recorridos con la participación de más de 3.733 personas han recibido información valiosa a través de nuestra Red, los recorridos se centran en el Centro Histórico, Recorrido Grafiti de la Candelaria, Recorrido de Fantasmas, Mitos y Leyendas de la Candelaria.

Punto de Información	Horario	Ubicación
<b>PIT – Jardín Botánico de Bogotá</b>	Martes a viernes 8:00 a.m. a 4:00 p.m.  Sábados, Domingos y Festivos 9:00 am a 4:00 pm.  Cerrado por no operación del Jardín Botánico los días lunes o martes después del lunes festivo.	Centro de Atención al Visitante:  Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis Av José Celestino Mutis #68-95, Bogotá.
<b>PIT-Centro Internacional</b>	Lunes a Viernes 8:00 a.m. a 1:00p.m. - 2:00 p.m. a 4:00 p.m.	Cra 10 No. 26-21 Local 12.
<b>PIT-Aeropuerto Llegadas Internacionales</b>	Domingo a domingo 8:00 a.m. a 8:00 p.m.	Llegadas internacionales Aeropuerto Internacional El Dorado.
<b>PIT-Terminal de Transporte el Salitre</b>	Lunes a sábado 8:00 a.m. a 1:00 p.m. - 2:00 p.m. a 4:00 p.m.  Domingos y Festivos 8:00 a.m. a 2:00 p.m.	Módulo 5 Local 127 del Terminal El Salitre.
<b>PIT-Monserrate</b>	Lunes a sábado 8:00 a.m. a 1:00 p.m. - 2:00 p.m. a 4:00 p.m.  Domingos y Festivos 8:00 a.m. a 2:00 p.m.	Cerro de Monserrate cerca al Santuario del Señor Caído de Monserrate.
<b>Punto de Información Móvil</b>	Se ha producido un nuevo Punto de Información Turística (PIT) móvil, diseñado específicamente para acompañar los principales eventos de la ciudad. Este PIT innovador permite llevar la oferta turística de Bogotá directamente a los lugares donde se realizan eventos corporativos, culturales, y sociales, brindando a los asistentes información clave sobre los atractivos de la capital. Con esta iniciativa, se ha buscado acercar la nueva narrativa de la ciudad y la experiencia turística a un mayor número de personas, destacando un sentido de apropiación a visitantes y turistas que visitan la ciudad en cada evento.	

### **Evaluación de calidad en los Puntos de Información Turística:**

El resultado de esta evaluación fue un notable 96.21% de satisfacción, lo que refleja una mejora significativa en la percepción de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos.

**Resultados Generales:** Satisfacción general: Un notable 92.56% de satisfacción en la evaluación de los recorridos indica que la mayoría de los participantes tuvieron una experiencia positiva. Este porcentaje es un indicador fuerte de la efectividad de los servicios ofrecidos.

### **Resultados Clave:**

- **Inicio a tiempo:** 97.67% de los encuestados afirmaron que los recorridos iniciaron a tiempo. Este resultado sugiere un alto nivel de organización y puntualidad, elementos cruciales en la experiencia del usuario.
- **Información clara:** 86.05% de los encuestados otorgaron la calificación máxima (5) en relación con la claridad de la información proporcionada durante los recorridos. Esto destaca la efectividad de los guías en comunicar de manera efectiva el contenido del recorrido, lo que es esencial para el aprendizaje y disfrute de los participantes.
- **Atención del guía amable:** Un 90.91% calificó la atención del guía con un 5, lo que indica que los guías no solo cumplen con sus funciones informativas, sino que también brindan un trato amable y cordial, contribuyendo así a una experiencia más agradable.
- **Cumplimiento de expectativas:** Aunque 79.07% de los encuestados otorgaron una calificación máxima en este aspecto, es importante notar que este porcentaje es menor en comparación con los anteriores. Esto sugiere que hay margen para mejorar en cuanto a la alineación de las expectativas de los participantes con la experiencia real del recorrido.

- **Recomendaciones:** Un 100% de los encuestados recomendarían los recorridos, lo que indica una gran satisfacción general y la posibilidad de que los participantes actúen como promotores del servicio, lo cual es un indicador valioso para el IDT en términos de marketing y reputación.

- **Fortalezas:** La alta satisfacción general y el 100% de recomendaciones son señales claras de que los recorridos turísticos están bien gestionados y que los guías están cumpliendo con sus responsabilidades de manera efectiva.

**Promoción y Mercadeo en los PIT:** Con el fin de cautivar a los visitantes, se ha implementado una producción continua de contenidos promocionales de alta calidad y creatividad, distribuidos en los Puntos de Información Turística (PIT) y otros lugares o eventos estratégicos de Bogotá, donde participan los guías turísticos e informadores. Estos contenidos son proyectados en los pedestales, lo que ayuda a generar mayor interés y apropiación entre turistas y visitantes, fomentando el conocimiento de la oferta turística de la ciudad.

Por otro lado, se han llevado a cabo campañas promocionales de eventos clave en la ciudad. Un ejemplo es la campaña "Bogotá es de Todos", lanzada en el marco del mes del orgullo. Recientemente, también se promocionó el evento COP 16. En estos eventos y otros más de ciudad, se utilizaron avisos con códigos QR que contenían la oferta turística segmentada para el usuario final.

**Alianzas para la Difusión a través de la RIT:** Adicionalmente, como parte de las estrategias implementadas, se estableció una importante alianza con la Revista DC. Se ha estado distribuyendo un mapa turístico que destaca los principales atractivos de Bogotá. Este mapa está disponible en los puntos de información turística de la ciudad y ofrece a los visitantes una guía detallada de los lugares más emblemáticos, facilitando el descubrimiento de la oferta turística de la capital.



Soporte de las acciones desarrolladas

**Turismo Vacacional:** Las acciones llevadas a cabo dentro del marco del turismo vacacional buscan fortalecer el posicionamiento de Bogotá como un destino turístico preferido, a la vez que contribuyen al incremento en el número de llegadas de viajeros a la ciudad y al aumento en la duración de sus estancias. A continuación, se detallan los eventos realizados o en los que se ha participado:

- Rueda de Encadenamiento - RVMBO 2024 (julio): A través de este evento, se generaron expectativas de negocio por un monto aproximado de \$2.160.880.000.
- Fam Trips Mercados Internacionales (agosto): Se estima que el valor de estos fam trips ascendió a \$120.000.000.

Agenda Académica en RVMBO 2024 (septiembre)

- Rueda de Negocios Vacacional RVMBO 2024 (septiembre): Se estimaron expectativas de negocios por un total de \$3.667.200.000.
- Webinar con ProColombia y Copa Airlines (septiembre)
- Presentación de Destino a la Academia Indoamericana (septiembre)
- VITRITUR 2024 (octubre)
- COP 16 (21 de octubre al 1 de noviembre 2024)
- Presentación de destino Agencia de viajes Price Travel (noviembre)
- Rueda de encadenamiento Bogotá Tu Casa "Explora y Conecta con la Ciudad" (noviembre): La primera rueda de encadenamiento bajo la campaña Bogotá Tu Casa se llevó a cabo como parte de la preparación para la Vitrina Turística de ANATO 2025. Las expectativas de negocio generadas fueron de un valor estimado de COP 577.729.500.



Por lo anterior, con las diferentes acciones e iniciativas institucionales de mercadeo y promoción que se realizan y teniendo en cuenta los ejes estratégicos antes mencionados, se evidencia el esfuerzo integral para posicionar a Bogotá como un destino turístico de primer nivel y a través de su implementación, se continúa consolidando a la ciudad en el ámbito global, promoviendo su oferta turística y fortaleciendo su imagen como una plataforma sostenible.

**Proyecto N. 112-Desarrollo de estrategias de mercadeo y fortalecimiento de capacidades de actores de la cadena de valor del turismo para mejorar el posicionamiento a nivel nacional e internacional de Bogotá D.C**

**LOGROS:**

**Meta de: "2. Estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional"**

- **Fortalecimiento de la Conectividad Aérea y Atracción de Nuevas Rutas:** Se inauguró la nueva ruta aérea que conecta a Punta Cana con Bogotá, mejorando la accesibilidad para turistas internacionales provenientes del Caribe. Se estima que esta nueva ruta ofrezca **740 asientos semanales** entre Punta Cana y Bogotá.



Foto: Inauguración ruta PUJ- BOG

**Clic Air:** Se difundió el mensaje "Bogotá, tu casa" a bordo de los aviones, con la narrativa oficial enviada para su reproducción. Actualmente, se organiza un press trip nacional para amplificar el mensaje. Además, se gestionó una alianza con el Gran Fondo de Egan, ofreciendo un código de descuento para atraer más participantes y fortalecer la conexión con la ciudad.

**Avianca:** Se ejecutó una campaña publicitaria con Avianca, proyectando el video de la narrativa de ciudad en vuelos hacia Bogotá desde España, EEUU, París y Toronto. También se está estructurando un press trip con medios de Chicago para diciembre, con el fin de continuar posicionando a Bogotá internacionalmente.

**Pauta publicitaria en Aeropuerto El Dorado para la COP 16:** Se realizó una pauta publicitaria en el Aeropuerto El Dorado, con 7 pantallas LED en el circuito premium de Llegadas Internacionales, para dar la bienvenida a los asistentes de la COP 16 y posicionar a Bogotá como un destino clave.



**Gigantografía:** Se realizó la remodelación de la gigantografía de la marca ciudad en la zona de llegadas internacionales del Aeropuerto Internacional El Dorado, actualizando su diseño para alinearlo con la nueva narrativa de "Bogotá, tu casa". Esta renovación busca reforzar el mensaje de bienvenida cálida y de conexión con los visitantes desde el momento de su llegada.

**Press trip:** En colaboración con ProColombia y Avianca, se organizó un press trip dirigido a dos periodistas de los medios Chicago Business Journal y Chicago Tribune.

**Proyecto No. 119 - Fortalecimiento de la capacidad del Sistema Distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística de Bogotá-Región como destino competitivo, responsable, sostenible y accesible Bogotá D.C.**

#### LOGROS:

**Meta1: Vincular 500 prestadores de servicios turísticos, iniciativas de emprendimiento local y empresas conexas a la cadena de valor del turismo, en procesos de capacitación y/o fortalecimiento a través de la Ruta de la Productividad.**

Se ha venido fortaleciendo la estrategia denominada Ruta de la Productividad, la cual está dirigida a emprendimientos y empresarios del sector turístico interesados en formalizarse, formarse y fortalecer sus procesos para ofertar servicios de alta calidad y competitivos. Esta estrategia tiene los siguientes criterios de ingreso:

- Ser un emprendimiento o empresario con productos o servicios turísticos.
- Disposición de realizar proceso de formalización de acuerdo con la Ley de Turismo y lineamientos establecidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Disponibilidad de tiempo para la realización de las actividades propuestas en el marco de implementación de la Ruta de la Productividad.

- Entrega de la carta de compromiso por parte de los colaboradores que representarán a la empresa en las actividades propuestas en la Ruta de la Productividad.

Asimismo, la ruta cuenta con cuatro ejes de acción, los cuales garantizan que el empresario que se vincule a ella cuente con asesoría en temas de formalización para la obtención de los documentos requeridos para operar de manera formal dentro del sector, de acuerdo con lo exigido por la ley. Además, accederá a asistencia técnica en temas específicos de turismo y participará en procesos de fortalecimiento para la mejora de sus procesos de gestión.

Sumado a lo anteriormente mencionado, los empresarios vinculados a la Ruta de la Productividad hacen parte de las acciones encaminadas a la generación de cultura de apropiación de ciudad y servicio al cliente que se detalla más adelante. Asimismo, cuentan con la plataforma Moodle [www.yoaprendoturismo.gov.co](http://www.yoaprendoturismo.gov.co), en la cual pueden encontrar contenido académico que apoya y refuerza los conocimientos adquiridos durante la Ruta de la Productividad.

#### Identificación, caracterización y diagnóstico:

- 223 empresarios caracterizados en lo transcurrido del 2024.

#### Formalización:

- 19 en proceso de asesoría para su formalización.
- 47 Empresarios recibidos por medio de base de datos.
- 23 Formalizados por gestión del IDT.
- 1 Documento en trámite.
- 14 Asesorías y seguimiento para su proceso: CIU, registro del establecimiento comercial.

#### Formación:

Actualmente, hemos realizado un registro sobre los participantes que hacen parte de la estrategia y que se encuentran en la fase de formación. En el primer semestre del año 2024 se evidencia:

- Número de emprendedores y empresarios vinculados al ciclo 1 de la Ruta de la Productividad: 37 que remitieron carta de compromiso.
- Número de emprendedores y empresarios vinculados al ciclo 2 de la Ruta de la Productividad: 45 que remitieron carta de compromiso.

Se viene implementando el diplomado de formación virtual con una duración de 120 horas, en el cual se abordan los siguientes temas:

- Espacios y recursos.
- Sociología del Turismo y ocio.
- Cultura y patrimonio.
- Comunicación digital.
- Guianza en espacios rurales y culturales.
- Costos y presupuesto.
- Metodología de la Investigación.
- Proyecto y emprendimiento.

**Fortalecimiento:**

**Fortalecimiento de nuevas experiencias turísticas:**

Una vez culminados los procesos de formación de los tres ciclos de este año 2024, a los prestadores de servicios turísticos y conexos a la cadena de valor, se realizó la socialización del proceso de fortalecimiento a las experiencias turísticas.

Así las cosas, se adelantó trabajo de fortalecimiento a 21 experiencias turísticas, de 33 identificadas en la Ruta de la Productividad; de las cuales 12 terminaron su proceso de fortalecimiento y se encuentran en elaboración de Ficha Comercial por parte de mercadeo; 8 de ellas continúan en proceso de fortalecimiento y una (Corporación Corabastos), a la espera de la aprobación del Plan de Trabajo.

No.	Nombre de la Experiencia	Empresa	En proceso	Pendientes	Mercadeo
1	Del grano a la taza	Rodson Coffee			Ficha Comercial No.1
2	Autentico Grafiti Tour Ciudad Bolívar	Bogotá Colors			Ficha Comercial No.11
3	Entre Selfies e Historias	CP Scooters			Ficha Comercial No.10
4	Fiesta Campesina	Abos Tours			Ficha Comercial No.8
5	Taller de dibujo arqueológico y arcilla	Museo Arqueológico de Zipaquirá			Ficha Comercial No.6
6	Tour de fantasmas original	AE Colombia Travel			Ficha Comercial No.6
7	La Candelaria, un viaje ancestral	Big Mama			Ficha Comercial No.4
8	Egipto Mágico	BePelican	X		
9	Ruta Corabastos	Corporación de Abastos de Bogotá		Aprobación Plan de Trabajo por parte de Corabastos	

No.	Nombre de la Experiencia	Empresa	En proceso	Pendientes	Mercadeo
10	Hop on Hop Off Bogotá	Neva Travels			Ficha Comercial No.2
11	De Chéveres por Ciudad Bolívar	Alianza Buitaki	x		
12	Transformación del grano de cacao artesanal	Cacaote SAS			Ficha Comercial No.5
13	Bicirecorrido por Chapinero, Barrios Unidos y Teusaquillo	BogExplore			Ficha Comercial No.7
14	La Perse Turismo Rolo	BogPelican			Ficha Comercial No.9
15	Salsa y Candelaria	Criollo Tours	x		
16	La Trucha y el Frailejón	Alianza Buitaki	x		
17	Entre colores, aromas y sabores	Grupo Operama			Ficha Comercial No.12
18	Tour de experiencias sensoriales y hierbas ancestrales	Viajes New Port	x		
19	Tour Mirador del Paraíso	Amigos del Turista Tour Experience	x		
20	Tour Fantasmas	Tegua Travel	x		
21	Entre ancestros y montañas	Passion Travel	x		

#### VITRITUR 2024:

Se envió invitación a 10 empresas que culminaron el ciclo de formación de la Ruta de la Productividad, para que participaran en este evento. Estas empresas se escogieron teniendo en cuenta que su proceso cumplió el 100% de las horas de capacitación y que sus productos y servicios cumplían con los requisitos. En el desarrollo del ejercicio se evidenciaron varios aspectos por mejorar.

Se realizó la socialización al programa de fortalecimiento FortaleSER, promovido por la Cámara de Comercio de Bogotá, aliado estratégico del IDT para la generación de espacios que impulsen el desarrollo de los empresarios del sector turismo..

#### META 2. Acompañar a 20 Alcaldías Locales en la implementación de sus planes de gestión turística.

##### Plan de Gestión Turística Local:

Se dio inicio a la estructuración para la formulación de los Planes de Gestión Turística Local. Dicho proceso abarca las siguientes fases:

- Elaboración de diagnóstico local.
- Identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a fin de formular y desarrollar un Plan de Gestión Turística Local.

- Elaboración de diagnóstico local.
- Identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a fin de formular y desarrollar un Plan de Gestión Turística Local.
- Identificación, diseño y fortalecimiento de experiencias y productos turísticos.
- Fortalecimiento de los Planes de Gestión Turística Local, en el marco de la Política Pública Distrital de Turismo.
- Apoyo al emprendimiento y al fortalecimiento de prestadores de servicios turísticos y actores asociados a la cadena de valor del turismo.
- Apoyo para acciones de promoción turística. Estímulos económicos para proyectos turísticos desarrollados por prestadores de servicios turísticos y actores de la cadena de valor del turismo, con interés de formalizarse.

### Socialización de los Concejos Consultivos Locales de Turismo:

El equipo de gestión territorial realizó siete presentaciones de socialización de los Concejos Consultivos Locales de Turismo, a las Juntas Administradoras Locales.

### Planes de Gestión Turística:

#### Mesas de Turismo Locales:

Se realizaron 36 mesas de turismo, en donde se logró la articulación interinstitucional para el desarrollo de planes estratégicos de la promoción turística a nivel local, así como la identificación y abordaje de los desafíos que enfrenta el sector turístico, tales como la falta de infraestructura, la estacionalidad o la competencia desleal.

Las mesas de turismo han permitido identificar y priorizar las necesidades y oportunidades

turísticas de cada localidad, así como establecer mecanismos de cooperación y coordinación entre los diferentes actores involucrados.

#### Resultados:

- Divulgación de la política pública de turismo de Bogotá.
- Divulgación de los productos turísticos de las localidades.
- Se organizaron los nuevos miembros de las mesas de turismo local.
- Se articularon el IDT con las alcaldías locales para la implementación de presupuestos.

### Mesas De Turismo Bogotá

Año 2024	
Localidad	Mesas de Turismo
1. Usaquén	1
2. Chapinero	2
3. Santa Fe	1
4. San Cristóbal	4
5. Usme	7
7. Bosa	2
8. Kennedy	2
10. Engativá	1
11. Suba	4
17. Candelaria	1
18. Rafael Uribe Uribe	5
19. Ciudad Bolívar	6
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>

### Proyecta lo Local - Presupuestos Participativos

Se acompañó y orientó a los interesados en la construcción de iniciativas para "Proyecta lo Local" en torno a la meta de turismo en las localidades de San Cristóbal, Ciudad Bolívar, Fontibón y Tunjuelito de manera presencial. Como resultado, se cuenta con \$67.000 millones

para el periodo 2025-2028, dirigidos al sector turismo, en el marco de los Planes de Desarrollo Local.

**META 3. Desarrollar al menos 5 iniciativas de articulación público-privada para la generación de una cultura de seguridad turística, prevención de la ESCNNA y Trata de Personas en Zonas de Interés Turístico (ZIT).**

Se logró la capacitación de 40 personas y la sensibilización de 1.028 personas vinculadas y conexas a la cadena de valor del turismo, en la implementación de prácticas de prevención de ESCNNA en el contexto del turismo, a través de charlas y talleres sobre el concepto, actores, consecuencias y mecanismos de denuncia y reporte de este conjunto de delitos. Entre los beneficiarios de estas jornadas, se encuentran estudiantes universitarios, empleados del sector hotelero, de agencias de viajes y de transporte especial de turismo, así como conductores del servicio de taxi autorizado del Aeropuerto.

Adicionalmente, se logró brindar información acerca de las dinámicas asociadas a la ESCNNA y a la Trata de Personas, cómo identificar señales de alerta y cómo reportar y denunciar ante las autoridades competentes a 1.873 personas a través de activaciones y a 219 personas a través de eventos.

**Proyecto Piloto “Quinta Paredes Zona Segura, Libre de ESCNNA y Trata de Personas”**

El Proyecto Piloto “Quinta Paredes Zona Segura, Libre de ESCNNA y Trata de Personas”, liderado por el Instituto Distrital de Turismo en el marco del Plan Distrital de Desarrollo 2024 – 2027 “Bogotá Camina Segura”, en conjunto con la Cámara de Comercio de Bogotá, con el apoyo de Corferias, la Dirección de Protección de la Policía Metropolitana de Bogotá, la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, la Secretaría de Gobierno, la Secretaría de la Mujer, el Instituto Distrital de Protección de la Niñez y la Juventud – IDIPRON, la Alcaldía

Local de Teusaquillo, la Fundación Renacer, la Organización Internacional para las Migraciones – OIM, Cotelco Capítulo Bogotá – Cundinamarca, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, y la Fiscalía General de la Nación.

Este proyecto vincula a empresarios y empleados de la cadena de valor del turismo, eventos y convenciones del polígono delimitado, a través de una metodología que contempla el desarrollo de acciones de sensibilización, procesos de capacitación, asistencia técnica, fortalecimiento de grupos de seguridad turística, y la difusión de una campaña comunicativa sobre la prevención de la ESCNNA, la Trata de Personas y la ocurrencia de delitos contra turistas.



**Sensibilización para la prevención, reporte y denuncia de ESCNNA y Trata de Personas**

**Activaciones de sensibilización**

Una de las tácticas empleadas para sensibilizar a la población trabajadora, residente y flotante de Quinta Paredes en relación con la detección, reporte y denuncia efectiva de la ESCNNA y la Trata de Personas, consistió en el desarrollo de activaciones desarrolladas a través de ejercicios de articulación interinstitucional en el polígono priorizado. A través de estas activaciones, se logró sensibilizar a 608 personas.

Se llevó a cabo una activación de prevención de ESCNNA y Trata de Personas en el marco del Salón del Ocio y la Fantasía – SOFA; sensibilizando a 300 asistentes de la feria sobre la importancia de saber reconocer señales de



alerta y cómo reportar y denunciar ante las autoridades competentes.

### **Talleres de sensibilización**

Se diseñó una guía metodológica con kit de herramientas para el desarrollo de talleres de sensibilización dirigidos a colaboradores de los prestadores de servicios turísticos del polígono; en el entendimiento de los riesgos y consecuencias legales, reputacionales y para las víctimas; así como en la identificación de señales de alerta y los canales de reporte y denuncia de situaciones sospechosas. Se logró sensibilizar a 216 colaboradores de establecimientos de alojamiento y hospedaje de la zona y del Distrito Ferial de Corferias.

### **Capacitación de Agentes de Prevención**

Se adelantaron 2 cohortes de un proceso gratuito de capacitación de 5 módulos y 15

horas, dirigido a representantes con perfil de estabilidad de las organizaciones vinculadas al sector de viajes, turismo, eventos y convenciones en el polígono de Quinta Paredes.

A continuación, se relaciona la temática y organización orientadora de cada uno de los módulos:

- **Módulo 1.** Derechos Humanos y Empresa - Cámara de Comercio de Bogotá
- **Módulo 2.** Prevención de Trata de Personas - Organización Internacional para las Migraciones (OIM)
- **Módulo 3.** Prevención de ESCNNA - Conceptualización y normatividad - IDT y Consultorio Jurídico Universidad de Los Andes
- **Módulo 4.** Buenas prácticas y herramientas para prevención - Fundación Renacer
- **Módulo 5.** Seguridad y convivencia - Cámara de Comercio de Bogotá y Policía de Turismo de Bogotá

En este proceso, se logró la participación de 23 prestadores de servicios turísticos del Polígono, entre los que se encuentran 5 de los 7 hoteles afiliados a Cotelco Capítulo Bogotá Cundinamarca dentro de la zona priorizada.

### **Campaña de Prevención de ESCNNA en el Contexto del Turismo**

El Instituto Distrital de Turismo desarrolló la campaña "Bogotá Segura, Libre de ESCNNA y Trata de Personas", a través de la cual se busca concientizar a prestadores de servicios turísticos, comunidad residente, turistas y visitantes de la ciudad sobre los riesgos y consecuencias de estos flagelos. En este sentido, se creó una batería de piezas digitales, algunas de las cuales fueron seleccionadas para impresión en afiches y en separadores de libros.

Se han llevado a cabo 10 activaciones de la Campaña Bogotá Segura, Libre de ESCNNA y Trata de Personas; con el apoyo de la Terminal de Transporte, la Secretaría de Seguridad Convivencia y Justicia, Transmilenio, la Alcaldía Local de Teusaquillo y la Secretaría de Gobierno y Corferias.



### Conmemoración del Día Internacional de Lucha Contra la ESCNNA

Se conmemora el Día Internacional de Lucha contra la ESCNNA; en este sentido, en esta importante fecha, gracias al apoyo del equipo de la Red de Información Turística del IDT, se realizó el despliegue de la Campaña “Bogotá Segura, libre de ESCNNA y Trata de Personas”, en cada uno de los Puntos de Información Turística de Bogotá:

- PIT Terminal de Transporte el Salitre: 100 personas impactadas.
- PIT Aeropuerto - Llegadas Internacionales: 100 personas impactadas.
- PIT Monserrate: 50 personas impactadas.
- PIT Centro Internacional: 50 personas impactadas.



### Conmemoración del Día Internacional de Lucha contra la ESCNNA – Red Nacional de Destinos

El Instituto Distrital de Turismo, lideró el desarrollo del Evento Virtual de Conmemoración del Día Internacional de Lucha contra la ESCNNA de la Red Nacional de Destinos Unidos para la Prevención de la ESCNNA.

Este evento contó con la participación de 119 personas, representantes de entidades de turismo, organizaciones sociales y prestadores de servicios turísticos de los diferentes destinos que integran la Red, particularmente de Barranquilla, Bogotá, Cali, Cartagena, San Andrés, Flandes, Ibagué, Jamundí, Riohacha, Medellín, Melgar, Montería, Pereira, San Rafael, Santa Marta, Santa Rosa de Cabal, Tunja y Yopal.

### Sello ALTO A LA ESCNNA

En el marco del evento Bogotá de Gala, se anunció un trabajo articulado que el IDT iniciará en colaboración con actores públicos y privados para la creación y puesta en marcha del

Sello ALTO a la ESCNNA, un símbolo de que Bogotá avanza hacia un futuro más seguro, responsable y respetuoso con los niños, niñas y adolescentes.



**Los compromisos del sector a través del sello son con tres objetivos claros:**

- 1. Proteger los derechos de los niños, niñas y adolescentes; preservar la reputación de Bogotá como un destino turístico responsable y seguro.
- 2. Movilizar a toda la comunidad para actuar ante cualquier señal de alerta.
- 3. No tolerancia de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes, ni la trata de personas.

### **Participación en instancias Distritales**

El Instituto Distrital de Turismo participa en el Consejo Distrital para la Atención Integral a Víctimas de Violencia Intrafamiliar, Violencia y

Explotación Sexual, creado mediante el Acuerdo 152 de 2005; así como en el Comité Distrital para la Lucha contra la Trata de Personas de Bogotá D.C., creado mediante el Decreto Distrital 836 de 2019.

### **Consejo Distrital para la Atención Integral a Víctimas de Violencia Intrafamiliar, Violencia y Explotación Sexual**

Se orientó el desarrollo del sexto módulo de la Escuela de Prevención de la ESCNNA, liderada por IDIPRON, en el marco de la Mesa Distrital Contra la ESCNNA del Consejo Distrital para la Atención Integral a Víctimas de Violencia Intrafamiliar, Violencia y Explotación Sexual. Este módulo, denominado "Estrategias de prevención para la explotación sexual y la trata de personas: fortalecimiento de entornos protectores", tuvo un enfoque integral en la prevención.

Se apoyó el desarrollo de una movilización social contra la ESCNNA en el Parque Fontanar del Río en Suba, en el marco de la Semana Distrital del Buen Trato. En esta movilización, coordinada por IDIPRON como entidad líder de la Mesa Distrital contra la ESCNNA, el IDT realizó el diseño y adquisición de camisetas con el mensaje "En mi casa protegemos a las niñas, niños y adolescentes". Más de 200 personas de la localidad de Suba y otras localidades se unieron para levantar su voz en defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes de la ciudad. El evento contó con el apoyo del IDR y la participación de la Batucada del IDIPRON.



### **Comité Distrital para la Lucha contra la Trata de Personas de Bogotá D.C.**

Se participó en el módulo 1 "Generalidades, conceptos y elementos constitutivos de la trata de personas" del proceso de fortalecimiento dirigido a funcionarios del Distrito Capital, en prevención y atención de la Trata de Personas, convocado por OIM y la Secretaría Distrital de Gobierno en el marco del Comité Distrital para la Lucha contra la Trata de Personas de Bogotá D.C.

### **META 4. Implementar 8 acciones estratégicas de sensibilización sobre apropiación de Bogotá como destino turístico, uso y disfrute del espacio público en Zonas de Interés Turístico (ZIT).**

#### **Estrategia de Apropiación de Bogotá Turística**

La estrategia para fomentar la apropiación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente por parte de sus residentes, y del turismo como motor de desarrollo económico, social y cultural, se implementa a través de actividades como charlas y recorridos de sensibilización dirigidos a actores clave para el desarrollo turístico de la ciudad.

En este marco, entre enero y diciembre de 2024, se logró sensibilizar a un total de 1.307 anfitriones de la ciudad. Este grupo incluye:

- 444 conductores de taxi.
- 617 prestadores de servicios turísticos, estudiantes de los programas "Turismo al Cole" y de educación superior, y servidores públicos.
- 246 personas pertenecientes a otras poblaciones clave, como mujeres del SIDICU, mujeres de las CIOM, comunidades locales, asociaciones y personas con discapacidad, entre otras.

Este resultado se alcanzó gracias a la realización de más de 70 charlas sobre cultura turística y apropiación de ciudad, abordando temas como:

- El ABC del Turismo.
- Principales atractivos turísticos de Bogotá.
- Riesgos asociados al turismo, incluyendo la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA), prácticas de corrupción y seguridad turística.
- Los alcances del Código Ético de Turismo Responsable para Bogotá.

A continuación, se destacan algunas de las acciones desarrolladas en el marco de esta estrategia durante 2024.

#### **Sensibilización en apropiación de ciudad dirigida a conductores de taxi:**

Según la Encuesta de Viajeros realizada anualmente por el Observatorio de Turismo de Bogotá, el taxi es el medio de transporte más utilizado por los turistas que visitan la ciudad. Esto convierte a los conductores de taxi en actores clave para el turismo, ya que son la primera cara que los visitantes encuentran al llegar y desempeñan un papel fundamental como anfitriones, orientadores y promotores de una experiencia positiva en Bogotá.

En este contexto, el Instituto Distrital de Turismo (IDT) implementó una estrategia de apropiación de ciudad en alianza con empresas de taxi, especialmente aquellas que operan en el Aeropuerto El Dorado, como Taxis Libres, Taxi Imperial y Tax Express. El objetivo fue capacitar y sensibilizar a los conductores afiliados, resaltando su rol como embajadores de la ciudad, responsables de ofrecer un servicio seguro, acogedor y bien informado a los turistas.

Entre enero y diciembre de 2024, se llevaron a cabo 29 charlas, beneficiando a un total de 444 conductores de taxi. Estas sesiones, programadas tras reuniones previas con las empresas, se realizaron tanto de forma presencial como virtual a través de Google Meet.

Esta iniciativa busca fortalecer la experiencia turística en Bogotá, promoviendo un servicio de calidad que enriquezca la percepción de la ciudad como un destino amable y atractivo.



Durante el 2024 dimos inicio al curso “Bogotá: Destino Turístico, auténtico, responsable y accesible” dirigido a los conductores de la empresa Taxi Imperial, el cual está compuesto por 4 módulos para un total de 8 horas.

Se hicieron 3 jornadas de capacitación a los conductores de la empresa Taxi Imperial para un total de 39 personas. Se hicieron 6 jornadas a los conductores de Taxis Libres con una asistencia de 96 personas.

### **Sensibilización en apropiación de ciudad dirigida a funcionarios, estudiantes y prestadores de servicios turísticos (PST):**

El desarrollo turístico del territorio requiere la colaboración de diversos sectores de la administración, no solo a nivel local, sino también regional. La gestión adecuada del destino, así como su preparación para contar con la infraestructura necesaria, los servicios adecuados y las condiciones sociales, culturales y físicas óptimas, requiere la participación activa de distintas entidades con las que el Instituto Distrital de Turismo (IDT) mantiene una relación constante. En este sentido, es crucial que tanto los funcionarios distritales como regionales comprendan a Bogotá como un destino turístico

co y reflexionen sobre la importancia de su labor y del trabajo de sus respectivas entidades para apoyar el desarrollo turístico de Bogotá y sus alrededores.

Con este objetivo, se estableció una alianza con el Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital, mediante la cual se llevaron a cabo, durante 2024 y hasta octubre, tres charlas virtuales dirigidas a servidores de todas las entidades del Distrito, logrando sensibilizar a 82 funcionarios sobre la cultura turística y la apropiación de la ciudad.

Se llevaron a cabo varias charlas dirigidas a diferentes entidades y grupos, enfocadas en la sensibilización y fortalecimiento del sentido de pertenencia hacia Bogotá:

- En las instalaciones del Jardín Botánico de Bogotá, se realizó una charla que contó con la participación de 26 funcionarios.
- Con los funcionarios del DADEP, se llevó a cabo un ejercicio de sensibilización sobre el sentido de pertenencia, con la asistencia de 21 personas.
- Se ofreció una charla a los funcionarios de la Secretaría de Desarrollo Económico, a la cual asistieron 17 personas.
- Para los nuevos integrantes del equipo de inteligencia del IDT, se realizó una sesión con una asistencia de 13 personas.
- Finalmente, se realizó una charla para los funcionarios del IDT, con la participación de 26 asistentes.

Estas actividades buscan fomentar el compromiso y la conexión de los participantes con la ciudad y sus valores.

Aunque las empresas que ofrecen servicios turísticos en Bogotá han avanzado significativamente en áreas como calidad, sostenibilidad, formalización, innovación y otros aspectos

empresariales, aún persiste un desconocimiento importante sobre la ciudad, su oferta turística y las nociones básicas del sector por parte de muchos colaboradores y empleados.

Con el objetivo de abordar esta necesidad, entre los meses de enero y octubre se llevaron a cabo 5 charlas de sensibilización dirigidas al talento humano de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Estas actividades lograron impactar a 92 personas de hoteles como Fairfield, Wyndham, Sheraton, Selina y Hamilton, fortaleciendo su conocimiento sobre el turismo y su conexión con la oferta de Bogotá.



A través de la articulación con el programa Colegios Amigos del Turismo y diversas Instituciones de Educación Superior, el IDT trabaja en la sensibilización de estudiantes con vocación para desarrollar un proyecto de vida en el sector turístico. El objetivo es que estos jóvenes reconozcan y apropien la ciudad como un destino turístico con gran potencial para diferentes tipologías de turismo y como un escenario ideal para promover prácticas de turismo sostenible y responsable.

Entre enero y noviembre de 2024, se llevaron a cabo 10 charlas en las que participaron 297 niños y jóvenes estudiantes del Colegio Ciudad de Villavicencio, el Colegio Alejandro Obregón y universidades como Unicafam, Los Libertadores, SENA y Uniagustiniana, fortaleciendo su conocimiento y compromiso con el turismo en Bogotá.

### **Sensibilización en apropiación de ciudad dirigida a otras poblaciones:**

Las actividades de apropiación de ciudad dirigidas a otras poblaciones entre enero y octubre de 2024, buscan ofrecer un espacio de esparcimiento y respiro a diferentes grupos de personas de Bogotá, que, por sus características y condiciones, no tienen oportunidades para disfrutar de la oferta turística de la ciudad.



Se llevó a cabo una charla de apropiación de ciudad como destino turístico, dirigida a empresarios y emprendedores inscritos en el programa "Ruta de la Productividad" liderado por el área de Desarrollo Empresarial del IDT. En esta actividad participaron un total de 26 personas.

Adicionalmente, se organizó un recorrido de apropiación de ciudad para las mujeres beneficiarias del Sistema Distrital de Cuidado (SIDICU), específicamente de las manzanas del cuidado de Ciudad Bolívar y Puente Aranda. Durante este recorrido, las participantes visita-

ron el Jardín Botánico, contando con la asistencia de 36 personas, además de acompañantes de la Secretaría de la Mujer y del IDT.



### **Turismo Responsable:**

La estrategia de Turismo Responsable del IDT se centra en la promoción del Código Ético de Turismo Responsable para Bogotá, el cual fue desarrollado de manera colectiva entre 2021 y 2022 con la participación de 175 personas vinculadas al sector turístico en la ciudad. Su objetivo es asegurar que la actividad turística en Bogotá se lleve a cabo bajo altos estándares que favorezcan el progreso social, económico y cultural, al tiempo que se preservan de manera rigurosa los recursos naturales y ambientales de nuestra capital. Este documento se presenta como una herramienta accesible y útil, que establece 15 principios y 48 acuerdos clave para guiar las prácticas responsables y los comportamientos éticos de prestadores de servicios turísticos, turistas, autoridades públicas y anfitriones de la ciudad, abordando aspectos ambientales, culturales, sociales y económicos.

### **Difusión a través de jornadas de sensibilización y eventos**

Se llevó a cabo la difusión de los principios del Código, alcanzando a más de 946 personas a través de charlas sobre apropiación de la ciudad y espacios de sensibilización enfocados en los

contenidos del código. Durante estas actividades, se invitó a los ciudadanos a consultar el documento y sus anexos en la página web del IDT: <https://www.idt.gov.co/es/codigo-etico-de-turismo-responsable-para-bogota>.

La Ruta está compuesta por cuatro ejes de acción, diseñados para garantizar que los empresarios que se vinculen a ella reciban asesoría en temas de formalización, facilitando la obtención de los documentos necesarios para operar formalmente en el sector, conforme a las normativas legales. Además, podrán acceder a asistencia técnica en áreas específicas de turismo y participar en procesos de fortalecimiento que les permitan mejorar sus prácticas de gestión.

En el marco de esta estrategia, se difundió el Código Ético de Turismo Responsable entre los participantes, alcanzando un total de 84 personas, de las cuales 25 recibieron capacitación durante el mes de septiembre de 2024.

### **META 5. Impactar 3.000 estudiantes y docentes a través del Programa Turismo al Cole.**

Como parte de la estrategia de apropiación de la ciudad y del programa "Turismo al Cole", dirigido a estudiantes y docentes, el Instituto Distrital de Turismo (IDT) organizó una visita al Museo Interactivo MALOKA. En esta actividad participaron 300 beneficiarios del programa, quienes disfrutaron de diversas actividades y exploraron uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad.

Esta iniciativa forma parte de un esfuerzo integral del IDT para fortalecer el vínculo de los estudiantes con su entorno urbano, promoviendo el conocimiento y la valoración de los recursos culturales y educativos de Bogotá. Al incorporar visitas a lugares emblemáticos como MALOKA en el proceso educativo, el programa "Turismo al Cole" enriquece la formación integral de los estudiantes, fomentando un sentido de pertenencia, orgullo y conexión con la ciudad que habitan.



**META 6. Acompañar la puesta en marcha de al menos 60 experiencias turísticas, que incluyan 20 de turismo social y comunitario.**

Se completó el desarrollo de un total de nueve (09) experiencias turísticas cuidadosamente estructuradas para ofrecer propuestas atractivas y alineadas con las necesidades e intereses del mercado turístico. Como parte de este proceso, se elaboró el Documento Técnico de Soporte (DTS), el cual respalda la viabilidad, los objetivos y la metodología de las experiencias diseñadas.

Adicionalmente, se creó la ficha comercial, una herramienta clave que presenta información detallada sobre cada experiencia, facilitando su evaluación y adquisición por parte de potenciales clientes y actores del sector turístico. Esta ficha será difundida a través de plataformas y canales estratégicos, maximizando su visibilidad y potenciando su comercialización en el mercado.

El objetivo principal de este proceso es fortalecer la oferta turística, incrementar la atracción de visitantes y apoyar el crecimiento del sector,

ofreciendo experiencias únicas que conecten a los turistas con el destino de manera memorable y significativa.

Las nueve (09) experiencias son:

- La Candelaria, un viaje ancestral de Big Mama Colombia.
- Tour de fantasmas original de AE Colombia Travel.
- Taller de dibujo arqueológico y arcilla del Museo Arqueológico de Zipaquirá – Experiencia de Región.
- Fiesta Campesina de Abos Tour – Experiencia con enfoque poblacional.
- Entre selfies e historias de CP Scooters.
- Auténtico Grafiti Tour Ciudad Bolívar de Bogotá Colors – Experiencia con enfoque poblacional.
- Del grano a la taza de Rodson Coffee
- Salsa y Candelaria Experience de Criollo Tours
- Entre colores, aromas y sabores de Grupo Operama

**META 7. Vincular a 400 prestadores de servicios turísticos y/o empresas conexas a la cadena de valor del turismo, en procesos de capacitación y/o asistencia técnica para la implementación de buenas prácticas de gestión integral inteligente en turismo.**

DT Latina, una organización comprometida con la inclusión, lleva a cabo acciones como asistencia técnica, capacitación y formación en atención inclusiva para clientes con discapacidad, adultos mayores o miembros de la comunidad LGBTQ+. En el marco de un esfuerzo conjunto con el Instituto Distrital de Turismo (IDT), DT Latina abrió una bolsa de becas dirigida a prestadores de servicios turísticos y miembros de empresas vinculadas a la cadena de valor del turismo, con el objetivo de fortalecer sus conocimientos en atención inclusiva.

Como resultado de esta iniciativa, 52 personas fueron beneficiadas con becas y participaron en los siguientes cursos:

- Especialista en atención a Turistas y Clientes Mayores: 20 becarios.
- Especialista en atención a Turistas y Clientes con Discapacidad: 20 becarios.
- Especialista en atención a Turistas y Clientes de la Comunidad LGBTQ+: 12 becarios.

Esta colaboración refuerza el compromiso con la inclusión en el sector turístico y la mejora de la experiencia de los turistas atendidos.

**META 8. Mantener, modernizar y/o implementar el 100% de los elementos de infraestructura turística liviana priorizada por el IDT, en Bogotá D.C. y la región**

El Instituto Distrital de Turismo (IDT) firmó el contrato No. IDT-188-2024 con PINTUVIAL S.A.S., bajo el proceso de Selección Abreviada de Menor Cuantía No. IDT-SAMC-003-2024. El objetivo fue realizar mantenimiento preventivo y correctivo de señalización e infraestructura turística priorizada en Bogotá.

**Cronología Principal:**

- Aprobación de hojas de vida según pliegos de condiciones.
- Primera reunión del comité de seguimiento (27 de agosto) para revisar actividades.
- Recorrido de diagnóstico en varias localidades.
- Elaboración de análisis de precios unitarios (APU) y cantidades definitivas.
- Segunda reunión del comité (26 de septiembre) para definir el alcance de gigantografías y tótems, y revisión del cronograma de ejecución.
- Inicio de limpieza en gigantografías de varias localidades.
- Informe No. 02 del contratista, con un avance del 26%.
- Tercer comité (31 de octubre) para seguimiento financiero, cronograma, manejo ambiental, SSTT y ajustes técnicos.

El contrato culminó exitosamente con el 100% de ejecución. Se realizaron los mantenimientos de 7 gigantografías y un tótem, los cuales fueron entregados y recibidos a satisfacción.



### **META 9. Implementación de un centro de desarrollo turístico para Bogotá que incluye diseño y construcción.**

Las actividades adelantadas para la puesta en marcha del Centro de Desarrollo Turístico (CDT) están enmarcadas en las siguientes acciones:

Se llevó a cabo la investigación de bienes inmuebles en el mercado inmobiliario, donde se identificaron 43 inmuebles que cumplían con los criterios de localización geográfica, ubicándose en áreas de influencia de los corredores turísticos y en zonas de interés turístico. Se realizó visita predial a 23 inmuebles y predios, y se establecieron 4 escenarios correspondientes a obra nueva, proyecto en ejecución, edificaciones existentes en propiedad horizontal y edificaciones existentes independientes. Se realizó un comparativo de arriendo vs adquisición y se definió la viabilidad de adquisición de bien inmueble existente independiente.

Durante el mes de octubre, se realizó el presupuesto para dos lotes localizados en la zona centro de Bogotá, localidad de La Candelaria, de propiedad del IDPC, donde esquemáticamente se ubicaron espacios prefabricados, a nivel de anteproyecto, para atención al turista y posible funcionamiento de oficinas de turismo.

### **Proyecto No. 126 - Implementación de 10 productos que aporten a mantener la certificación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente Bogotá D.C.**

#### **Meta 1. Realizar 10 productos que aporten a mantener la certificación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente.**

En 2023, Bogotá recibió el distintivo como destino turístico inteligente bajo el modelo de Segittur – Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, entidad adscrita al Ministerio de Industria y Turismo de España. El modelo de Segittur trabaja bajo 5 ejes:

- **Gobernanza:** Liderazgo, colaboración y gestión eficaz del destino.
- **Innovación:** Implementación de soluciones tecnológicas y creativas.
- **Tecnología:** Infraestructura tecnológica moderna y eficiente.
- **Accesibilidad universal:** Diseño inclusivo y accesible para todos.
- **Sostenibilidad:** Desarrollo económico, social y ambiental responsable.

Bajo la evaluación de estos ejes, Bogotá obtuvo el 82,5% de cumplimiento de los requisitos solicitados, logrando así la distinción como Destino Turístico Inteligente certificado. Este logro no solo mejora la competitividad de Bogotá en el mercado global, sino que también eleva la calidad de vida de nuestros ciudadanos a través de prácticas sostenibles e innovadoras.

Como parte del compromiso de ser un Destino Turístico Inteligente, este se encuentra en el Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Camina Segura”, en el artículo 168. Se crea la meta de implementar 10 productos que aporten al cumplimiento de los requisitos, para que Bogotá continúe siendo un Destino Turístico Inteligente. Así, se cuenta con el proyecto de inversión que pretende implementar los 10 productos a lo largo del cuatrienio.

Las actividades que se han realizado para lograr la meta son:

- **Informe de comunicación y difusión de Bogotá como Destino Turístico Inteligente:** Contiene el detalle de la socialización de Bogotá DTI, realizada el 26 de junio de 2024 en la sede Crisanto Luque de la Universidad ECCI. Durante este evento, se compartió un documento técnico que detalla el modelo DTI, su implementación en la ciudad, buenas prácticas, el plan de acción y los compromisos asumidos por Bogotá.
- **Mesas de trabajo con actores del distrito por eje:** El objetivo de las mesas es socializar a las

entidades distritales el modelo de Bogotá DTI, el diagnóstico y plan de acción que se debe cumplir, y coordinar y concertar con las entidades que insumos pueden brindar para llevar a cabo las recomendaciones del plan de acción.

Se llevaron a cabo mesas para los siguientes ejes:

- \* Gobernanza: 17 y 23: Clúster de Turismo de la Cámara de Comercio de Bogotá.
  - \* Innovación: 30: Viceministerio de Turismo.
  - \* Tecnología: 17: Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos.
  - \* Accesibilidad: 17: Cotelco, 18: Dado - diseño para todos, 18: Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 20: Soluciones integrales Ver.
  - \* Sostenibilidad: 6-12-19: SENA, 16: Universidad Externado de Colombia, 20: Secretaría del Hábitat, 24: Secretaría Distrital de Ambiente.
- Seguimiento al plan de trabajo: La estrategia de Destino Turístico Inteligente sigue las recomendaciones realizadas por Segittur a través del plan de acción y tiene líneas de trabajo claras. Durante este mes, se cumplió con:
    - \* Implementación de Chatico en la página web del IDT.
    - \* Informe de diagnóstico de accesibilidad
    - \* web de las páginas del IDT y de Bogotá DC Travel.
    - \* Acciones para generar un entorno social propicio en Bogotá.
    - \* Realizar un plan de innovación social que involucre a diferentes actores y de respuesta al requisito de innovación de DTI: Es el producto que va atado a la meta plan. Se dio cumplimiento con el 50% del documento final. Este establece las bases para el planteamiento de un plan de innovación social para la resolución de problemáticas sociales en el destino derivadas de la actividad turística en Bogotá. Se avanza en la identificación de los antecedentes y propuestas de trabajo ya adelantadas,

como estrategia para continuar sobre lo construido, y la definición de pilares estratégicos del plan, que respondan efectivamente a las recomendaciones establecidas por SEGITTUR. Los pilares que se proponen son: articulación interinstitucional con el sistema de innovación pública de Bogotá, implementación del diseño de servicios, enfoque al diseño centrado en la vida y prospectiva.

**Formular indicadores para el eje de seguridad turística de Bogotá DTI:** La estrategia de Bogotá DTI, cuenta con el eje adicional de seguridad, del cual no se tenían los indicadores para hacer la respectiva medición. En este mes se da cumplimiento del 100% contando con una gran variedad de indicadores en seguridad.

Nota: se deben depurar de acuerdo con la información con la que se cuenta en destino para que en efecto se pueda realizar la medición.

Se entrega el Plan de Innovación Social, que presenta un plan integral para abordar problemáticas sociales derivadas del turismo en Bogotá, alineado con los principios del modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI). A continuación, se detalla su contenido:

- \* El plan busca resolver problemáticas sociales relacionadas con el turismo en Bogotá mediante innovación social. Responde a las recomendaciones de
- \* SEGITTUR, enfocándose en los indicadores INN05 e INN07, con énfasis en actividades de innovación.
- \* Promueve la colaboración ciudadana, la planificación adecuada y la asignación presupuestaria.

Se identificaron tres iniciativas previas que contribuyen al diseño del plan:

- \* INNTECSOS (2021): Laboratorio de innovación turística con enfoque social, centrado en tecnología y emprendimiento.

- \* LabTs (2022): Laboratorio de innovación social en turismo sostenible, con énfasis en emprendimiento y capacitación en territorios como Usme y Ciudad Bolívar.
- \* LIT (2024): Laboratorio de Innovación Turística, que articula innovación social y turística.

### Propuesta de Valor

Basada en la experimentación interdisciplinaria, busca transformar la experiencia turística mediante proyectos colaborativos que integren a ciudadanos, turistas, comunidades y prestadores de servicios.

### Pilares Estratégicos

- Articulación interinstitucional: Uso de metodologías existentes como la del laboratorio iBO.
- Diseño de servicios: Mejorar la experiencia del usuario con un enfoque integral y práctico.
- Enfoque centrado en la vida: Diseñar soluciones sostenibles y equitativas considerando todas las formas de vida.
- Prospectiva: Diseñar el futuro a partir de la co-creación y la sostenibilidad.

### Acciones Complementarias

- Mapeo de laboratorios de innovación en Bogotá.
- Articulación con entidades distritales y laboratorios públicos para aprovechar recursos y experiencias existentes.

### Conclusión

Este Plan de Innovación Social corresponde a la meta del Plan de Desarrollo Distrital de 2024 y enfatiza la flexibilidad, la participación comunitaria y la integración con políticas locales y nacionales. Busca transformar la experiencia turística en Bogotá mediante la innovación

social, contribuyendo al desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida.

Se presentan las siguientes acciones para el seguimiento de plan de trabajo de la estrategia Bogotá DTI, las cuales corresponden a:

**Cartilla de sostenibilidad para empresarios turísticos:** Este documento pretende ser informativo y una ayuda para que los prestadores de servicios turísticos, mediante un esquema de preguntas y respuestas, conozcan los diferentes ámbitos en los que opera la sostenibilidad turística, así como los aspectos que deben tener en cuenta para establecer e implementar un Sistema de Gestión de la Sostenibilidad según las Normas Técnicas Colombianas NTC, de manera que puedan certificarse en Sostenibilidad turística bajo estándares que pueden asimilarse a los internacionales. Vale la pena aclarar que un Sistema de Gestión de la – SGS – es una herramienta de gestión que permite planificar, implementar y hacer seguimiento de la Sostenibilidad en una empresa, para así garantizar la efectividad en este campo.

**Guía de comunicación accesible:** El documento presenta una guía para garantizar la accesibilidad en la comunicación y la información en el sector turístico, basada en los principios del Diseño Universal. Se enfoca en eliminar barreras informativas para personas con discapacidad, personas mayores, niños y otros grupos poblacionales, promoviendo un turismo inclusivo.

Proporciona recomendaciones para:

- **Documentos físicos y digitales:** Uso de lenguaje claro, tipografías accesibles, contraste adecuado y textos alternativos.
- **Contenidos audiovisuales:** Inclusión de subtítulos, lengua de señas y audiodescripción.
- **Páginas web:** Cumplimiento de lineamientos de accesibilidad como perceptibilidad, operabilidad, comprensibilidad y robustez.
- **Señalización:** Incorporar braille, alto relieve y códigos QR accesibles.

- **Interacción cara a cara:** Capacitación del personal y uso de intérpretes según necesidades.

La guía resalta la importancia de validar todas las soluciones con los usuarios finales y de integrar la accesibilidad en todos los aspectos del diseño y la operación turística.

Propuesta de medición de la huella de carbono

El documento presenta una propuesta para unificar la metodología de medición de la huella de carbono en Bogotá, basada en el Protocolo Global para Inventarios de Emisión de Gases de Efecto Invernadero (GPC). Este marco estandarizado permite identificar fuentes de emisiones, establecer metas de reducción y monitorear avances hacia la carbono neutralidad para 2050. Se destaca la necesidad de una colaboración intersectorial y mesas de trabajo en 2025 para adoptar lineamientos comunes, contribuyendo a la mitigación del cambio climático y mejorando la calidad de vida urbana.

**Proyecto No. 128 - Implementación de un modelo de gestión de información estadística para el sector turismo de Bogotá D.C.**

**Meta 1. Implementación de un modelo de gestión de información estadística para el sector turismo de Bogotá D.C.**

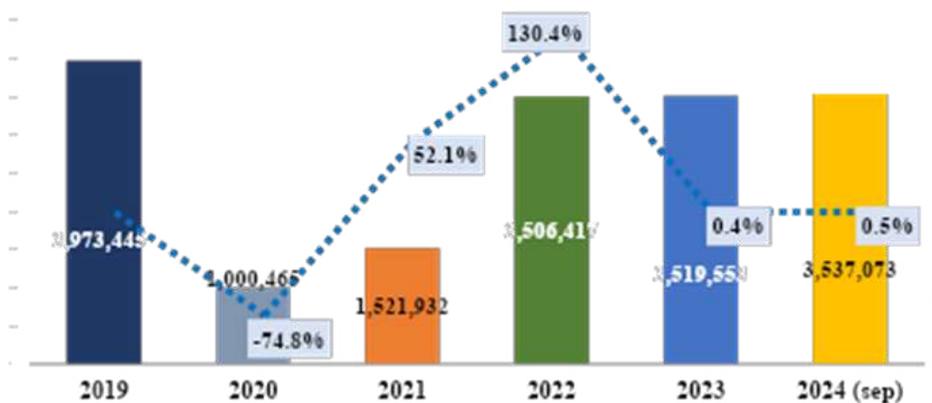
## OBSERVATORIO DE TURISMO

El Observatorio de Turismo de Bogotá es una herramienta de gestión pública para consolidar, sistematizar, analizar, investigar y divulgar información del sector turístico en la ciudad. Este observatorio no solo actúa como un centro de documentación que respalda los procesos de investigación y diagnóstico en el sector, sino que también se articula con niveles de información local, regional, nacional e internacional para generar una visión integral de la actividad turística en Bogotá.

El Observatorio ha seguido principios de transparencia, integralidad, calidad, sistematización y accesibilidad de la información. En este sentido, se ha priorizado la producción y disponibilidad de información pública al 100,0%, lo que ha fortalecido el Sistema de Información Turística de Bogotá. Esta información, publicada de forma objetiva, imparcial y completa, pone en valor las potencialidades de las distintas localidades de la ciudad y respalda la toma de decisiones para el desarrollo turístico.

### Contexto turismo nacional

A continuación, se presenta la cantidad de visitantes extranjeros por año y la variación interanual.



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de Migración Colombia

### **Contexto Turismo Internacional**

En términos de conectividad aérea, la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) informó que todas las regiones presentaron comportamientos positivos en los mercados aéreos internacionales en septiembre de 2024, en comparación con el mismo mes de 2023. La demanda total, medida en pasajeros-kilómetros (RPK), creció un 7,1 % interanual, mientras que la capacidad total, medida en asientos-kilómetro disponibles (ASK), aumentó un 5,8 % respecto al año anterior.

En agosto, el factor de ocupación alcanzó un récord de 86,2 %, incrementándose en 1,6 puntos porcentuales frente a agosto de 2023. Este resultado se debe principalmente al forta-

lecimiento de la demanda internacional, que aumentó un 10,6 % interanual, mientras que la capacidad creció un 10,1 %, con un factor de ocupación del 85,7 % (0,4 puntos porcentuales más que el año anterior). En el ámbito nacional, la demanda registró un crecimiento interanual del 5,6 %, mientras que la capacidad aumentó un 1,2 %, alcanzando un factor de ocupación del 86,9 % (3,6 puntos porcentuales por encima de agosto de 2023).

En agosto de 2024, todas las regiones experimentaron un crecimiento en los mercados de pasajeros internacionales en comparación con agosto de 2023. Las reservas para viajes en agosto-septiembre aumentaron un 6,6 % interanual, lo cual anticipa un crecimiento continuo para lo que resta del año.



## Turismo en Cifras Bogotá: Oferta y Demanda

### Oferta

#### Aporte al Producto Interno Bruto

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores económicos más dinámicos a nivel global, ejerciendo una influencia significativa en el desarrollo económico y social de los países. Su capacidad para generar ingresos a través de la exportación de servicios, como alojamiento, transporte y actividades recreativas, lo convierte en una fuente importante de divisas. Además, el turismo estimula la creación de empleo en diversos sectores, desde la hotelería y los restaurantes, hasta la artesanía y los servicios culturales, contribuyendo a la diversificación económica y reduciendo la dependencia de otras actividades.

En términos de su contribución al Producto Interno Bruto (PIB), el turismo es una de las industrias más activas y diversificadas. En muchos países, especialmente aquellos con alta dependencia del turismo, esta actividad puede representar un porcentaje significativo del PIB. Además, el turismo fomenta la integración económica, incentivando el crecimiento de sectores complementarios como la agricultura, la pesca y la manufactura, que proveen insumos y productos para satisfacer la demanda turística.

Esto, a su vez, estimula la innovación, mejora la competitividad y contribuye al desarrollo sostenible, ya que muchos destinos han adoptado prácticas responsables para preservar los recursos naturales y culturales a largo plazo.

Respecto a Bogotá, el Producto Interno Bruto presentó un crecimiento anual del 0,9 % en el primer trimestre de 2024, cifra inferior al 3,2 % observado en el mismo trimestre de 2023. Este resultado es similar, aunque levemente superior, al PIB nacional, que fue de 0,8 %. A precios constantes, la producción de la ciudad aumentó de 62 billones de pesos en el primer trimestre de 2023 a 63 billones de pesos en 2024.

En cuanto a la rama de Comercio, Transporte y Alojamiento, se observó una desaceleración económica, ya que en el primer trimestre de 2024 se contrajo un 0,8 %, pasando de 11.673 millones de pesos en 2023 a 11.583 millones de pesos en 2024. Este desempeño se explica principalmente por la ralentización y contracción en los subsectores de Transporte y Alojamiento y Servicios de Comida. Adicionalmente, esta rama contribuyó en -0,1 puntos porcentuales al crecimiento del PIB de la ciudad.

Por su parte, el subsector de Alojamiento y Servicios de Comida, que refleja de cerca el comportamiento del sector turístico, presentó un resultado negativo, con una disminución del 5,0 % en comparación con el mismo periodo de 2023, cuando el crecimiento fue de 17,0 %. Mientras que en 2023 la producción fue de 1.374 millones de pesos, en 2024 disminuyó a 1.305 millones de pesos. Los datos también muestran que, en 2021, 2022 y 2023, no se ha logrado recuperar el nivel prepandemia, cuando el valor agregado era cercano a los 1.500 millones de pesos.

La Subrama de Alojamiento y Servicios de Comida, que está clasificada dentro de la Rama de Comercio, Transporte y Alojamiento, para el tercer trimestre de 2024 ascendió a \$1.260 millones, correspondiente al 10,2 % del total de la Rama. Este resultado representa una contracción del 5,9 % en comparación al mismo trimestre de 2023. Esta cifra es 0,3 puntos porcentuales superior al resultado nacional, cuya caída fue del 6,2 %.

### Empleabilidad

Para el año 2024 (corte octubre), el sector turismo en Bogotá registró un promedio mensual de 106.908 empleos, lo que representa el 2,6 % del total de empleos en la ciudad. La variación frente a 2023 (corte octubre) fue de 9,3 %. Los sectores conexos (Alimentos y Bebidas, Congresos, Ferias y Convenciones, y Esparcimiento y Cultura) presentaron la mayor participación en el empleo, con el 42,9 %,

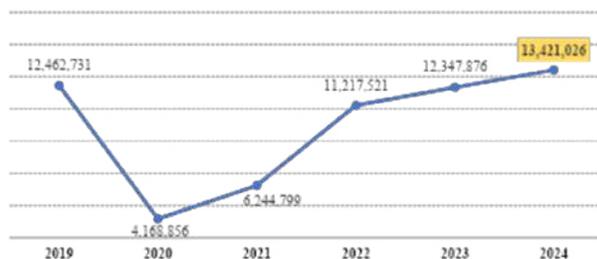
seguidos por los sectores de transporte (aéreo y terrestre) con el 31,9 %, mientras que los sectores directos (Alojamiento, Agencias de Viaje) representaron el 25,2 %.

## Demanda

### Turistas en Bogotá

Para finales de 2024, el Observatorio de Turismo de Bogotá proyectó la llegada de 13.421.026 turistas, de los cuales 11.805.518 serán de origen nacional y 1.615.509 internacionales, representando una variación positiva del 8,7 % respecto al año 2023 y de 7,7 % frente a 2019.

Gráfica 1 Número de turistas en Bogotá (2019-2024)



\*Cifra proyectada por el Observatorio de Turismo  
Fuente: Investigación Viajeros en Bogotá

Gracias a la información recolectada por los viajeros, se ha podido realizar una caracterización de los turistas que visitan la ciudad. En el caso de los turistas internacionales, el 45% se concentra en el rango de 31 a 45 años, y la principal razón de su viaje es por vacaciones, recreación y ocio (un 48%). Por su parte, los viajeros nacionales presentan una mayor diversidad etaria. El 39% también se encuentra en el rango de 31 a 45 años, pero su motivo principal de viaje es visitar familiares y amigos. Además, mientras que los turistas internacionales prefieren alojarse en hoteles con una estadía promedio de 5 noches, los nacionales suelen hospedarse en casas propias o de familiares, con una estadía promedio de 6 noches.

### Ocupación de Alojamiento

De acuerdo con las cifras de la Encuesta Mensual de Alojamiento (EMA) realizada por el

DANE, la tasa de ocupación de alojamiento en Bogotá, que incluye hoteles, aparta hoteles, centros vacacionales, alojamiento rural, hostales y zonas de camping, alcanzó el 63,3 % en octubre de 2024. Este porcentaje es 2,6 puntos porcentuales menor que el registrado en el mismo mes del año anterior. Durante los primeros diez meses de 2024, Bogotá reportó una tasa de ocupación promedio de 61,1%, mientras que el promedio nacional fue del 50,3%.

### Conectividad Terrestre y Aérea

En 2024, la Terminal de Transporte de Bogotá movilizó un total de 15.580.410 pasajeros, lo que representa un aumento del 1,63 % frente a 2023. Del total de pasajeros, el 56,3% se movilizó por la Terminal Central (Salitre), el 30,4% por la Terminal Norte, y el 13,3% por la Terminal Sur.

Entre enero y noviembre de 2024, se ofertaron 157.412 vuelos hacia Bogotá, lo que representa un aumento del 15,2 % respecto al mismo periodo de 2023. De estos vuelos, 108.321 fueron nacionales y 49.091 internacionales. El total de sillas ofrecidas fue de 25.460.698, y el total de pasajeros alcanzó los 18.664.270, lo que representa un aumento del 19,4 %. La tasa de ocupación de sillas fue del 81,0 %. La aerolínea Avianca cubre más del 50,0 % de los vuelos tanto nacionales como internacionales.

### Publicaciones y Difusión de Información

Desde el Observatorio de Turismo de Bogotá, se ha trabajado en la construcción, publicación y difusión de diferentes documentos, destacando boletines, informes, investigaciones, estudios y mediciones. En total, durante la vigencia actual, se han publicado cerca de 25 documentos.

### Visor y Geovisor de Datos

El Observatorio cuenta con un Visor de Datos Geográficos, que permite a los usuarios acceder y analizar datos geoespaciales relacionados con

la oferta turística de la ciudad. Además, existe un mapa web, una representación visual interactiva de datos geospaciales accesible a través de internet sobre el turismo en Bogotá.

Hasta la fecha, se continúa con la actualización de diversos grupos de indicadores que abarcan aspectos clave del sector, organizados de la siguiente manera:

- Atractivos turísticos
- Prestadores de Servicios Turísticos
- Turistas en Bogotá
- Indicadores de ciudad: visitantes extranjeros que llegan a Bogotá, vuelos nacionales e internacionales directos a la ciudad, pasajeros en la Terminal de Transporte de Bogotá y la ocupación de alojamientos.

El Visor de Datos Geográficos se encuentra sobre una plataforma que integra información vectorial recopilada por el Instituto Distrital de Turismo, basada en el Registro Nacional de Turismo. Esta herramienta permite a los usuarios acceder y analizar datos geospaciales relacionados con la oferta turística de la ciudad, facilitando la toma de decisiones informadas y la planificación estratégica en el ámbito del turismo.

Gracias a esta información geoespacial, es posible obtener una visión completa y precisa de las opciones turísticas disponibles, facilitando la planificación de visitas y el análisis de tendencias en el sector. Además, se busca promover un turismo más informado y sostenible en la capital colombiana.

También se ha desarrollado un mapa web, una representación visual interactiva de datos geospaciales accesible a través de internet. A diferencia de los mapas estáticos, los mapas web permiten a los usuarios explorar, consultar y analizar información en tiempo real, facilitando la interacción con diversas capas de datos.

En el geovisor se encuentran los siguientes niveles de información:

- Arrendadores de vehículos
- Agencias de viajes
- Establecimientos de gastronomía y bares
- Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones
- Oficina de representación turística
- Otro tipo de hospedaje no permanente
- Transporte terrestre automotor especial
- Viviendas turísticas
- Infraestructura turística liviana
- Inventario turístico
- Zona de interés turístico

Asimismo, se destaca la distribución de los módulos donde se ubican los documentos de análisis en el micrositio SITBOG:

- **Boletines:** Publicaciones mensuales con información actualizada de los principales indicadores del sector turismo de la ciudad y el contexto global de la industria.
- **Investigación Viajeros:** Publicaciones anuales con información relevante sobre el comportamiento de los viajeros en la ciudad.
- **Mediciones:** Resultados de mediciones de eventos que impactan positivamente el turismo en Bogotá.
- **Segmentos de mercado:** Estudios sobre la evolución de la oferta y demanda turística en Bogotá.
- **Sostenibilidad turística:** Indicadores de sostenibilidad turística distribuidos en 12 áreas temáticas, como: Gestión de aguas residuales, Manejo de residuos sólidos, Gobernanza, Gestión energética, Satisfacción del turista, Satisfacción local, Beneficios económicos, Gestión del agua, Accesibilidad, Estacionalidad turística, Acción climática y Empleo.

## • Información Geográfica

- Durante 2024, se ha continuado con la actualización de la información geográfica en las plataformas Mapas Bogotá y Datos Abiertos Bogotá, en un esfuerzo conjunto con la Infraestructura de Datos Espaciales para el Distrito Capital (IDECA), iniciado mediante un acta de compromiso firmada con el Instituto Distrital de Turismo. Después de completar actividades clave, como la estructuración de bases de datos, creación de catálogo de objetos, diccionario de datos, pruebas de calidad y registro de ítems geográficos, se ha avanzado en la vinculación de estos datos en el portal de Datos Abiertos Bogotá.

- La información fue publicada en los respectivos portales Mapas Bogotá y Datos Abiertos, donde está disponible para su visualización en la categoría Comercio, Industria y Turismo bajo Servicios Turísticos.
- Vinculación en Datos Abiertos Bogotá y Mapas Bogotá

- Los niveles de información vinculados son los siguientes:

- Agencias de viajes
- Arrendadores de vehículos
- Establecimientos de alojamiento turístico
- Establecimientos de gastronomía y bar
- Oficinas de representación turística
- Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones
- Transporte terrestre automotor especial
- Viviendas turísticas
- Otro tipo de hospedaje no permanente
- Puntos de información turística
- Señales informativas turísticas
- Zonas de interés turístico
- Inventario turístico
- Infraestructura turística liviana

- Cada uno de los niveles de información publicados en el portal de Mapas Bogotá cuenta con metadatos y recursos geográficos disponibles para los usuarios,

- accesibles mediante los siguientes enlaces:
- Datos Abiertos Bogotá
- Mapas Bogotá

## Acciones de Articulación

El Observatorio de Turismo participó activamente en el Plan Estadístico Nacional (PEN) (2023-2027) y el Plan Estadístico Distrital (PED) (en vigencia desde 2016), contribuyendo al inventario de oferta estadística de Bogotá y del país, con las operaciones estadísticas Investigación Viajeros en Bogotá y Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje en Bogotá.

En particular, se ha trabajado en el fortalecimiento de la Investigación Viajeros en Bogotá, mediante talleres, mesas de trabajo y acciones para asegurar el cumplimiento de los atributos de calidad de datos, así como en el diligenciamiento de herramientas de autodiagnóstico bajo el marco del PEN.

El Observatorio de Turismo hace parte de la Red de Observatorios Distritales (ROD), donde se han realizado mesas de trabajo para la articulación de actividades entre las entidades del distrito. En este contexto, se reportan los siguientes indicadores de avance para el cumplimiento de sus metas:

- Avance porcentual en la implementación de alianzas estratégicas para el intercambio de información y producción de investigaciones.
- Porcentaje de estudios producidos y publicados en el sitio web del Observatorio.
- Porcentaje de actualización y publicación de indicadores a cargo del Observatorio.
- Grado de disponibilidad de talento humano asignado al Observatorio.
- Porcentaje de avance en la ejecución del presupuesto asignado al Observatorio.
- Porcentaje de avance en el cumplimiento de actividades en el plan de acción.

## OTRAS ACCIONES

- El Observatorio de Turismo participa activamente en el Plan Estadístico Nacional (PEN) (2023-2027) y el Plan Estadístico Distrital (PED) (en vigencia desde 2016), contribuyendo al inventario de oferta estadística de Bogotá y del país, con las operaciones estadísticas Investigación Viajeros en Bogotá y Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje en Bogotá.
- El Observatorio de Turismo hace parte de la Red de Observatorios Distritales (ROD), donde se han realizado mesas de trabajo para la articulación de actividades entre las entidades del distrito.
- Se destaca la articulación del Observatorio de Turismo con la Secretaría de Desarrollo Económico y el Observatorio de Cultura para la medición de eventos de alto impacto en la ciudad tales como el Festival Estéreo Picnic, la Feria Internacional del Libro de Bogotá, Salsa al Parque y SOFA.

**Proyecto No. 190 - Fortalecimiento de la Gestión Institucional y Operativa del Instituto Distrital de Turismo Bogotá D.C.**

**Meta 1: Conservar el 100 % de la capacidad operativa para el funcionamiento de la entidad. Las actividades ejecutadas al 100% incluyen:**

- Adquisición de un vehículo en reposición de la camioneta Chevrolet Captiva Sport OLN032 para atender las necesidades de transporte de la Dirección General y otros procesos operativos, cumplida mediante la Orden de Compra 133190.
- Contratación del servicio de transporte de pasajeros para los servidores, actualmente gestionando un nuevo proceso de contratación.

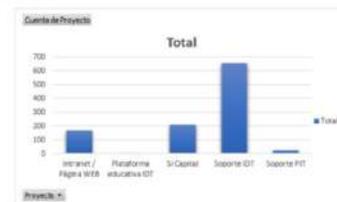
**Meta 2: Conservar el 100 % de la infraestructura tecnológica,**

**garantizando el correcto funcionamiento del hardware y software de la entidad.**

### Mesa de Servicios Enero a Octubre de 2024



1053 CASOS  
ATENDIDOS



Los 1053 casos fueron atendidos de manera satisfactoria por los ingenieros de la subdirección de inteligencia y gestión de tecnologías de la información en el corrido del año 2024.

## INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

El Instituto Distrital de Turismo (IDT) ha trabajado constantemente para mantener una infraestructura tecnológica robusta y altamente operativa, garantizando la disponibilidad continua de los sistemas de información, aplicaciones web, redes Wi-Fi y otros recursos esenciales que respaldan las actividades del Instituto.

A continuación, se detallan las principales áreas de infraestructura que se han mantenido operativas, así como las actividades realizadas para asegurar su estabilidad y disponibilidad durante la vigencia de 2024:

**Sistemas de Información:** Se ha velado por la operatividad de los sistemas internos de información, fundamentales para la gestión y toma de decisiones en el IDT. Se ha implementado un monitoreo constante de estos sistemas para detectar y resolver posibles incidentes de manera oportuna, minimizando el tiempo de inactividad y asegurando la integridad de los datos. Esto incluye sistemas de gestión documental, bases de datos de operaciones y plataformas de información crítica para el funcionamiento diario de la institución.

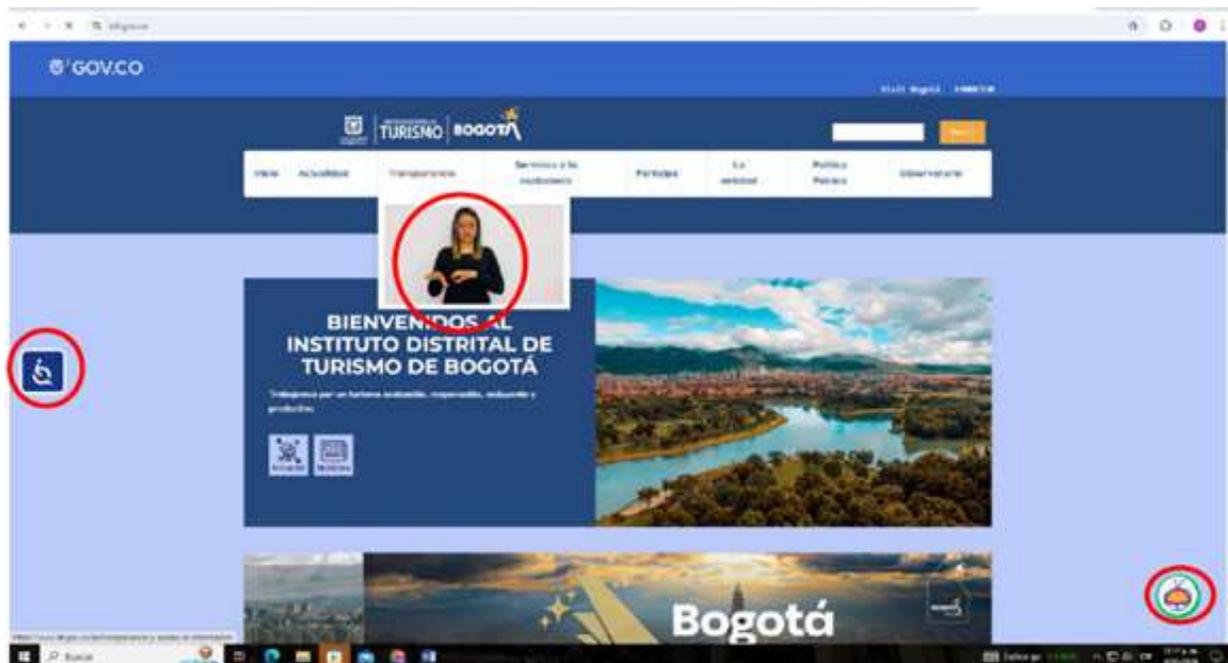
- **Aplicaciones Web y Plataformas Digitales:** Las aplicaciones web que permiten la interacción y el acceso a los servicios del IDT por parte de colaboradores, turistas y la ciudadanía en general han permanecido operativas mediante medidas preventivas y correctivas. Estas incluyen revisiones periódicas de los servidores, actualizaciones de software y optimización de la capacidad de respuesta de las aplicaciones, garantizando tiempos de carga rápidos y una experiencia de usuario satisfactoria.
- **Redes Wi-Fi Institucionales:** La red Wi-Fi ha sido un componente esencial para el acceso a la información y la conexión de dispositivos en diversas áreas del IDT. Se ha realizado mantenimiento constante de los puntos de acceso y mejoras en la capacidad de conexión, con el objetivo de ofrecer una conectividad estable y segura. Se han llevado a cabo pruebas periódicas de velocidad y disponibilidad para identificar y corregir problemas de manera proactiva, asegurando una conectividad confiable tanto para el personal interno como para el público en las áreas donde se ofrece este servicio.
- **Servidores y Almacenamiento:** La infraestructura de servidores y almacenamiento se ha mantenido operativa gracias a labores de mantenimiento preventivo, que incluyen la actualización de sistemas operativos y la gestión del almacenamiento de datos. Esta infraestructura, que sostiene tanto los sistemas de información como las aplicaciones web, ha sido optimizada para ofrecer tiempos de respuesta adecuados y garantizar la continuidad operativa en caso de eventualidades. Además, se ha implementado un sistema de respaldo y recuperación de datos para mitigar el riesgo de pérdida de información crítica.
- **Mantenimiento y Soporte Técnico:** El equipo de soporte técnico ha estado disponible para atender y resolver incidencias en tiempo real, permitiendo que todos los usuarios de la infraestructura tecnológica del IDT reciban atención rápida y efectiva ante cualquier inconveniente. Se han establecido procedimientos de soporte remoto y presencial, garantizando que cualquier problema técnico se gestione de manera eficiente y sin interrumpir las actividades diarias del Instituto.
- **Gestión de Usuarios:** Hasta octubre de 2024, se han creado 114 usuarios de correo electrónico y se han generado la misma cantidad de accesos a la intranet institucional para las diferentes áreas de la entidad. Además, se han dado de baja a 80 usuarios que ya no desempeñan funciones en el IDT, cumpliendo con el plazo establecido por Google de dos meses para la caducidad de las licencias de correo institucional. Estos registros se almacenan en el repositorio de la Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información.

Gracias a estas acciones, el IDT mantiene una infraestructura tecnológica confiable y resiliente que respalda y potencia sus operaciones, facilitando el acceso a los servicios, la gestión de datos y una comunicación eficiente. Esto demuestra el compromiso de la Subdirección con el fortalecimiento de las capacidades tecnológicas del Instituto, proporcionando las herramientas y recursos necesarios para cumplir con su misión institucional de manera efectiva y segura.

## **ACCESIBILIDAD EN LA PÁGINA WEB DEL IDT**

En el marco de su compromiso con la inclusión y el acceso universal a la información, el IDT ha implementado un módulo de accesibilidad en su página web oficial. Esta iniciativa busca garantizar que todos los ciudadanos, sin importar sus capacidades, puedan interactuar





## AVANCE MODELO DE SEGURIDAD Y PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN

En cumplimiento de los lineamientos establecidos por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), el Instituto Distrital de Turismo (IDT) ha avanzado de manera significativa en la implementación del Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información. A la fecha, la entidad ha alcanzado un nivel de cumplimiento del 67% en este modelo, reflejando un compromiso firme con la protección de los datos y la confidencialidad de la información sensible que gestiona.

Año	AVANCE PHVA		
	COMPONENTE	% de Avance Actual Entidad	% Avance Esperado
2024	Planificación	31%	40%
	Implementación	12%	20%
	Evaluación de desempeño	12%	20%
	Mejora continua	12%	20%
TOTAL		67%	100%

## LOGROS Y AVANCES EN SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

A continuación, se presenta un resumen detallado de los principales logros y avances en las diferentes áreas de seguridad de la información, conforme a las guías del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC):

- Gestión de Políticas y Normativas de Seguridad:** El IDT ha avanzado significativamente en la implementación de políticas de seguridad de la información alineadas con los estándares del MinTIC, proporcionando directrices claras sobre el manejo seguro de la información. Estas políticas abarcan aspectos como el acceso a los datos, el uso adecuado de dispositivos y redes, y la respuesta a incidentes de seguridad. Además, se han realizado capacitaciones internas para asegurar que todo el personal esté informado y comprometido con el cumplimiento de estas políticas, promoviendo así una cultura de seguridad institucional.

- **Protección de Datos Personales y Privacidad:** Siguiendo lo establecido por la Ley de Protección de Datos Personales, el IDT ha actualizado sus procedimientos para garantizar la privacidad de los datos de usuarios y colaboradores, asegurando el cumplimiento de las normativas vigentes en materia de protección de datos.
- 
- **Capacitación y Concientización en Seguridad:** Un componente esencial del modelo de seguridad del IDT ha sido la capacitación constante del personal en temas de seguridad y privacidad de la información. A través de programas de formación, se ha trabajado en sensibilizar a los colaboradores sobre prácticas seguras en el manejo de datos y la prevención de riesgos de ciberseguridad. Estos programas han sido fundamentales para consolidar una cultura organizacional de seguridad.
- 
- El progreso alcanzado hasta ahora en el modelo de seguridad y privacidad del IDT refleja el compromiso institucional con la adopción de prácticas seguras y con la protección de la integridad de los datos en todas las áreas de operación. A medida que se avanza hacia el cumplimiento total de este modelo, el Instituto reafirma su responsabilidad en cuanto a la seguridad y la confianza de la ciudadanía, cumpliendo con los estándares nacionales e impulsando un entorno digital más seguro para todos sus usuarios.
- 
- **PETI, ACTIVOS DE INFORMACIÓN Y PROCEDIMIENTOS**
- 
- Dentro de sus funciones, la Subdirección de Inteligencia y Gestión de Tecnologías de la Información ha venido desarrollando una serie de iniciativas estratégicas para fortalecer la infraestructura tecnológica del Instituto Distrital de Turismo (IDT) y asegurar que sus capacidades tecnológicas estén alineadas con los objetivos institucionales. Durante el período reciente, se han impulsado los siguientes ejes clave de trabajo:
- 
- **Actualización del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información (PETI):** Conscientes de la importancia de contar con una planificación tecnológica robusta y alineada con las directrices estratégicas del IDT y el Plan Distrital de Desarrollo 2024–2027, la Subdirección ha trabajado en la revisión y actualización del PETI. Este proceso ha incluido un diagnóstico detallado de las capacidades actuales y un análisis de necesidades futuras, con el fin de establecer una hoja de ruta clara y eficaz que maximice el valor de la tecnología para la institución.
- **Optimización de Procesos de Gestión Tecnológica:** En el ámbito de la gestión tecnológica, la Subdirección ha centrado sus esfuerzos en optimizar los procesos internos, permitiendo una gestión más ágil y efectiva de los recursos tecnológicos. Este trabajo ha implicado una revisión exhaustiva de los procedimientos del proceso de gestión tecnológica, con el objetivo de lograr una administración más eficiente y transparente. Se han adoptado buenas prácticas y metodologías para asegurar la eficiencia operativa, permitiendo al IDT responder con rapidez a las demandas tecnológicas actuales y futuras.
- **Actualización de Activos de Información:** La Subdirección ha dado prioridad a la actualización de los activos de información, garantizando que estos cumplan con los estándares de seguridad, disponibilidad y calidad requeridos. Este proceso ha involucrado la identificación y clasificación de los activos informáticos críticos del IDT, así como la implementación de controles y medidas de seguridad para proteger la información institucional y fortalecer su resiliencia ante posibles amenazas. Esta actualización es fundamental para asegurar la integridad y la continuidad operativa del Instituto en un

La dedicación en cada uno de estos frentes reafirma el compromiso de la Subdirección con la misión del IDT y con la construcción de una infraestructura tecnológica que potencie la capacidad de respuesta, promueva la innovación y contribuya al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Instituto.

## CHATBOT "CHATICO"

La implementación de "Chatico" es el resultado de un trabajo articulado entre el IDT y la Alcaldía Mayor de Bogotá, que ha involucrado equipos especializados en tecnología, diseño de servicios y promoción turística. Esta primera versión del chatbot ha sido concebida como una base inicial que evolucionará con el tiempo. En este sentido, se han identificado áreas de mejora y se proyecta la incorporación de nuevas funcionalidades y capacidades en versiones futuras, tales como:

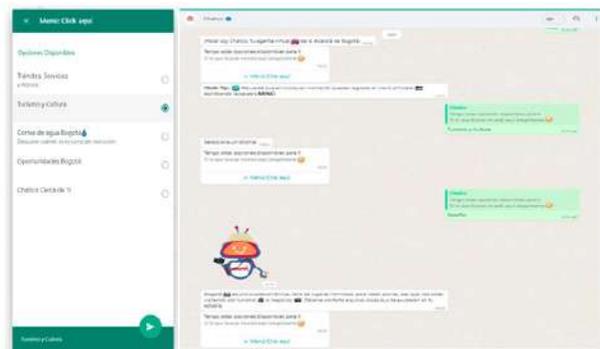
- **Ampliación del Repertorio de Consultas:** Se incluirán más categorías de información, como datos sobre sostenibilidad, opciones de turismo accesible y actividades al aire libre.
- **Mayor Personalización:** Se optimizará el uso de inteligencia artificial para adaptar las respuestas según el perfil y las preferencias del usuario.
- **Integración Multicanal:** Se extenderá el servicio a otras plataformas digitales, como redes sociales y aplicaciones de mensajería, para facilitar aún más el acceso a la herramienta.
- **Aprendizaje Continuo:** Gracias a la tecnología de machine learning, "Chatico" mejorará con el tiempo, aprendiendo de las interacciones de los usuarios para ofrecer respuestas más completas y precisas.

## Beneficios y Compromiso con la Inclusión Digital

Con la disponibilidad de "Chatico", el IDT

garantiza:

- **Atención Inmediata y Multilingüe:** El servicio está disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, y configurado para interactuar en varios idiomas, promoviendo la inclusión de visitantes internacionales.
- **Mejor Experiencia del Usuario:** Proporciona respuestas rápidas y personalizadas, eliminando barreras de acceso a la información.
- **Fomento del Turismo Digital:** Posiciona a Bogotá como un destino que combina tradición e innovación tecnológica.



## Conclusión

"Chatico" es una herramienta que marca un hito en la modernización de los servicios digitales del IDT, consolidando el compromiso de la institución y la Alcaldía Mayor de Bogotá con la promoción de un turismo accesible, incluyente y tecnológico. Esta primera versión es solo el comienzo de una estrategia de innovación continua que busca enriquecer la experiencia de quienes eligen Bogotá como su destino o

lugar de residencia. Con cada mejora futura, "Chatico" se convertirá en un aliado aún más potente para conectar a ciudadanos y turistas con lo mejor de la ciudad.

## **Cierre de vigencia 2024: cumplimiento de metas y excelente ejecución presupuestal**

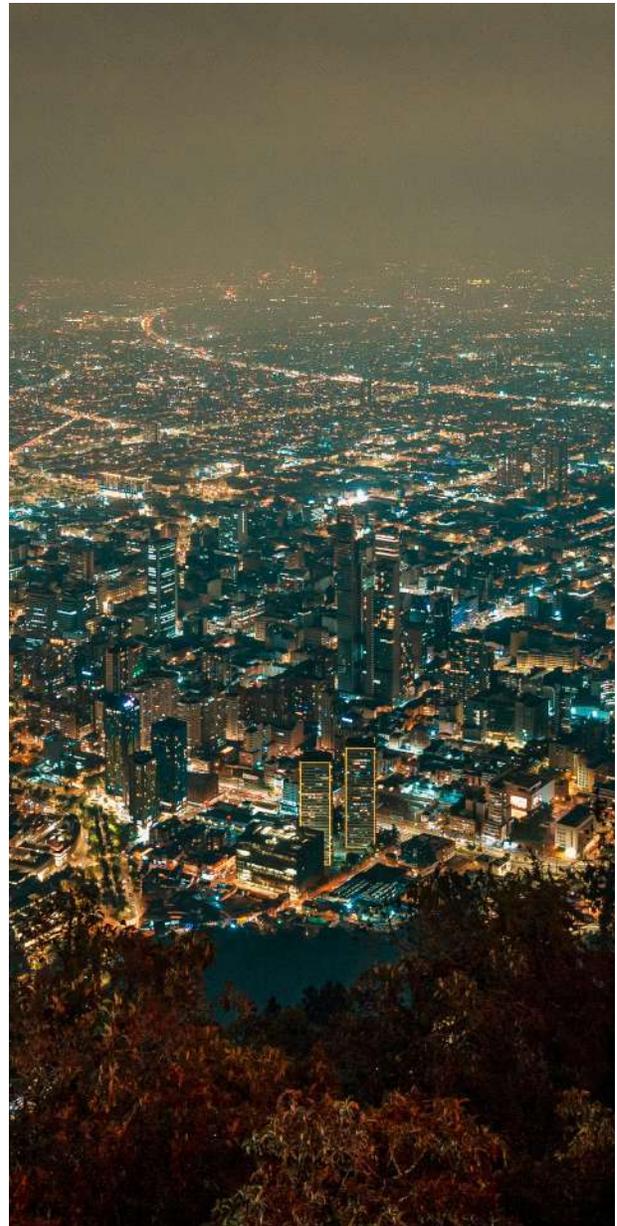
En 2024, el Instituto logró consolidar a la ciudad como un destino turístico competitivo y sostenible, alcanzando hitos significativos en reconocimiento local e internacional. Se destacaron los avances en la plataforma VisitBogota.co, que atrajo a más de 72.000 nuevos usuarios, y la atención a más de 223.000 consultas turísticas. Además, la ciudad recibió importantes galardones, como el Premio a la Alta Gerencia por la iniciativa "Bogotá, un Destino Rural" y el primer lugar en el Índice de Competitividad Turística Regional. Estos logros reflejan la efectividad de las estrategias implementadas para promover un turismo inclusivo, accesible y sostenible.

Se logró avanzar en procesos de innovación y diversificación en la oferta turística. En 2024, se sobresalió en la creación de experiencias turísticas únicas y sostenibles, como "Salsa y Candelaria Experience" y "Un Viaje Ancestral", que enriquecieron la diversidad cultural y natural de la ciudad. También se capacitó a 100 prestadores de servicios turísticos, fortaleciendo la cadena de valor del sector. La entidad demostró su compromiso con la innovación al publicar 12 documentos técnicos que orientaron el desarrollo del turismo inteligente, destacando a Bogotá como un referente en tecnología y accesibilidad.

El posicionamiento de Bogotá a nivel internacional fue evidente con reconocimientos como el sexto mejor destino mundial y el primero en América Latina según TripAdvisor, así como el sexto mejor destino gastronómico del mundo según Taste Atlas. Además, la ciudad lideró rankings en turismo inclusivo y fue nominada en los World Travel Awards. Estas distinciones, sumadas a los esfuerzos por

promocionar la ciudad en eventos globales y en la implementación de estrategias de marketing digital, consolidan a Bogotá como un destino vibrante e innovador que atrae a visitantes de todo el mundo.

En síntesis, el año 2024 marcó un período de importantes avances para el Instituto Distrital de Turismo, reflejando un compromiso integral con el desarrollo sostenible, la inclusión y la proyección global de Bogotá como un destino de clase mundial.





# INFORME DE GESTIÓN *TURISMO BOGOTÁ:* LOGROS DE IMPACTO 2024

X Instagram TikTok Facebook YouTube /visitbogota

[www.visitbogota.co](http://www.visitbogota.co)



INSTITUTO DISTRITAL DE  
**TURISMO**

