



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

**Informe de Gestión y Resultados
CBN -1090
Vigencia 2012**

Enero de 2013

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA

Tabla de contenido

Introducción.....	4
1 Informe resumido de la Gestión.....	6
1.1 El Instituto en el Plan de Desarrollo Distrital 2008 – 2012 “Bogotá Positiva: para vivir mejor”.....	6
1.2 El Instituto en el Plan de Desarrollo Distrital 2012 – 2016 “Bogotá Humana”.....	8
1.2.1 Presupuesto 2012 y ejecución presupuestal	12
1.2.2 Ejecución presupuestal institucional.....	12
1.2.3 Principales logros del Instituto Distrital de Turismo con impacto en la ciudad	16
1.3 Proyectos de inversión	22
1.4 Balance de la gestión por proyecto.....	23
1.4.1 Proyecto 0436 - Bogotá Internacional, Turística y Atractiva.....	23
1.4.2 Proyecto 0464 - Fortalecimiento de la Productividad y la Competitividad en el Sector Turístico de Bogotá y su Entorno Regional.....	25
1.4.3 Proyecto 444 - Fortalecimiento Institucional	30
1.4.4 Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Humana” 2012 – 2016.....	33
1.4.5 Proyecto 0740-164 - Bogotá Ciudad turística para el disfrute de todos	33
1.4.6 Proyecto 0731-163 – Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá...	36
1.4.7 Proyecto 0712-235 – Sistemas de mejoramiento de la gestión	40
2 Información de gestión por procesos.....	43
2.1 Procesos Estratégicos.....	44
2.1.1 Proceso Direccionamiento estratégico	44
2.1.2 Proceso Mejora continua.....	46
2.2 Procesos Misionales.....	50
2.2.1 Proceso Gestión del Destino	50
2.2.2 Fortalecimiento empresarial	51
2.2.3 Comunidad.....	52
2.2.4 Gestión Local.	53
2.3 Proceso Promoción del Destino	53
2.3.1 En Promoción y Mercadeo de Bogotá	53
2.3.2 Posicionamiento de la Ciudad	54
2.3.3 Campañas de Promoción Turística.....	55
2.3.4 Promoción Comercial	56
2.3.5 Información Turística.....	79
2.3.6 Recorridos Turísticos y Temáticos 2012.....	93
2.4 Procesos de Apoyo	99
2.4.1 Proceso de Gestión de información turística	100
2.4.2 Proceso Financiero	101
2.4.3 Proceso Jurídico.....	102
2.4.4 Proceso de Comunicaciones.....	104





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

2.4.5	Proceso de Talento Humano	111
2.4.6	Proceso de Sistemas.....	113
2.4.7	Proceso Logístico.....	114
2.5	Procesos de Evaluación	115
2.5.1	Proceso de Control y Seguimiento	115
2.5.2	Proceso de Gestión Documental.....	118



BOGOTÁ
HUMANANA



Introducción

Las actividades adelantadas por la administración en el marco del Plan de Desarrollo “Bogotá Humana”, han impulsado el desarrollo económico de Bogotá, a través de la promoción de la actividad turística de la Ciudad y de gestionar las mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad del destino, conforme a lo establecido en los Acuerdos 275 de 2007 y 327 de 2008; en el Decreto 327 de 2008 y en la Política de Calidad de la entidad.

La entidad lleva a cabo su labor misional en desarrollo de planes; programas y proyectos que adelanta en buena medida bajo alianzas estratégicas público – privadas del orden nacional y distrital con criterios de maximización de la relación de beneficio/costo y de apalancamiento de los recursos públicos asignados a la entidad para lograr el mayor impacto para la ciudad en generación de empleo; inversión; divisas; mejor imagen; competitividad y calidad de vida de la ciudad.

La apuesta estratégica de la Ciudad desde el IDT se ha concentrado en posicionar a Bogotá como un destino turístico sostenible y al sector turismo como un impulsador del desarrollo económico y social y cultural de la ciudad. Dentro de los resultados más relevantes durante el año 2012 se destaca implementación del proyecto piloto de señalización turística, peatonal de Bogotá. Ahora la ciudad tiene un nuevo rostro y el mobiliario urbano una importante transformación con la instalación del primer grupo de 76 señales turísticas peatonales diseñadas y gestionadas por el IDT.

Estas señales son unas imponentes estructuras metálicas, diseñadas con los más altos estándares internacionales y bajo asesoría inglesa, cuyas alturas superan los dos metros. Disponen de la más completa información de los lugares y atractivos de la zona en español, inglés y braille. A través de la puesta en valor de sus atractivos físicos y culturales que pueden ser apropiados por residentes, visitantes y turistas a través de los recorridos que definen estas señales, El IDT en el marco del plan de Desarrollo “Bogotá Humana”, confirma su compromiso en el mejoramiento de las condiciones de competitividad turística de la ciudad y de hacer de Bogotá una mejor ciudad para vivir y visitar.

Los resultados obtenidos nos permiten consolidarnos como el principal destino en Colombia en turismo nacional e internacional. La dinámica del sector impulsa la actividad económica de la ciudad con un auge creciente en materia de inversión nacional e internacional en infraestructura turística y en mayores atractivos para la ciudad.

Bogotá es líder en Colombia y referente en la región en materia de promoción y gestión turística. La ciudad cuenta con importantes validadores principalmente a nivel internacional y con reconocimientos otorgados por diferentes medios influyentes, por



BOGOTÁ
HUMANANA





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

mediciones especializadas en el sector e incluso por el Premio concedido a Bogotá como “Ciudad encantadora, llena de contrastes y sorpresas” recibido en Lugano (Suiza) 2007-2008, en la Categoría Destino por descubrir.

La gestión del IDT cuenta con la favorabilidad y credibilidad en su gestión por parte de la ciudadanía, con el reconocimiento público del ente certificador y medios de comunicación claves que resaltan su capacidad técnica, de la misma manera que recibió a través del Doctor Luis Fernando Rosas Londoño como Director del Instituto Distrital de Turismo la condecoración “Orden Pedro Nel Ospina Vásquez al emprendimiento y competitividad en el grado cruz extraordinaria”, como reconocimiento a las propuestas esbozadas en materia de turismo social inclusivo para Bogotá.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA

1 Informe resumido de la Gestión

Los avances en las metas del año 2012 corresponden a los planes de Desarrollo Bogotá positiva y la entrada en vigencia de la nueva administración “Bogotá Humana”, en este sentido, se presentan a continuación los correspondientes resultados.

1.1 El Instituto en el Plan de Desarrollo Distrital 2008 – 2012 “Bogotá Positiva: para vivir mejor”.

En el Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Positiva: para Vivir mejor”, el Instituto Distrital de Turismo se ubica en los Objetivos Estructurantes: Ciudad Global y Gestión pública efectiva y transparente; en los programas: Bogotá Competitiva e Internacional y Desarrollo institucional integral y en el proyecto Bogotá Turística.

OBJETIVO ESTRUCTURANTE	PROGRAMA	PROYECTO	META CIUDAD	PROYECTO DE INVERSIÓN ASOCIADO	META
Ciudad Global	Bogotá Competitiva e Internacional	Bogotá Turística	Mantener en 71% la ocupación hotelera	464	Asesorar 500 prestadores de servicios turísticos para que incorporen criterios de calidad y sostenibilidad en la oferta turística.
				464	Capacitar 3.000 personas para el mejoramiento de la gestión turística de Bogotá.
				436	Implementar 5 campañas promocionales de Bogotá como destino turístico.
				464	Diseñar y concertar 10 portafolios de productos turísticos.
Gestión pública Efectiva	Desarrollo institucional integral			444	Adelantar el 100% del proceso de desarrollo y fortalecimiento de la estructura de los sectores y entidades de la Administración Distrital

Las siguientes son las metas formuladas para el PDD, de acuerdo con las respectivas líneas de base:

META	LINEA DE BASE
Asesorar 500 prestadores de servicios turísticos para que incorporen criterios de calidad y sostenibilidad en la oferta turística.	0 prestadores de servicios turísticos orientados.
Capacitar 2000 personas para el mejoramiento de la gestión turística de Bogotá.	360 personas capacitadas, vinculadas a servicios turísticos y complementarios.
Implementar 5 campañas promocionales de Bogotá como destino turístico.	1 campaña diseñada y ejecutada.
Diseñar y concertar 10 portafolios de productos turísticos.	1 portafolio turístico diseñado y concertado.
Adelantar el 100% del proceso de desarrollo y fortalecimiento de la estructura de los sectores y entidades de la Administración Distrital	12 Sectores administrativos de Coordinación. Sistema de Coordinación del D.C. reglamentado SGRAL. (*)

(*) Fuente Plan de Desarrollo Bogotá Positiva para Vivir Mejor 2008 - 2012

Avance en la ejecución de las metas 2012:

META	2008		2009			2010			2011			2012			ACUMULADO PLAN	
	P	E	P	E	%	P	E	%	P	E	%	P	E	%	N°	%
Asesorar 500 prestadores de servicios turísticos para que incorporen criterios de calidad y sostenibilidad en la oferta turística.	100	42	143	146	102%	160	262	164%	78	107	137%	140	268	191%	825	128%
Capacitar 2000 personas para el mejoramiento de la gestión turística de Bogotá.	400	395	755	1.492	197%	850	1.054	124%	4.899	3.722	76%	1.457	1.444	99%	8107	82%



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

META	2008		2009			2010			2011			2012			ACUMULADO PLAN	
	P	E	P	E	%	P	E	%	P	E	%	P	E	%	N°	%
Implementar 5 campañas promocionales de Bogotá como destino turístico.	1	0	1	1	100%	2	3	150%	3	3	100%	2	0	0%	7	78%
Diseñar y concertar 10 portafolios de productos turísticos.	2	1	3	3	100%	3	4	133%	7	5	100%	5	5	100%	18	100%
Adelantar el 100% del proceso de desarrollo y fortalecimiento de la estructura de los sectores y entidades de la Administración Distrital	100%	64%	100%	88%	88%	100%	99%	99%	100%	100%	99%	100%	100%	100%	100%	100%

P: Programado. E: Ejecutado.

1.2 El Instituto en el Plan de Desarrollo Distrital 2012 – 2016 “Bogotá Humana”

En el Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Humana”, el Instituto Distrital de Turismo se ubica en los siguientes ejes estratégicos y programas:

Eje	Programa	Proyecto prioritario	Proyecto de inversión	Metas
(1) Una ciudad que supera la segregación y la discriminación: el ser humano en el centro de las preocupaciones del desarrollo	(12) Apoyo a la economía popular, emprendimiento y productividad	163- Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá	731	244- Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados
				245- Incubar 120 empresas prestadoras de servicios turísticos, dentro de las cuales 10 son de vendedores informales como opción productiva para su salida del espacio público
				246- 200 nuevos empresarios del turismo para el próximo cuatrienio
				247- Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax: 2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANA



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

Eje	Programa	Proyecto prioritario	Proyecto de inversión	Metas
				<p>248- Afianzar 6 clúster turísticos en la ciudad de Bogotá, que recojan cerca de 200 unidades productivas dándole salidas económicas a 2.400 personas directas vinculadas a ellos</p> <p>249- Realizar actividades de turismo social/ ecológico en el marco de Bogotá-Región con la participación de por lo menos 10.000 ciudadanos</p> <p>250- Capacitar 450 prestadores de servicios turísticos y los conexos a la cadena productiva del turismo en una segunda lengua acorde al tipo de servicio y clasificación de la misma</p>
		164- Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos	740	<p>251- 30.000 personas en el cuatrienio para formar en amor y apropiación por la ciudad, de los dos grupos: 1). 10.000 Personas que tienen contacto frecuente con los visitantes. 2). 20.000 entre adultos mayores, jóvenes y niños en escolaridad y discapacitados</p> <p>252- Generar apropiación del territorio a través de la implementación del Programa Nacional Colegios amigos del turismo en 20 colegios públicos de la ciudad</p> <p>253- Dos sectores turísticos señalizados</p> <p>254- 120 Prestadores de Servicios Turísticos o complementarios aplicando estrategias de prevención de ESCNNA</p> <p>255- 60 empresas turísticas adicionales, comprometidas con prácticas de calidad e innovación como diferenciador de mercado</p> <p>256 - Atender 3.420 recorridos turísticos peatonales</p> <p>257- Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística</p> <p>258- Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad</p> <p>259- Captar 120 eventos con categoría ICCA</p>
(3) Una Bogotá que defiende y fortalece lo público	(31) Fortalecimiento de la función administrativa y desarrollo institucional	235- Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades	712	457- Implementar en el 100% de las entidades del distrito el Sistema Integrado de Gestión





Avance en la ejecución de la metas a 31 de diciembre de 2012:

DESCRIPCION		2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRAMACIÓN 2012	% AVANCE FRENTE A META PLAN
Beneficiar 21000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados. (15)	P	15	5,985	9,000	5,000	1,000	21,000	233%	0.17%
	E	35					35		
Incubar 120 empresas prestadoras de servicios turísticos. (20)	P	20	30	30	40	0	120	0%	0.00%
	E	0					0		
Crear 200 Nuevas empresas del turismo ubicados en Bogotá. (20)	P	20	60	50	50	20	200	0%	0.00%
	E	0					0		
Profesionalizar 5000 Conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad. (0)	P	0	1,300	1,300	1,300	1,100	5,000	0%	0.00%
	E	0					0		
Vincular 200 empresas a seis (6) clúster turísticos en la ciudad de Bogotá. (35)	P	35	41	41	41	42	200	0%	0.00%
	E	0					0		
Capacitar 450 prestadores de servicios Turísticos y los conexos a la cadena productiva del turismo en una segunda lengua acorde al tipo de servicio y clasificación de la misma. (125)	P	125	100	100	100	25	450	105%	29.11%
	E	131					131		
Realizar 7 actividades de turismo social/o ecológico en el marco de Bogotá-Región con la participación de por lo menos 10.000 ciudadanos menos 10.000 ciudadanos en estos nuevos productos. (1)	P	1	1	2	2	1	7	100%	14.29%
	E	1					1		
Realizar 12 investigaciones para la medición de la oferta y la demanda turística de Bogotá Región. (0)	P	0	3	3	3	3	12	0%	0.00%
	E	0					0		
Formular 1 propuesta técnica para el desarrollo del proyecto de formación de 5.000 conductores de	P	1	0	0	0	0	1	100%	100.00%
	E	1					1		



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

DESCRIPCION		2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRAMACIÓN 2012	% AVANCE FRENTE A META PLAN
taxis, en un periodo de 4 años; en apropiación de ciudad y conocimiento de la oferta turística y cultural. (1)									
Formar 30000 personas en el cuatrienio para formar en amor y apropiación por la ciudad. (3000)	P	3,000	7,063	5,383	5,463	9,091	30,000	41%	4.06%
	E	1,217					1,217		
Señalizar 2 sectores turísticos de la ciudad. (0)	P	0	0.5	0.5	0	1	2	0%	0.00%
	E	0					0		
Realizar 3420 Recorridos turísticos peatonales. (428)	P	428	855	855	855	427	3420	150%	18.77%
	E	642					642		
Atender 1000000 Consultas En información turística. (62500)	P	62,500	250,000	250,000	250,000	187,500	1,000,000	259%	16.19%
	E	161,874					161874		
Diseñar y ejecutar 6 campañas de promoción turística. (2)	P	2	1	1	1	1	6	100%	33.33%
	E	2					2		
Captar 35 eventos con categoría ICCA. (0)	P	0	9	10	8	8	35	0%	0.00%
	E	0					0		
Implementar 20 Colegios Públicos del Programa Nacional Colegios amigos del turismo. (4)	P	4	4	4	4	4	20	100%	20.00%
	E	4					4		
Vincular 120 Prestadores de Servicios Turísticos o complementarios aplicando estrategias de prevención de ESCNNA. (10)	P	10	30	30	30	20	120	850%	70.83%
	E	85					85		
Fortalecer 60 empresas turísticas comprometidas con prácticas de calidad e innovación como diferenciador de mercado. (25)	P	25	10	10	15	0	60	100%	41.67%
	E	25					25		
Realizar 87 actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional. (23)	P	23	40	12	11	1	87	217%	57.47%
	E	50					50		
Elaborar 1 Documento que contenga el diseño y la gestión para señalar turísticamente dos (2) sectores de la ciudad. (1)	P	1	0	0	0	0	1	0%	0.00%
	E	0					0		

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA

1.2.1 Presupuesto 2012 y ejecución presupuestal

El Instituto contó con un presupuesto aprobado para la vigencia 2012, se describe en el siguiente cuadro:

Cuadro 1: IDT. Apropriación Presupuestal vigencias 2011 y 2012

RUBRO PRESUPUESTAL	2011	2012
TOTAL PRESUPUESTO	16.975.495.069¹	15,987,692,699²
TOTAL FUNCIONAMIENTO	3.776.524.794	3,864,383,176
FUNCIONAMIENTO VIGENCIA	3.570.043.000	3,709,148,000
1.- Servicios Personales Asociados a Nómina	1.977.006.900	2,087,600,000
2.- Servicios Personales Indirectos	18.000.000	10,000,000
3.- Aportes Patronales	698.018.100	714,648,000
4.- Gastos Generales	877.018.000	896,900,000
Reservas de funcionamiento	206.481.794	155,235,176
TOTAL INVERSION	13.198.970.275	12,123,309,523
INVERSION DIRECTA	12.100.000.000	10,004,188,000
Bogotá Humana	0	6,208,978,480
731-163 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá	0	968,121,020
740-164 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos	0	4,942,892,185
712-235 - Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades	0	297,965,275
Bogotá Positiva	12.100.000.000	3,795,209,520
0436 - Bogotá Internacional, turística y atractiva	7.650.000.000	2,136,900,394
0464 - Fortalecimiento de la productividad y competitividad en el sector turístico de Bogotá en su entorno regional.	3.144.000.000	856,274,401
0444 - Fortalecimiento Institucional.	1.306.000.000	802,034,725
Reservas de inversión	1.098.970.275	2,119,121,523

1.2.2 Ejecución presupuestal institucional

A continuación se presenta el avance de la ejecución presupuestal, a corte a Diciembre 31 de 2012 en funcionamiento e inversión:

Cuadro 2: IDT. Apropriación Presupuestal y porcentaje de ejecución de las vigencias 2010, 2011 y 2012}

CONCEPTO	Diciembre 31 de 2010			Diciembre 31 de 2011			Diciembre 31 de 2012		
	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS
TOTAL PRESUPUESTO	17.113.108.994	98.20%	92.23%	16.975.495.069	97.3%	86.2%	15,987,692,699	98.43%	71.03%
TOTAL FUNCIONAMIENTO	3.049.858.000	91.44%	92.60%	3.776.524.794	95.5%	95.7%	3,864,383,176	97.65%	96.71%
FUNCIONAMIENTO VIGENCIA	2.799.150.219	91.15%	91.91%	3.570.043.000	95.4%	95.5%	3,709,148,000	97.79%	96.58%
RESERVAS FUNCIONAMIENTO	250.707.781	94.70%	100.0%	206.481.794	97.6%	100.0%	155,235,176	94.20%	100.00%

¹ El presupuesto inicial del Instituto, fue de \$17.000.043.000, el cual incluía las reservas presupuestadas y no utilizadas, razón por la cual difiere del presupuesto definitivo a cierre del año 2011.

² La apropiación del presupuesto al inicio de la vigencia, fue de \$16.255.681.000, el cual incluía la asignación no distribuida, es decir las reservas presupuestadas y no utilizadas, razón por la cual difiere del presupuesto definitivo a cierre del año 2012.



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

Cuadro 2: IDT. Apropiación Presupuestal y porcentaje de ejecución de las vigencias 2010, 2011 y 2012}

CONCEPTO	Diciembre 31 de 2010			Diciembre 31 de 2011			Diciembre 31 de 2012		
	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS
TOTAL INVERSION	14.063.250.994	99.67%	92.16%	13.198.970.275	97.8%	83.6%	12,123,309,523	98.68%	62.93%
INVERSION DIRECTA	7.261.736.000	99.73%	84.83%	12.100.000.000	97.9%	82.1%	10,004,188,000	98.72%	58.40%
Bogotá Humana	0	0	0	0	0	0	6,208,978,480	98.46%	33.75%
731-163 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá	0	0	0	0	0	0	968,121,020	99.49%	41.84%
740-164 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos	0	0	0	0	0	0	4,942,892,185	99.24%	32.24%
712-235 - Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades	0	0	0	0	0	0	297,965,275	82.18%	32.33%
Bogotá Positiva	7,261,736,000	99.73%	92.16%	12,100,000,000	97.80%	83.60%	3,795,209,520	99.15%	98.43%
0436 - Bogotá Internacional, turística y atractiva	4,268,625,000	99,74%	86,95%	7,650,000,000	100.00%	92,6%	2,136,900,394	99.48%	98.71%
0464 - Fortalecimiento de la productividad y competitividad en el sector turístico de Bogotá en su entorno regional.	2,151,028,000	99,62%	76,35%	3,144,000,000	95,6%	57,4%	856,274,401	97.53%	97.19%
0444 - Fortalecimiento Institucional.	842,083,000	100%	95,65%	1,306,000,000	91.00%	77.00%	802,034,725	100.00%	98.97%
RESERVAS DE INVERSIÓN	6,801,514,994	99,6%	100%	1,098,970,275	97,2%	100.00%	2,119,121,523	98.46%	84.37%

De acuerdo a la tabla anterior, la ejecución total de la entidad para 2012 fue del 98,4% (\$15.736 millones ejecutados) frente al 97.3% alcanzado en 2011 y los giros, frente a los recursos comprometidos, representaron el 71.03%, esto es, 15 puntos menos a los registrados en 2011 (86.2%), lo que obedece principalmente al proceso de armonización presupuestal, el cual afectó de manera directa los tiempos en los cuales se concretaron los compromisos presupuestales, por ejemplo, están los convenios suscritos con Cámara de Comercio y Cobeavint ONG, los cuales se suscribieron en diciembre de la vigencia 2012, también se realizó adición al Consorcio Nacional de Medios, así como a la Fundación Escuela Taller, entre otros contratos. Estas situaciones afectó directamente el nivel de recursos girados por el Instituto.

La ejecución de los recursos de funcionamiento para la vigencia 2012 fue del 97,8% (\$3.709 millones ejecutados), frente al 95,5% de ejecución en 2011; entre tanto, los giros realizados con respecto a los recursos comprometidos, representaron el 96,6%. Cabe anotar que las reservas de funcionamiento de 2011 para 2012, se ejecutaron en un 94.2% y los giros de estos recursos alcanzaron el 100%.

Por su parte, la ejecución de los recursos de inversión para la vigencia 2012 fue del 98,7% (\$9.876 millones ejecutados), frente al 97,8% registrado en 2011, con un comportamiento en los giros con respecto a los recursos comprometidos, se ubicaron en un 58.4%.

En cuanto a la ejecución presentada por los Proyectos asociados a Bogotá Positiva 436, 464 y 444 para la vigencia 2012 fue de 99.48%, 97,53% y 100%, respectivamente,





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

mientras que los Proyectos producto de la entrada en vigencia del nuevo plan distrital de desarrollo Bogotá Humana, es decir 712-235- *Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades*, 731-163- *Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá* y 740-164- *Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos*, evidencian un nivel de ejecución para el primer caso del 82.2%, frente al segundo, del 99.5% y el último el 99.2%. Dado que este año se presentó el proceso de armonización, sus cifras no resultan comparables frente a lo sucedido en la vigencia 2011, sin embargo es preciso destacar que al cierre del año el proceso que tenía como propósito adquirir los bienes muebles para la nueva sede institucional no se logró concretar, además que todos los elementos tecnológicos que se tenían previsto adquirir para fortalecer la infraestructura tecnológica de la entidad, no fue posible adelantarlos, dadas las restricciones de tiempo con las que se contaba para surtir plenamente el proceso licitatorio y, por otra parte, están los saldos presupuestales que resultaron después de concluir con los procesos contractuales, debido a que se contrató por menor valor al que se había proyectado.

Ahora bien, en cuanto al comportamiento presentado en los giros, se aprecia que a nivel general, durante el 2012, disminuyeron en casi 21 puntos con respecto a la vigencia anterior, debido a diferentes situaciones, entre ellas, está que hubo reservas del año 2011 que no se pagaron, por otra parte, el proceso de armonización presupuestal, como se mencionó anteriormente, pesó fuertemente en el desarrollo mismo de la ejecución presupuestal, así como de los giros realizados y, finalmente, muchos de los compromisos se concretaron en el último trimestre de la vigencia 2012.

1.2.2.1 Ejecución presupuestal (436)

VIGENCIA	APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS 2012	PASIVOS 2011
2012	2,136,900,394	2,125,753,727	99.48%	27,361,434	0

1.2.2.2 Ejecución de metas físicas (464)

VIGENCIA	APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS 2012	PASIVOS 2011
2012	856,274,401	835,101,068	97.53%	23,424,736	326,191,301

1.2.2.3 Ejecución de metas físicas (444)

VIGENCIA	APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS 2012	PASIVOS 2011
2012	802,034,725	802,034,725	100.00%	8,289,539	0



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

1.2.2.4 Ejecución de metas físicas (712-235)

VIGENCIA	APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS 2012
2012	297,965,275	244,867,897	82.18%	165,692,221

1.2.2.5 Ejecución de metas físicas (731-163)

VIGENCIA	APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS 2012
2012	968,121,020	963,186,096	99.49%	560,189,171

1.2.2.6 Ejecución de metas físicas (740-164)

VIGENCIA	APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS 2012
2012	4,942,892,185	4,905,375,989	99.24%	3,323,970,981



1.2.3 Principales logros del Instituto Distrital de Turismo con impacto en la ciudad

El 13 de diciembre de 2012 fue inaugurado el proceso de implementación del proyecto piloto de Señalización turística Peatonal de Bogotá, mediante evento protocolario realizado en el Palacio Liévano en cabeza del Alcalde Mayor de Bogotá.

Dicho Plan piloto, contemplo la intervención en 2 zonas turísticas de Bogotá: el Centro Histórico Candelaria y su interconexión con el Centro Internacional mediante la construcción de 76 señales turísticas de las cuales se han realizado hasta el momento, 68 cimentaciones, e instalado 22 señales (19 señales direccionales, 5 Tótems, 2 paneles de bienvenida y 2 monolitos) de las 76 proyectadas.

El objetivo del proyecto es hacer de la ciudad un destino más competitivo, mediante la puesta en valor de sus atractivos físicos y culturales que pueden ser apropiados por residentes, visitantes y turistas a través de los recorridos que definen estas señales.

En lo relacionado con promoción de Bogotá como destino turístico y en articulación con la oficina de comunicaciones de la Alcaldía, se desarrollaron dos campañas de promoción turística: La campaña general de promoción de ciudad, denominada "Bogotá, Infinitas Posibilidades", concepto a partir del cual se han venido elaborando piezas promocionales y la campaña temática de Navidad orientada a generar interés sobre el destino Bogotá como atractivo para la temporada, para lo cual se realizaron cuñas radiales, avisos para medios regionales, avisos para dos periódicos nacionales, así como, actividades locales como los recorridos peatonales de navidad por el Palacio Liévano y los Centros Históricos de La Candelaria y Usaquén.

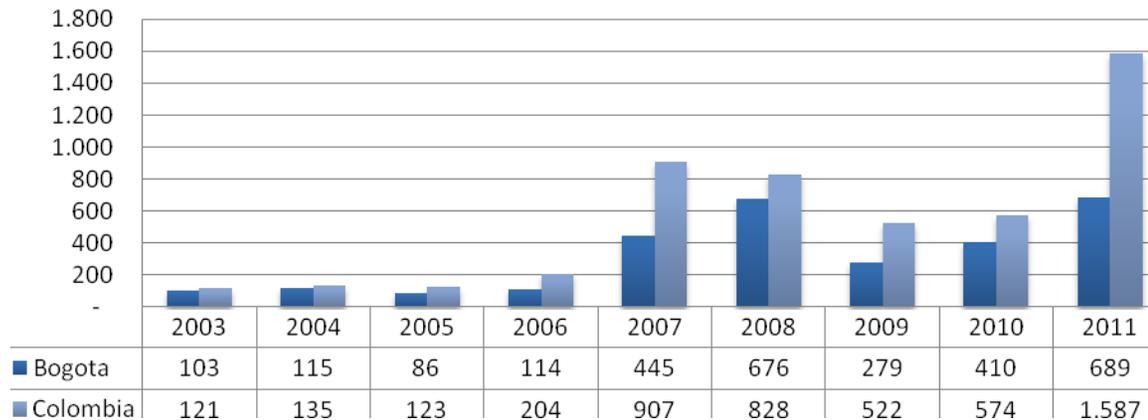
✓ Impacto de la gestión del IDT para la ciudad

Bogotá cuenta con una serie de prestadores turísticos que trabajan con miras a un mejoramiento continuo en aspectos de infraestructura, calidad e implementación de sistemas operativos y administrativos que permitan el progreso de sus productos, desembocando en una sostenibilidad prolongada de los respectivos sectores. Este largo camino de consolidación hace que la diversificación de servicios en busca de la satisfacción de necesidades del visitante y el turista se convierta en el principal objetivo sobre el cual se enfocan los esfuerzos de los entes privados y públicos, internos y externos que hacen parte activa del turismo.

Según el Registro Nacional de Turismo, Bogotá reúne, aproximadamente, el 19% de la totalidad de prestadores de servicios turísticos existentes. En comparación con el resto del país, la ciudad contiene ciertas fortalezas en lo que a oferta turística se refiere, las agencias de viajes, los establecimientos de gastronomía, los bares y la variedad de centros de convenciones y eventos son algunos de los ejemplos, sobre los cuales se ha percibido una concentración considerable. Así mismo, estas focalizaciones de oferta reflejan parcialmente los comportamientos de la demanda turística que visita la ciudad, que cada vez, se hace más atractiva al reunir todas las características necesarias para la consolidación de un espacio ideal donde se realicen, aparte de negocios, cualquier otra actividad de ocio de las distintas poblaciones que visitan la ciudad, ampliando y diversificando año a año los establecimientos dedicados a cada actividad turística, crecimiento que para 2011 fue de 12%, gracias a la tendencia al alza en la construcción de centros de convenciones, los cuales aumentaron un 30.5% en la ciudad.

Debido a la próspera tendencia de la demanda, todas las actividades conexas al desarrollo del turismo han tenido una evolución positiva, haciendo del mismo una oportunidad de negocio que ostenta varios niveles de inversión, los cuales se ven reflejados en el estudio y análisis de los diferentes sectores. Evidentemente, existe una porción de inversión local basada en la estructuración de establecimientos básicos. Tanto en el sector de las agencias como el de alojamiento, se presenta un acrecentamiento de la mediana empresa, dadas las características de infraestructura y servicio que ofrecen al cliente. Pero, el componente de inversión extranjera directa relacionada con el turismo también muestra el mismo progreso.

Entradas de IED en el sector de hotelería y comercio para Bogotá y Colombia



Fuente: Banco de la República. Proceso Invest in Bogotá

*Información en millones de Dólares (US\$)

*Las cifras no incluyen inversión en petróleos ni en portafolio.

En temas de inversión extranjera, el país ha sustentado un crecimiento de capitales extranjeros con algunas fluctuaciones pronunciadas en los periodos previos y posteriores a las crisis financieras, especialmente en los años 2005 y principios de 2008, superando los 5 mil millones de dólares. Generalmente, este flujo de capital tiene como destino, en mayor proporción, el sector de transporte, la industria y el sector financiero. Sin embargo los servicios hoteleros y el comercio han incrementado su participación desde 2007 evidenciando una variación porcentual de 345%, que disminuiría paulatinamente en 2009 y 2010 tras un periodo de parálisis financiera y económica severa para recuperar los flujos de inversión en 2011, año donde los capitales extranjeros en el sector alcanzaron su máximo histórico.

En lo que respecta a la concentración de IED, históricamente, Bogotá ha sido la ciudad que atrae la mayor parte de capital de inversión sectorial. En el periodo de 2003 a 2011, la participación de la ciudad ha sido superior al 50%, incluso en años como 2003, 2004 y 2008 los flujos de IED fueron superiores al 80%. En 2011, esta participación ha disminuido considerablemente, por primera vez en 11 años, dicha proporción es inferior al 45%, a pesar del aumento de 68% y el máximo histórico alcanzado. Esto indica que el crecimiento del flujo de inversión en 2011 se dio principalmente en el resto del país, reflejando una variación positiva de 446%.

Como resultado del comportamiento de las distintas variables macroeconómicas del sector, La evolución del Producto Interno Bruto arroja un balance positivo para la dinámica productiva bogotana. En el periodo comprendido entre los años 2007 y 2010, Las ramas económicas que conforman el PIB agregado de la ciudad han obtenido crecimientos porcentuales favorables, exceptuando el sector de las industrias manufactureras que se encuentra en un proceso de recuperación posterior a los impactos económicos de 2008.

Al igual que los flujos de IED, Bogotá es la ciudad donde se genera la mayor proporción del PIB colombiano, a excepción de algunas actividades del sector primario como la agricultura y la explotación de minas (que se desarrolla principalmente en el Meta), la ciudad ocupa el primer lugar en la productividad sectorial de las actividades restantes, principalmente en las actividades de tipo financiero, la prestación de servicios y el desarrollo de actividades comerciales y hoteleras.

Todas las acciones adelantadas en torno al sector, han permitido el crecimiento de turistas nacionales hacia Bogotá, el cual se ha visto incrementado en 9,32% para el año 2011 mientras que para el 2012 se tiene estimado con los datos obtenidos preliminarmente un crecimiento del 10,01%; por su parte, el crecimiento de turistas internacionales se ha elevado al 6,55% en el 2011 al 10% para el 2012 conforme al crecimiento obtenido con datos preliminares.

	2010	2011	2012*
Turistas nacionales	6.687.824	7.310.961	8.043.079
variación %		9,32	10,01
Turistas internacionales	824.778	878.774	966.748
variación %		6,55	10,01
Total	7.512.602	8.189.744	9.009.837
Variación % total		9,01	10,01

*datos preliminares

Con base en los datos obtenidos se relacionan tanto a nivel nacional como internacional los orígenes de turistas a Bogotá:



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

Internacionales	2010	2011	2012*
Estados Unidos	28,6		27,5
Otros	20,3	21,4	21,5
Venezuela	8,6	8,1	8,2
España	7,6	7,9	7,9
Brasil	6,6	6,1	6,1
México	6,3	5,7	5,8
Ecuador	5,7	5,7	5,8
Perú	4,5	4,6	4,7
Panamá	4,1	3,8	3,9
Argentina	3,4	3,8	3,9
Chile	2,2	2,9	3,0
Canadá	2,0	1,9	1,9

*datos preliminares

Nacionales	2010	2011	2012*
Otros	23,0	22,6	23,0
Cundinamarca	19,3	17,9	18,0
Tolima	12,4	12,2	12,0
Meta	11,8	11,1	11,1
Boyacá	9,4	9,0	9,0
Valle	9,0	8,0	8,0
Antioquia	7,6	7,6	8,0
Huila	6,8	6,0	6,0
Santander	5,9	5,5	6,0

*datos preliminares

En el consolidado nacional, se observa en el siguiente cuadro que el mayor flujo de turistas tiene como destino Bogotá que equivale a cerca del 53% del total, mientras que le siguen en su orden Cartagena, Cali, Medellín y Barranquilla. Entre enero y junio de 2012 el mayor crecimiento de turistas hacia Colombia lo registró Pasto en un 286%, seguido de Maicao en un 144%, mientras que Bogotá registró un crecimiento del 5% para el semestre.

Total de viajeros llegados a Colombia.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax: 2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

Ciudad	2011 (Ene-Jun)	2012 (Ene-Jun)	% Var. 2012/11 (Ene-Jun)
Bogotá	415.804	438.711	5,50%
Cartagena	93.660	100.431	7,20%
Medellín	71.440	73.424	2,80%
Cali	53.140	48.783	-8,20%
San Andrés	25.821	26.957	4,40%
B/quilla	27.316	26.292	-3,70%
Cúcuta	11.817	11.449	-3,10%
Santa Marta	10.349	11.187	8,10%
B/manga	11.612	9.780	-15,80%
Pereira	7.261	7.871	8,40%
Pasto	1.156	4.468	286,50%
Maicao	1.439	3.511	144,00%
Armenia	2.940	3.219	9,50%
Ipiales	2.250	3.076	36,70%
Manizales	2.909	2.703	-7,10%
Resto	36.358	33.773	-7,10%

Fuente: Migración Colombia.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA

1.3 Proyectos de inversión

Los proyectos de inversión con los que el Instituto canalizó la inversión distrital para el desarrollo del turismo en Bogotá y la Región Capital son:

Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá positiva” 2008 - 2012

OBJETIVO ESTRUCTURANTE - PLAN DE DESARROLLO	PROYECTO
CIUDAD GLOBAL	436 – Bogotá Internacional, Turística y Atractiva.
	464 – Fortalecimiento de la Productividad y la Competitividad en el Sector Turístico de Bogotá y su Entorno Regional.
GESTION PUBLICA, EFECTIVA Y TRANSPARENTE	444 – Fortalecimiento Institucional.

Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Humana” 2012 - 2016

OBJETIVO ESTRUCTURANTE - PLAN DE DESARROLLO	PROYECTO
CIUDAD GLOBAL	436 – Bogotá Internacional, Turística y Atractiva.
	464 – Fortalecimiento de la Productividad y la Competitividad en el Sector Turístico de Bogotá y su Entorno Regional.
GESTION PUBLICA, EFECTIVA Y TRANSPARENTE	444 – Fortalecimiento Institucional.

A continuación se presenta un balance de la gestión por proyecto:

1.4 Balance de la gestión por proyecto



1.4.1 Proyecto 0436 - Bogotá Internacional, Turística y Atractiva.

1.4.1.1 Objetivo General

Fortalecer y posicionar a Bogotá como destino turístico atractivo, a través del mercadeo y la comercialización de la oferta, de acuerdo con las necesidades del mercado, que permita incrementar los niveles actuales de visitas y el gasto promedio derivado de ellas.

Este objetivo se logrará desplegando una amplia gama de acciones de promoción y marketing turístico orientadas a los mercados nacionales e internacionales, identificados en el Plan de Mercadeo Turístico de Bogotá, para dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad a través de medios y estrategias publicitarias, de igual modo, mediante la presencia institucional y de ciudad en los eventos turísticos más importantes a nivel nacional e internacional.

1.4.1.2 Ejecución presupuestal

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
2.136.900.394	2.125.753.727	99.48	27.361.434

1.4.1.3 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCION	META	LOGROS	% AVANCE	OBSERVACIONES
-------------	------	--------	----------	---------------



DESCRIPCION	META	LOGROS	% AVANCE	OBSERVACIONES
Participar en 106 eventos de promoción turística directa	10	12	120%	La participación institucional en estos eventos favorece el Posicionamiento de Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional y profundizan las relaciones comerciales con los mayoristas de los mercados objetivos.
Acompañar 51 eventos que atraigan turistas a la ciudad.	7	11	157%	La participación en eventos amplía el campo de acción para la promoción de la ciudad como destino turístico, permitiendo el acceso a públicos específicos como la academia, las agencias de viajes, gremios entre otros. En todos los eventos se realizó la instalación del Sky Line, asignación de un informador bilingüe y material promocional.
Atender 103 viajes de familiarización de agentes de viajes y periodistas.	20	21	105%	Los viajes de familiarización y Press Trips permiten dar a conocer la oferta turística a los profesionales de agencias de viajes mayoristas, minoristas, operadoras, travel managers corporativos y periodistas, para que promocionen la ciudad como destino turístico con el fin de aumentar el número de turistas que visitan la ciudad de Bogotá.
Desarrollar 9 campañas de promoción turística.	2	0	0%	Se revisaron algunos avances de diseño de piezas (generales y para Navidad) pero aún no se tienen las versiones completas. Además, falta la autorización para incorporar la nueva marca ciudad (o evolución de la marca anterior) pues está en proceso el procedimiento jurídico para recibir formalmente la marca de parte de Misty Wells y utilizar la marca ya evolucionada.
Atraer la realización de 42 eventos a realizarse en Bogotá.	30	30	100%	En el desarrollo del convenio 53 de 2012, realizado con el Buró se captaron para la ciudad 30 eventos.
Operar 23 Puntos de Información Turística.	28	28	100%	Los Puntos de Información Turística se han convertido en las oficinas que permiten a residentes y visitantes consultar y obtener información tanto turística como del Distrito, se consolidan como una herramienta vital de atención de inquietudes de los ciudadanos y extranjeros de diferente índole, es por esto que durante este periodo se adelantaron mejoras y mantenimientos en varias oficinas



DESCRIPCION	META	LOGROS	% AVANCE	OBSERVACIONES
				en aras de mantener la imagen institucional y proporcionarle a nuestros visitantes unos espacios integrales en la atención y pioneros a nivel nacional en todos los servicios.
Elaborar 8 Guías turísticas (temática ciudad)	2	0	0%	<p>Durante el segundo semestre de 2012 se avanzó en la actualización de la guía turística de Bogotá y de la guía de Recomendaciones para el visitante. Estas actividades coincidieron con el proceso de evolución de la marca ciudad, proceso que no culminó este año sino que quedó en desarrollo mientras la agencia de publicidad elabora el manual de uso de la misma, la cual sería lanzada formalmente a comienzos de 2013.</p> <p>Por lo anterior, siendo necesario incorporar la marca ciudad al material promocional, se decidió aplazar la impresión de las guías hasta tanto se tenga la aprobación definitiva del uso de la marca para el 2013.</p>

1.4.2 Proyecto 0464 - Fortalecimiento de la Productividad y la Competitividad en el Sector Turístico de Bogotá y su Entorno Regional.

1.4.2.1 Objetivo General

Este proyecto está orientado a impulsar la competitividad de la ciudad como destino turístico atractivo y sostenible para satisfacer a turistas, empresarios e inversionistas y lograr condiciones de productividad y sostenibilidad, mediante planes, programas y proyectos, que incidan en una oferta innovadora para dar respuesta a motivaciones y expectativas de la demanda turística con alcance en la integración regional.

En la gestión de la ciudad como destino turístico se articulan tres (3) elementos, i) el territorio que implica el desarrollo de facilidades para su aprovechamiento, acceso, movilidad e información, ii) la oferta de productos y servicios disponibles para satisfacer necesidades básicas y de turismo y, iii) un elemento referido a la capacidad de la población residente para atender con calidad e idoneidad al visitante para sumar en su grado de satisfacción.

Esta gestión implica realizar acciones de identificación, valoración y articulación



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

de la oferta de bienes y servicios para el turismo que incidan en el mejoramiento de los factores de competitividad y de sostenibilidad, lo cual se adelanta mediante la articulación intersectorial, interinstitucional entre el sector público y privado, su interacción en el territorio y el uso adecuado de la información técnica generada en el ámbito nacional y en el Observatorio Turístico del IDT.

La actividad turística involucra diversos factores en el mercado de bienes y servicios, que impacta notablemente en el desarrollo socioeconómico de la ciudad. Corresponde al IDT: articular, coordinar y promover acciones que integren atractivos turísticos (eventos, sitios, etc.), agentes prestadores de servicios turísticos y demás entidades relacionadas con esta actividad, para proveer a la ciudad de las condiciones que hagan de ella un destino turístico atractivo, competitivo y sostenible.

1.4.2.2 Ejecución presupuestal

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS	PASIVOS EXIGIBLES
856.274.401	835.101.068	97.53	23.424.736	326.191.301

1.4.2.3 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCION	META 2012	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Diseñar 18 portafolios de productos turísticos de Ciudad - Región.	3	3	100%	<p>Un portafolio de producto turístico es la presentación organizada de la oferta (atractivos y servicios) que ofrece un destino en una temática específica. Para el 2012 se realizaron tres (3) portafolios así:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un (1) Portafolio diseñado para la Feria de FITUR 2012, realizada en España durante el mes de enero 2. Un (1) Portafolio diseñado para la feria ITB Berlín 2012, realizada en Berlín durante el mes de marzo 3. Un (1) portafolio de producto turístico Idiomático realizado en el mes de diciembre.



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

DESCRIPCION	META 2012	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Asesorar 557 empresas de turismo para mejorar su productividad y competitividad.	140	268	191%	<p>268 prestadores de servicios turísticos asesorados en criterios de calidad y sostenibilidad así:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 34 hoteles asesorados durante la ejecución del Convenio de Asociación con Cotelco Nacional • 65 prestadores asesorados en el tema de responsabilidad social y ESCNNA • 52 empresas asesoradas y certificadas en madurez digital TIC • 28 restaurantes asesorados en la norma NTS TS 04 para el sector de la gastronomía • 75 personas asesoradas de The Code • 14 Establecimientos turísticos del DTS certificados en criterios de calidad y sostenibilidad
Capacitar 6663 personas en cultura turística y gestión de destino.	1.457	1.444	89%	<p>1444 personas sensibilizadas en mejoramiento de Gestión Turística de Bogotá Así:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 445 Aprendices SENA y estudiantes Escuela Colombiana de Operación Aérea • 155 Restaurantes • 18 Aerolíneas • 211 Hoteles • 9 Atractivos turísticos • 119 Transportes especial • 12 DTS - CUAN • 47 Comercial • 250 prestadores de servicios turístico en apropiación y aplicación de los "Protocolos de servicio para el turismo accesible de turistas y visitantes jóvenes, adultos mayores y personas en situación de discapacidad". • 28 informadores turísticos • 150 prestadores de servicios turísticos sensibilizados en charla sobre actualización del Registro Nacional de Turismo y





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

DESCRIPCION	META 2012	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				reglamentación en formalización.
Asesorar 110 emprendimientos para creación y formalización de empresas	30	0	0%	Esta meta fue cumplida en su totalidad en diciembre de 2011
Señalar 3 zonas turísticas de Bogotá.	2	2	100%	Se intervinieron 2 zonas turísticas de Bogotá, que son el Centro Histórico y su interconexión con el Centro Internacional mediante la construcción de 68 cimentaciones de las 75 proyectadas.
Desarrollar el 50% de las acciones del Plan de seguridad turística de Bogotá	0,5	0,5	100%	-Desarrollo de 3 ruedas de prensa para apoyar la policía de turismo en las campañas de autocuidado de los pasajeros que llegan al país. -Elaboración de un plegable de seguridad en el marco del desarrollo del Festival Internacional de Teatro de Bogotá. -Creación de estrategias con líderes de la localidad de la Candelaria para la implementación del PIST. -Presentación del PIST al Alcalde de la Candelaria.
Consolidar y ajustar el 50% de la estrategia de ordenamiento en zonas de interés turístico priorizadas	0,5	0,5	100%	En el marco del Plan Maestro de Turismo adoptado el 28 de diciembre bajo el Decreto 664 se realizó: Diagnóstico, caracterización y priorización de proyectos de turismo rural comunitario en Bogotá en territorios turísticos prioritarios en Usme y ciudad Bolívar, Candelaria. Gestión y construcción del mapa de actores del proyecto Circuito turístico de la sabana con los municipios de sabana





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

DESCRIPCION	META 2012	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				de occidente.
Desarrollar 4 investigaciones para identificar y caracterizar oferta y demanda turística en Bogotá.	2	2	100%	<p>La administración cuenta con información sobre la composición y estructura de la oferta y la demanda turística de la ciudad que le permitirá direccionar sus acciones en pro del desarrollo turístico de la ciudad. La meta fue cumplida en el mes de mayo, por tanto para periodos sucesivos este indicador dejara de reportarse.</p> <p>En el total de la vigencia 2008-2012 se cuenta con 6 investigaciones que incluyen las dos (2) adicionales a las cuatro (4) proyectadas inicialmente para el cuatrienio, las cuales se encuentran finalizadas con resultados publicados. Estas son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Año 2012: Censo de agencias de Viajes 2010 en convenio con ANATO. 2. Año 2012: Inventario de establecimientos de alojamiento en Bogotá 2011, realizado por el Observatorio de Turismo IDT.
Producir 7 boletines semestrales de estadísticas de turismo en Bogotá	3	3	100%	La meta inicia con la publicación del boletín de Estadísticas de Turismo de Bogotá para el segundo

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



DESCRIPCION	META 2012	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				semestre de 2007, que acumulados a diciembre 31 de 2012, se cuenta con 10 boletines, siendo el último el "Boletín de estadísticas de Turismo Primer semestre del año 2012".
Producir 41 boletines virtuales mensuales de estadísticas de turismo en Bogotá.	12	9	75%	La meta inicia con la publicación del boletín de Estadísticas de enero de 2008, los cuales a la fecha son en total 49 publicaciones, disponibles hasta el mes de Noviembre de 2012.

1.4.3 Proyecto 444 - Fortalecimiento Institucional

1.4.3.1 Objetivo General

Mejorar el desempeño institucional y la capacidad de proporcionar productos y/o servicios que respondan a las necesidades y expectativas del sector turístico en Bogotá, mediante la promoción y adopción de un enfoque basado en los procesos, el cual consiste en identificar y gestionar, de manera eficaz, todas las acciones institucionales. Una ventaja de este enfoque es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales que hacen parte de un sistema conformado por procesos, así como sobre su combinación e interacción.

1.4.3.2 Ejecución presupuestal

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
802.034.725	802,034,725	100%	8.289.539

1.4.3.3 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Proveer 100 por ciento de los elementos de tecnología, infraestructura y dotación necesarios para el cumplimiento de las funciones institucionales.	100%	100%	Año 100% Cuat.100%	Con el fin de garantizar el correcto funcionamiento y oportuna prestación de los servicios del Instituto Distrital de Turismo, se cuenta con los elementos de tecnología necesarios para el cumplimiento de las funciones institucionales y, en procura de prestar un mejor servicio a los clientes internos y externos, se fortalecerá y actualizará la plataforma



DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				tecnológica, de acuerdo a las necesidades identificadas. En este contexto se han realizado mantenimientos preventivos a los distintos equipos de cómputo, a sus periféricos, dispositivos de impresión y de digitalización.
Realizar 100 por ciento de seguimiento al plan estratégico institucional.	100%	100%	Año 100% Cuat.100%	El IDT en procura del cumplimiento de las metas establecidas en el Plan de Desarrollo, efectúa seguimiento permanente al plan estratégico institucional y realiza los ajustes pertinentes para mantener la articulación correspondiente con la Política Distrital de Turismo y Desarrollo Económico. Con este objetivo, el IDT, ha adelantado jornadas de planeación estratégica con el equipo directivo y con los integrantes de las áreas misionales y de apoyo, en las cuales se revisaron entre otros aspectos, la misión, visión, objetivo general, específicos, plan de acción y estructura organizacional. Que durante el primer semestre de la vigencia 2012, se ha participado activamente en la formulación del nuevo plan de desarrollo, así como en los cabildos abiertos realizados en 104 territorios de la ciudad. Por su parte se adelantaron las labores propias para la formulación de los nuevos proyectos de inversión y la respectiva articulación con los ejes estructurantes del nuevo plan de gobierno
Actualizar 100 por ciento de los procesos institucionales.	100%	100%	Año 100% Cuat.100%	Se cuenta con el 100% de los procesos documentados en el marco del proyecto de actualización del Sistema Integrado de Gestión. Se realizó la respectiva revisión a los procesos institucionales, con el fin de articularlos plenamente con los lineamientos del plan distrital de desarrollo "Bogotá Humana". A su vez, se realiza la revisión de la estructura organizacional, con el fin de potenciar las acciones institucionales que conllevan al cumplimiento de sus objetivos misionales.
Lograr 2 certificaciones del Sistema de Gestión de Calidad institucional, al sistema de gestión ambiental y/o al sistema de gestión en seguridad de la información.	1	0.54	Año 54% Cuat.77%	La certificación sobre las normas ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009 fue entregada al Instituto el día 14 de Diciembre de 2011. En cuanto a la Certificación de la ISO 14000:1, se han presentado importantes avances, como son: i) la fase de diagnóstico ejecutada al 100%; los resultados del diagnóstico se ven reflejados en la actualización del Plan Institucional de Gestión Ambiental (PIGA) de la entidad; el documento PIGA se encuentra en proceso de concertación con la Secretaría Distrital del Ambiente. ii) La fase de planeación lleva un avance del 100% con la creación del proceso de gestión ambiental para la entidad y el procedimiento de identificación de



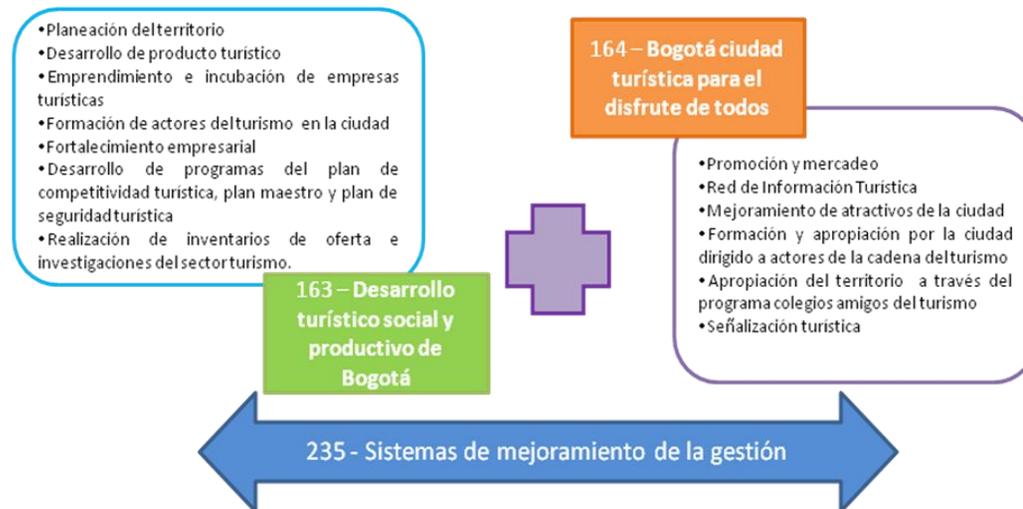


ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto Distrital de Turismo

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				aspectos y evaluación de impactos ambientales; adicionalmente se creó el procedimiento de requisitos legales ambientales aplicables a la entidad. Dado que este proyecto no cuenta con recursos para continuar con la ejecución de la meta y, debido al proceso de armonización, hace parte de las prioridades del nuevo PDD, esta meta se asume por el proyecto de inversión 712-235: "Sistemas de Mejoramiento de la Gestión y de la capacidad operativa de las entidades"
Implementar 100 por ciento del sistema de Gestión de calidad de la entidad.	100%	100%	Año 100% Cuat.100%	Se cuenta con el 100% de los procesos documentados en el marco del proyecto de actualización del Sistema Integrado de Gestión. Así como se ha dado respuesta al 100% de solicitudes de adecuación y actualización de documentos. Durante el primer semestre del año 2012, se adelantaron las siguientes acciones: 1. Se formaron como auditores ambientales a 11 servidores públicos 2. Recibir y responder oportunamente, un acumulado de 107 solicitudes diferentes de enero a mayo 31 de 2012. 3. Está en revisión el instructivo de PQRS, para proceder a realizar la respectiva actualización. 4. Desde el mes de febrero del año en curso, se vienen adelantando capacitaciones en el manejo del SDQS, acumulando 16 al mes de mayo
Mantener 1 certificación del sistema de gestión de calidad institucional	1	1	Año 100% Cuat.100%	Con el propósito de garantizar el adecuado funcionamiento del sistema de gestión de calidad Institucional, se realizó el respectivo seguimiento a las acciones generadas por la auditoría realizada por SGS, durante el año 2011. Además se realizaron los ajustes requeridos en los diferentes formatos, de modo tal que se agilicen los procedimientos internos y por ende la gestión institucional. Dado que este proyecto no cuenta con recursos para continuar con la ejecución de la meta y, debido al proceso de armonización, hace parte de las prioridades del nuevo PDD, esta meta se asume por el proyecto de inversión 712-235: "Sistemas de mejoramiento de la Gestión y de la capacidad operativa de las entidades".



1.4.4 Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Humana” 2012 – 2016



1.4.5 Proyecto 0740-164 - Bogotá Ciudad turística para el disfrute de todos

1.4.5.1 Objetivo General

Posicionar a Bogotá como destino turístico incluyente y sostenible, a través de la adecuación y mejoramiento de la calidad del destino así como de la promoción y divulgación de su oferta turística, para el disfrute de todos.

1.4.5.2 Ejecución presupuestal

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
\$4.942.892.185	\$4.905.375.989	99.24	3.323.970.981



1.4.5.3 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCIÓN	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Formar 30.000 personas en el cuatrienio para formar en amor y apropiación por la ciudad, de los dos grupos: 1). 10.000 Personas que tienen contacto frecuente con los visitantes. 2). 20.000 entre adultos mayores, jóvenes y niños en escolaridad y discapacitados	3000	1217	41%	1217 personas formadas en apropiación de ciudad así: <ul style="list-style-type: none"> • 40 personas del IPES (grupo 1) • 15 personas zona C (Alojamientos y restaurantes) • 96 jóvenes y niños colegio ciudad de Bogotá • 129 Jóvenes y niños colegio Manuel Elkin Patarroyo • 317 personas de las localidades y ppsstt • 531 niños y jóvenes de los colegios Amigos del turismo • 74 guías profesionales con los cursos de actualización en turismo • 15 empleados plaza de la concordia
Generar apropiación del territorio a través de la implementación del Programa Nacional Colegios amigos del turismo en 20 colegios públicos de la ciudad.	4	4	100%	Para el 2012 se vincularon 4 Colegios al Programa Nacional Colegios amigos: <ol style="list-style-type: none"> 1. Puerta al llano 2. Republica China 3. Las Violetas 4. Divino Maestro Estos fueron vinculados al programa a través de los talleres de sensibilización, apoyo a la transformación de malla curricular, apoyo técnico a los temas planteados en turismo desde la Educación básica a media.
Vincular 120 Prestadores de Servicios Turísticos o complementarios aplicando estrategias de prevención de ESCNNA	10	22	220%	22 empresas turísticas certificadas ante The Code ORG, haciendo público su compromiso en la prevención de la ESCNNA asociadas a turismo.



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

Fortalecer 60 empresas turísticas adicionales, comprometidas con prácticas de calidad e innovación como diferenciador de mercado	25	25	100%	25 Restaurantes acompañados en la implementación de la NTS TS 004, de los cuales 11 fueron certificados.
Elaborar un documento que contenga el diseño y la gestión para señalar turísticamente dos (2) sectores de la ciudad	1	0	0%	Esta meta se reprograma para el 2013 toda vez que el IDT está culminando la implementación del proyecto piloto de señalización turística del Centro Histórico y Centro Internacional.

DESCRIPCION	META	LOGROS	% AVANCE	OBSERVACIONES
Realizar 3.420 recorridos turísticos peatonales	428	642	150%	Los recorridos peatonales por el centro Histórico se convierten en una estrategia de promoción y disfrute del destino los cuales contribuye a que visitantes y residentes disfruten su ciudad, conozcan y se apropien de los espacios culturales así mismo permiten que los Puntos de Información Turística sean conocidos por los ciudadanos. En diciembre se pudo ofrecer una amplia oferta de actividades, ya que adicionalmente a los a los recorridos habituales del Centro Histórico, se implementaron los recorridos de Navidad y los recorridos al Palacio Liévano. Lo anterior permitió una mayor participación por parte de visitantes y locales sumándose a la iniciativa de conocer más del patrimonio de la ciudad.
Atender un (1) millón de consultas	62.500	161.874	259%	Los Puntos de Información Turística se encuentran ubicados en sitios estratégicos de la ciudad, donde el flujo de turistas, visitantes y residentes interesados en obtener información turística es representativo; es así, como los Puntos de Información del Centro histórico y las terminales aéreas y terrestres ocupan los primeros lugares en número de consultas.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

DESCRIPCION	META	LOGROS	% AVANCE	OBSERVACIONES
				La participación en eventos también hace parte fundamental y complementa el cubrimiento y efectiva prestación de los servicios de información turística y promoción de la ciudad.
Diseñar y ejecutar seis (6) campañas de Promoción turística	2	2	100%	Se avanzó con la campaña "Bogotá, Infinitas Posibilidades", aprobada desde agosto. Este concepto se ha aplicado a algunas piezas promocionales; igualmente Como una campaña temporal, se desarrolló la campaña de Navidad con el objeto de generar interés sobre el destino Bogotá como alternativa para la temporada.
Realizar 87 actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	23	50	217%	Debido al posicionamiento que ha alcanzado la ciudad como destino turístico, Bogotá fue objeto de múltiples invitaciones para participar en eventos turísticos nacionales e internacionales. El reconocimiento nacional e internacional de Bogotá como destino turístico y de negocios llevo a la realización de un mayor número de actividades, teniendo como impacto un mayor número de visitas a la ciudad.

1.4.6 Proyecto 0731-163 – Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá

1.4.6.1 Objetivo General

Desarrollar acciones transversales que propicien y fortalezcan la cadena de valor del turismo y ecoturismo en distintos territorios locales, generando oportunidades económicas y sociales para la ciudad y la región, como destino turístico sostenible bajo criterios de complementariedad y cooperación.



1.4.6.2 Objetivos Específicos:

- a. Articular los territorios de Bogotá y la Región, a través de instrumentos y herramientas de desarrollo y gestión, como un destino turístico sostenible bajo criterios de complementariedad y cooperación.
- b. Generar iniciativas para fortalecer la competitividad del sector turístico de Bogotá y la Región, de manera que facilite su inclusión efectiva en la cadena productiva del sector y la promoción de la función social de la actividad.
- c. Fortalecer territorios turísticos, con prioridad a los de base comunitaria, donde se vinculen atractivos y servicios alternativos a la oferta turística de la ciudad, consolidados en su vocación productiva, susceptibles de intervención público-privada y con posibilidades de convertirse en generadores de desarrollo económico y bienestar para la comunidad, que contribuyan eficientemente a la disminución de la segregación de Bogotá.

1.4.6.3 Ejecución presupuestal segundo semestre de 2012

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
968.121.020	963.186.096	99.49	560.189.171

1.4.6.4 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCIÓN	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados.	15	35	233%	35 personas certificadas en la primera Escuela de Seguridad Turística de la Zona Rosa que tenía como objetivo ofrecerles a los empresarios de la Zona Rosa de la 82 las herramientas conceptuales y prácticas para la Implementación del Plan Integral de Seguridad Turística.



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

DESCRIPCIÓN	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Incubar 120 empresas prestadoras de servicios turísticos, dentro de las cuales 10 son de vendedores informales como opción productiva para su salida del espacio público.	35	0	0	El desarrollo de la meta se planeó realizar a través de la suscripción de un convenio de asociación, el cual no pudo desarrollarse antes de finalizar el 2012, teniendo en cuenta que los tiempos del proceso de armonización del PDD "Bogotá humana" permitieron solo hasta octubre comenzar el proceso contractual, que sumado a los tiempos de aprobación externa al IDT, más los propios, permitieron suscribir el convenio hasta diciembre de 2012. El desarrollo del mismo se realizará durante el primer semestre de 2013 resultado que se sumará a la meta programada para el presente año.
Contar con 200 nuevos empresarios del turismo para el próximo cuatrienio, ubicados en Bogotá, derivados de la dinámica del mercado y la atracción de la inversión a la ciudad.	30	0	0%	El desarrollo de la meta se planeó realizar a través de la suscripción de un convenio de asociación, el cual no pudo desarrollarse antes de finalizar el 2012, teniendo en cuenta que los tiempos del proceso de armonización del PDD "Bogotá humana" permitieron solo hasta octubre comenzar el proceso contractual, que sumado a los tiempos de aprobación externa al IDT, más los propios, permitieron suscribir el convenio hasta diciembre de 2012. El desarrollo del mismo se realizará durante el primer semestre de 2013 resultado que se sumará a la meta programada para el presente año.





DESCRIPCIÓN	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Vincular 200 empresas a seis (6) clúster turísticos en la ciudad de Bogotá	35	0	0%	El proceso de afianzamiento de Clúster turísticos requiere de un proceso de definición, análisis y caracterización de los mismos con el objeto de poderlos fortalecer. En ese sentido durante 2012 se realizó un análisis para identificar dos clúster con potencial para ser configurados como tal. En el mes de diciembre se entregó un documento que da cuenta de la definición de los dos clúster (Candelaria y Turismo de eventos y convenciones) a partir de lo cual se definirá una estrategia para su afianzamiento durante 2013, razón por la cual la meta requiere de un proceso que no se pudo desarrollar durante el segundo semestre de 2012.
Capacitar 450 prestadores de servicios turísticos y los conexos a la cadena productiva del turismo en una segunda lengua acorde al tipo de servicio y clasificación de la misma.	125	131	105%	131 prestadores de servicios turísticos y conexos a la cadena productiva de turismo formados en una segunda lengua (Ingles) en los Niveles I, II y IV. Igualmente este grupo continuará en proceso de formación hasta llegar a la culminación de los trece (13) niveles que contempla todo el programa.
Realizar 7 actividades de turismo social/o ecológico en el marco de Bogotá-Región, que permitan la participación de por lo menos 10.000 ciudadanos en estos nuevos productos.	1	1	100%	Desarrollo de una propuesta para el componente de turismo del proyecto de regalías presentado al OCAD por el Alcalde Mayor aprobada en diciembre de 2012. Estructuración del proyecto de turismo social (Ruta capital) con el objetivo de hacer vincular a jóvenes entre 14 y 18 años a actividades de turismo social.





DESCRIPCIÓN	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Formular 1 propuesta técnica para el desarrollo del proyecto de formación de 5,000 conductores de taxis, en un periodo de 4 años	1	1	100%	Se entregó documento técnico final que contiene un diagnóstico del sector, la identificación de los actores, cronograma de actividades, la metodología empleada para la profesionalización de los taxistas y el plan de estudios.

1.4.7 Proyecto 0712-235 – Sistemas de mejoramiento de la gestión

1.4.7.1 Objetivo General

Construir capacidades y condiciones técnicas y operativas para el fortalecimiento institucional.

1.4.7.2 Específicos

- Generar apropiación por parte de los servidores públicos del sistema integrado de gestión.
- Garantizar las herramientas de infraestructura física y tecnológica necesarias para apoyar el desarrollo de las actividades de forma eficiente y eficaz.

1.4.7.3 Ejecución presupuestal segundo semestre de 2012

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
297.965.275	244,867,897	82.18%	165,692,221





1.4.7.4 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCIÓN	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Implementar y certificar 5 subsistemas del Sistema Integrado de la Entidad	1	0.84	84%	<p>Sistema de Gestión Ambiental: Dentro de las actividades tendientes a la documentación e implementación del SGA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actualización del plan de acción conjunto con la Secretaría Distrital de Ambiente para la concertación del PIGA. - Documentación del Plan de respuesta a emergencias en coordinación con la ARL. - Entrega de certificaciones a los auditores internos ISO 14001:2004. - Campaña de autocontrol, donde se aplicaron comparendos ambientales pedagógicos en favor del uso racional y eficiente de la energía. - Inspecciones de dispositivos de consumo de agua y redes hidrosanitarias, así como la inspección de redes, dentro de las cuales no se encontró fallas en los dispositivos para uso del agua y se definieron las especificaciones para la nueva sede de la entidad. - Instalación de señales para el uso racional de la energía. - Sesiones de sensibilización orientadas a la formulación del plan de gestión integral de residuos peligrosos. - Visita de inspección del Plan de Gestión de Residuos Peligrosos de por parte de la SDA, con calificación excelente, producto de esta calificación el IDT fue invitado a socializar el Plan en el Foro virtual sobre gestión de RESPEL llevado a cabo por la SDA. <p>Finalmente, se adelantó el proceso de contratación para adelantar la auditoría que tiene como propósito lograr la certificación en la norma ISO 14000:2004, contexto en el cual se seleccionó a ICONTEC para que se adelante en el año 2013.</p>





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

Mantener 100% de los sistemas certificados	100%	100%	100%	Durante la vigencia 2012 se contó con el servicio de la primera auditoría de seguimiento del Sistema de Gestión de Calidad, a fin de verificar la continuidad de las condiciones que ameritaron el otorgamiento de la Certificación de acuerdo con los requisitos establecidos en las normas NTC-ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009. El resultado final de la auditoría, es que se mantiene la certificación sujeta al cumplimiento satisfactorio de las acciones correctivas. Las No conformidades y acciones correctivas están relacionadas con los procesos: Logístico, Gestión Documental y Control y Seguimiento. El informe de Auditoría se encuentra publicado en la intranet, registros proceso Control y Seguimiento.
Capacitar 100% de los servidores públicos del IDT en los procesos y procedimientos institucionales	100%	100%	100%	Realización de capacitaciones sobre gestión de residuos reciclables y especiales, así como la Realización de un taller de agricultura urbana en coordinación con la Policía Nacional
Proveer el 100% de los elementos de tecnología y de plataforma tecnológica	100%	100%	100%	Se realizó la compra de equipos de cómputo y fotocopiadoras multifuncionales. Esta adquisición de elementos, fue realizada con criterios ambientales. Por otra parte, se viene trabajando en el sistema de información SI CAPITAL del IDT, el cual está conformado por 9 módulos, de los cuales 8 (PREDIS, OPJET, PAC, PERNO, SAE/SAI, SISCO y CORDIS) se encuentran implementados y en operación. El ultimo módulo LIMAY, ya se encuentran revisadas y parametrizadas, debido a la revisión minuciosa de cada una de las interfases se está trabajando en el cargue de la información en su totalidad para establecer un paralelo del 100% entre el Sistema Si Capital y los medios actuales. Con el fin de garantizar la operación de las actividades misionales y de apoyo de la entidad, se han realizado los mantenimientos preventivos y correctivos a los equipos de cómputo, de acuerdo a la programación establecida. Socialización trimestral del plan de contingencia informática de la entidad. En lo relacionado con el mantenimiento y custodia de la información almacenada en los equipos, se han realizado backups periódicamente.



2 Información de gestión por procesos

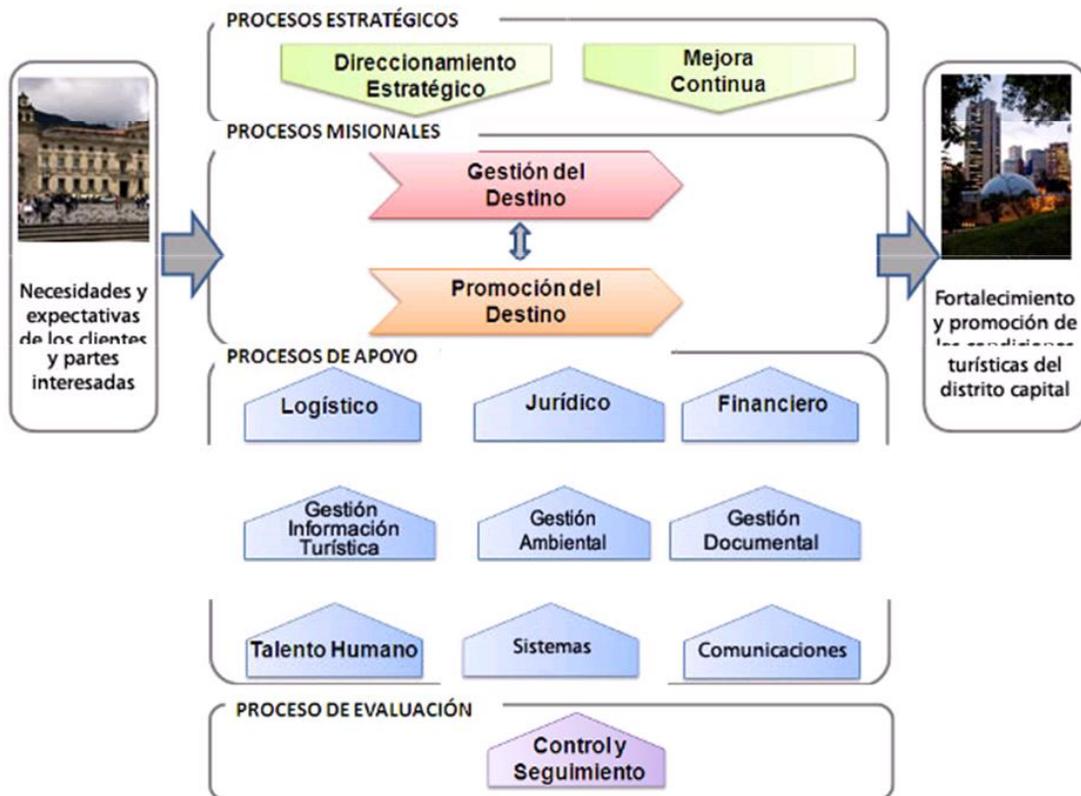
El Instituto Distrital de Turismo (IDT), establecimiento público del orden distrital, adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), fue creado mediante el Acuerdo 275 del 27 de febrero de 2007, momento a partir del cual, ha venido funcionando como la entidad encargada de participar en la formulación de las políticas públicas de turismo y la ejecución de las mismas a través de planes, programas y estrategias, dirigidos a la atracción de turistas, visitantes e inversión sectorial, fortalecimiento de las condiciones del destino turístico, mejoramiento de la productividad empresarial y adelantando acciones de promoción en mercados nacionales e internacionales, con miras a consolidar una imagen atractiva de la ciudad y la región.

Así mismo, el Concejo de Bogotá, mediante Acuerdo 305 del 24 de diciembre de 2007, estableció los lineamientos de la Política Distrital de Turismo para Bogotá, D.C. Por su parte el Instituto Distrital de Turismo lideró el proceso de formulación de la política y el 2 de octubre de 2008, mediante Decreto N° 327 de 2008, la adoptó como el conjunto de lineamientos estratégicos que orientan la gestión del turismo en Bogotá y su zona de influencia.

Por lo anterior, la búsqueda continua de la alta dirección de la entidad, ha sido gestionar la implementación de la Política Distrital de Turismo en la ciudad de Bogotá, para lo cual, al interior de la misma ha promovido el desarrollo de un modelo de gestión que tenga como objetivo suplir las necesidades y expectativas de los diferentes actores del turismo en el Distrito Capital; por lo anterior, el Sistema Integrado de Gestión (SIG) de la entidad, se ha convertido en la herramienta que articula todos los procesos y permite la sinergia de éstos para lograr dicho objetivo.

La gestión del IDT cuenta con la favorabilidad y credibilidad en su gestión por parte de la ciudadanía, así lo revela el programa Bogotá como vamos con el reconocimiento público de editoriales y medios de comunicación claves que resaltan su capacidad técnica y se confirma con la certificación otorgada por parte de la firma SGS en las normas NTC-ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009, la cual fue confirmada por segundo año consecutivo durante la vigencia 2013.

A continuación se presenta la información de la gestión y resultados del Instituto Distrital de Turismo durante el año 2012, analizada por procesos:



2.1 Procesos Estratégicos

Estos procesos incluyen las actividades organizadas que lleva a cabo la alta dirección para orientar a la entidad de acuerdo con los lineamientos estratégicos.

2.1.1 Proceso Direcciónamiento estratégico

Este proceso tiene como objetivo: dirigir las actividades del Instituto Distrital de Turismo, mediante la definición de lineamientos estratégicos que orienten el actuar de la organización.

Líder del proceso: Dirección General.

Lineamiento(s) Estratégico(s) de Política: Fortalecimiento Institucional y Competitividad.

Acciones y resultados:

2.1.1.1 Plan Maestro de Infraestructura y Servicios Turísticos (PMIST)

El Plan Maestro de Infraestructura y Servicios Turísticos adoptado mediante Decreto Distrital 664 de 2011 desarrolla la Política Distrital de Turismo, constituye uno de los legados más importante del Instituto Distrital de Turismo para el sector y la ciudad, como el principal instrumento de planificación de la actividad turística armonizado con el ordenamiento territorial de la ciudad y en su relación con la región en tres (3) ámbitos, i) la Sabana, ii) la Región Capital y iii) la Región Central.

Con el plan se pretende ordenar la actividad turística para lo cual se definieron 19 Zonas de Interés Turístico –ZIT- a partir de la articulación de las variables de concentración de planta turística principal (hoteles, bares y restaurantes), de atractivos turísticos, y de nodos de aglomeración económica. Estas ZIT “podrán ser incorporadas al POT de Bogotá cuando se modifique o revise (...)”³. Con el plan se busca consolidar las ZIT y fortalecer la competitividad del destino y del producto turístico mediante la implementación de las siguientes estrategias:

- 1) **Estrategia de ordenamiento territorial:** busca generar condiciones espaciales y territoriales del desarrollo turístico que consoliden a Bogotá con su entorno regional como un destino turístico internacional diferenciado y especializado en áreas de Proyectos Estratégicos y ZIT.
- 2) **Estrategia socioeconómica:** busca estimular la competitividad y desarrollo sostenible del destino turístico a través del fortalecimiento de la cadena de valor, innovación, diferenciación y especialización del producto turístico articulado con el mercado turístico regional y al mismo tiempo contribuir a mitigar posibles impactos económicos de la actividad.
- 3) **Estrategia de gestión y financiación:** se basa en la creación y fortalecimiento de organizaciones cívicas, gremiales y/o sectoriales para racionalizar y potenciar el aprovechamiento económico del espacio público como herramienta de viabilidad financiera y sostenible a largo plazo a las Zonas de Interés Turístico.
- 4) **Estrategia de construcción de identidad de las ZIT:** busca integrar a los diferentes actores de las ZIT para fortalecer sus potencialidades turísticas y contribuir a posicionar la ciudad nacional e internacionalmente como un destino turístico multicultural y diverso.

³ Fuente: documento Técnico de Soporte del PMT págs. 10-12

El plan no se refiere la regulación de usos del suelo o ajuste de la norma urbana pero si incluye mecanismos de evaluación e indicadores de seguimiento.

2.1.1.2 Plan Integral de Seguridad Turística de Bogotá y su implementación

Adoptado mediante Resolución del 31 de octubre de 2011, fue formulado sobre un concepto amplio de seguridad turística que involucra la protección tanto del residente como de los visitantes, se desarrolla en cuatro (4) frentes: i) mejor información que soporte la toma de decisiones, ii) mayor coordinación institucional, iii) fomento y activación de la corresponsabilidad y, iv) posicionamiento de la ciudad como un destino seguro.

Actualmente se avanza en la consolidación de la Red Internacional de Seguridad Turística que ha liderado Bogotá y en el segundo encuentro internacional, se firmó el Memorando de Entendimiento entre destinos turísticos nacionales e internacionales. En el 2012 se continúa la implementación de las acciones en las Zonas de Interés Turístico, en muchas de las cuales ya se ha venido avanzando y en lo cual se hace necesario contar con la Comisión Intersectorial de Turismo.

2.1.2 Proceso Mejora continua

Este proceso tiene como objetivo: contribuir al fortalecimiento del Instituto Distrital de Turismo –IDT-, mediante la implementación del Sistema de Gestión Integrado (SIG) y la gestión de acciones.

Líder del proceso: Asesor de Planeación y Sistemas

Lineamiento Estratégico de Política: Fortalecimiento Institucional.

Acciones y resultados:

a) Sistema Integrado de Gestión

Los avances significativos en materia del Sistema Integrado de Gestión para el año 2012 en la Entidad se relacionan a continuación:

- Realización de la primera auditoría de seguimiento del Sistema de Gestión de Calidad, a fin de verificar la continuidad de las condiciones que ameritaron el otorgamiento de la Certificación de acuerdo con los requisitos establecidos en las normas NTC-ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009.

- El resultado final de la auditoría, es que se mantiene la certificación sujeta al cumplimiento satisfactorio de las acciones correctivas.
- Las No conformidades y acciones correctivas están relacionadas con los procesos: Logístico, Gestión Documental y Control y Seguimiento. El informe de Auditoría se encuentra publicado en la intranet, registros proceso Control y Seguimiento
- Actualización del aplicativo de riesgos que requirió un cambio en el concepto de la estructura implementada, acorde con la guía de administración del riesgo 2011 del DAFP.
- Se realizó la validación de los mapas de riesgo de los procesos: Direccionamiento Estratégico, Mejora Continua, Sistemas, Gestión Ambiental y Gestión de Información Turística. Los cuales para el 2013 requieren una nueva validación según el nuevo formato adoptado en diciembre 2012.
- Realización de un ciclo de auditoría interna de calidad, de acuerdo con el programa de auditoría y con el procedimiento definido. Se auditaron los 13 procesos del SIG, desde la planificación hasta la evaluación de la eficacia, eficiencia y efectividad de las acciones tomadas para mejorar su desempeño. Se pudo concluir que el SIG es conforme con las disposiciones planificadas, con los requisitos de las normas ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009 y con los requisitos del SGC establecidos por la organización.

b) Sistema de Información SI-Capital

Dentro de la etapa de sistematización de los procesos del IDT con la adquisición de la herramienta del sistema de Si Capital, el logro más sobresaliente en el 2012, consistió en el mantenimiento de los módulos PREDIS, PAC, OPGET, PERNO, SISCO, SAE/SAI, LIMAY Y CORDIS.

Las principales acciones realizadas son:

- SISCO, cuyo objetivo es abordar la contratación con las funcionalidades de: Administración de catálogos, plan de contratación, precontractual, y ejecución. Se encuentran trabajando, y lo pertinente al cargue de la información, se logró identificar que los contratos que el sistema tiene cargado son aquellos de Gastos y Funcionamiento, quedando por incorporar lo pertinente a Inversión directa y convenios. La implementación de la funcionalidad se encuentra desarrollada en un 98%, la información presente en el sistema, corresponde a la contratación de gastos de funcionamiento, convenios y se está cargando lo pertinente a la

contratación directa, siendo así se puede decir que la información está en el sistema representa un 66% del total.

- SAE/SAI: Las funcionalidades están desarrolladas en un porcentaje aproximado del 98% de los dos módulos. El cargue de la información y proceso de la misma en el módulo de SAE es del 98% por cuanto se están creando y ajustando reportes y SAI es del 80% debido a que se cargaron los elementos y se están ajustando algunas inconsistencias.
- PERNO: Se encuentra implementado y con avance en áreas de Nomina, para el 2013 se espera tener implementado prenomina, hoja de vida, relación autorizada, bienestar, capacitación y salud ocupacional, así se puede decir que la información está en el sistema representa un 17%.
- OPGET: La información necesaria para el funcionamiento de tesorería ha sido cargada para el funcionamiento de los módulos de ingresos, egresos y conciliaciones bancarias. El modulo se encuentra en producción con el cumplimiento de las funcionalidades básicas. Las interfaces con los módulos de PREDIS, TERCEROS y PERNO se encuentran en producción y se está ajustando la interfaz con contabilización - LIMAY. Así que el nivel de implementación de este módulo es aproximadamente del 90%
- PREDIS: El funcionamiento del PREDIS, ha sido montada en un 99%, la funcionalidad del modulo esta al 100%, el promedio de las implementaciones de interface es del 72,67%. La implementación es de 90,5%
- LIMAY: la funcionalidad es actualmente del 98%, los datos que permiten generar información están cargados en un 70%, la implementación es del 80,2%.
- CORDIS: Su implementación y cargue de información es de 100%.

c) Gestión ambiental

La Gestión Ambiental del Instituto Distrital de Turismo durante el año 2011 tuvo los siguientes avances y logros:

- El IDT cuenta con acta de concertación del PIGA para la vigencia 2012 -2016, firmada por la Secretaría de Ambiente, El Subdirector de Políticas y Planes Ambientales de la SDA, El Director del IDT y la Gestora Ambiental de la entidad.
- Realización del curso de formación de auditores internos ISO 14001:2001



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

- Documentación del Plan de respuesta a emergencias en coordinación con la ARL.
- Campaña de autocontrol, donde se aplicaron compendos ambientales pedagógicos en favor del uso racional y eficiente de la energía.
- Con el fin de mejorar las condiciones ambientales internas de la Entidad, se realizaron inspecciones de dispositivos de consumo de agua y redes hidrosanitarias, así como la inspección de redes, dentro de las cuales no se encontró fallas en los dispositivos para uso del agua y se definieron las especificaciones para la nueva sede de la entidad.
- Se realizó la instalación de señales para el uso racional de la energía.
- Se llevaron a cabo sesiones de sensibilización orientadas a la formulación del plan de gestión integral de residuos peligrosos.
- Visita de inspección del Plan de Gestión de Residuos Peligrosos de por parte de la SDA, con calificación excelente, producto de esta calificación el IDT fue invitado a socializar el Plan en el Foro virtual sobre gestión de RESPEL llevado a cabo por la SDA.
- Finalmente, se adelantó el proceso de contratación para adelantar la auditoría que tiene como propósito lograr la certificación en la norma ISO 14000:2004, contexto en el cual se seleccionó a ICONTEC para que se adelante en el año 2013.



2.2 Procesos Misionales

Estos procesos proporcionan el resultado de las actividades previstas por la entidad, el cumplimiento del objeto social y la razón de ser de la organización.

2.2.1 Proceso Gestión del Destino

Este proceso tiene como objetivo: impulsar el desarrollo de la ciudad como destino turístico atractivo, en condiciones de competitividad, productividad y sostenibilidad, mediante la definición, ejecución y evaluación de planes, programas y proyectos, que incidan en la oferta y demanda turística de Bogotá.

Líder del proceso: Subdirección de Gestión de Destino.

Lineamiento Estratégico de la Política: Fortalecimiento Institucional, Inclusión y Desarrollo Social, Competitividad y Región Capital.

2.2.1.1 Gestión Turística para fortalecer la competitividad de Bogotá como destino turístico

Con el fin de mejorar las condiciones de competitividad turística de la ciudad y de hacer de Bogotá una mejor ciudad para vivir y visitar, el IDT trabajó en tres (3) frentes claves: i) Entorno; ii) Fortalecimiento empresarial y iii) Comunidad.

Las relaciones del turista se producen en el territorio cuando hace uso del mismo en sus desplazamientos para acceder y permanecer, con la población receptora y con los empresarios en el consume de servicios.

Acciones y resultados:

2.2.1.2 Trabajo sobre el entorno

Plan de señalización turística vial y peatonal de Bogotá

El 13 de diciembre de 2012 fue inaugurado el proceso de implementación del proyecto piloto de Señalización turística Peatonal de Bogotá, mediante evento protocolario realizado en el Palacio Lievano en cabeza del Alcalde Mayor de Bogotá.

Dicho Plan piloto, contemplo la intervención en 2 zonas turísticas de Bogotá: el Centro Histórico Candelaria y su interconexión con el Centro Internacional mediante la construcción de 76 señales turísticas de las cuales se han realizado hasta el momento,

68 cimentaciones, e instalado 22 señales (19 señales direccionales, 5 Tótems, 2 paneles de bienvenida y 2 monolitos) de las 76 proyectadas.

El objetivo del proyecto es hacer de la ciudad un destino más competitivo, mediante la puesta en valor de sus atractivos físicos y culturales que pueden ser apropiados por residentes, visitantes y turistas a través de los recorridos que definen estas señales.

Proyectos de Turismo Comunitario

Durante el segundo semestre de 2012 el IDT definió, caracterizó y priorizó dos proyectos de turismo comunitario en el área rural del D.C. en las localidades de Usme y Ciudad Bolívar. El objetivo es desarrollar un proceso de fortalecimiento comunitario hacia lo empresarial, de diseño de producto turístico, y de construcción de una estrategia de mercadeo y promoción que permita que las comunidades logren que la actividad turística se convierta en una alternativa complementaria a su actividad económica principal. Igualmente se quiere lograr una visibilización de las costumbres y valores culturales de las comunidades campesinas del D.C. para ampliar la oferta turística de la ciudad.

Desarrollo de productos culturales

En este ámbito se destaca el Proyecto de Recorridos Casa de Gobierno Distrital Indalecio Liévano, el cual fue un programa denominado “Alcaldía de Puertas Abiertas” mediante el cual el IDT ha puesto en valor el conjunto de actividades culturales con el objeto principal que tanto residentes como turistas y visitantes de la ciudad, tuvieran la oportunidad de ingresar y conocer la Casa de Gobierno Distrital Indalecio Liévano. Este programa contó con 6680 visitantes entre el 6 de diciembre de 2012 y el 16 de enero de 2013, a partir de lo cual se plantea continuar con el programa en una segunda etapa durante 2013.

Plan Integral de Seguridad Turística - PIST

Con el objetivo de aportar a que los entornos enmarcados en las Zonas de interés turísticos sean más seguros, el IDT a través del desarrollo de escuelas de seguridad turística plantea implementar paulatinamente el PIST. Durante el segundo semestre de 2012 realizó en la localidad de Chapinero (ZIT Zona T) una escuela que tuvo participación de 35 empresarios, los cuales con apoyo de la Secretaria de Gobierno desarrollará un pacto y un plan de acción para el desarrollo de actividades para avanzar en el desarrollo de acciones que mejoren la seguridad y percepción de las distintas zonas turísticas de la ciudad.

2.2.2 Fortalecimiento empresarial

Con el fin de mejorar la calidad de los productos y servicios turísticos, y el eslabonamiento de la cadena de valor, se continuó el desarrollo de los siguientes programas, logros que para 2012 se describen a continuación.

- Programas de calidad y sostenibilidad turística: 442 prestadores de servicios turísticos asesorados en criterios de calidad y sostenibilidad.
- Prevención de la ECSNNA: 31 empresas turísticas asesoradas en tema de responsabilidad social, ESCNNA y The Code.
- Madurez digital (TICS): 52 empresas asesoradas y certificadas en madurez digital y TICS, y
- Anfitriones de ciudad/cultura turística:
 - 1444 personas capacitadas en cultura turística.
 - 1217 personas formados en amor y apropiación por la ciudad.

2.2.3 Comunidad.

Colegios Amigos de Turismo

El IDT se vinculó a este programa impulsado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el cual busca contribuir con el desarrollo del turismo como industria con función social y formar estudiantes sensibilizados frente a la importancia y los riesgos sociales, ambientales, culturales y económicos del turismo, generando un conocimiento y una aplicación de la ética para el sector, que forje una sociedad capaz de enfrentar y actuar ante sí misma y ante otras sociedades con responsabilidad.

Bogotá cuenta con doce (12) colegios Distritales vinculados al programa, con los cuales se ha logrado la implementación de la metodología nacional, la transformación de la malla curricular y la apropiación del territorio. De la misma forma se busca permear la comunidad educativa con las temáticas de turismo de la ciudad. Cada colegio tiene en promedio 2500 estudiantes. Los objetivos del programa es que los jóvenes se conviertan en anfitriones de ciudad, que puedan seguir trabajando en el sector mediante su vinculación laboral y/o el acceso a formación técnica o profesional.

Programa de Bilingüismo

Capacitación de más de 120 prestadores de servicios turísticos y los conexos a la cadena productiva del turismo en una segunda lengua como guías profesionales del turismo, hoteleros, puntos de información turística y policías de turismo, lo cual permite impulsar el desarrollo empresarial turístico con el propósito de generar las competencias adecuadas que respondan a un mundo globalizado y propiciar un entorno productivo en condiciones de igualdad y oportunidades, para fortalecer los escenarios de acción

conjunta público-privada y brindar una mejor comunicación y comprensión a los turistas que visitan la ciudad de Bogotá.

2.2.4 Gestión Local.

La gestión turística de IDT ha buscado potencializar su capacidad de mejorar la competitividad de la ciudad concentrando la implementación de las 4 estrategias definidos en el Plan Maestro de Turismo para las Zonas de Interés Turístico, algunos territorios rurales y regionales (Región central) sobre las cuales ha priorizado las que tienen un mayor desarrollo como son Candelaria y Centro Internacional, Chapinero y Teusaquillo, zonas rurales de Ciudad Bolívar y Usme.

Para ello ha trabajado en alianza con las Alcaldías locales, con los gremios, con otras entidades distritales y con las comunidades con resultados que potencian el plan estratégico para el turismo del IDT mediante inversiones directas o a través de convenios del IDT con los fondos de desarrollo local en lo relativo al fortalecimiento empresarial en los campos priorizados por el IDT. Esto es, digitalización, calidad, sostenibilidad, emprendimiento, cultura turística, bilingüismo, implementación de señalización turística peatonal en La Candelaria y Centro Internacional, entre otras.

2.3 Proceso Promoción del Destino

Este proceso tiene como objetivo: fortalecer a la ciudad de Bogotá como destino turístico atractivo, a través del mercadeo y la comercialización de la oferta, de acuerdo con las necesidades del mercado.

Líder del proceso: Subdirección de Promoción.

Lineamiento Estratégico de la Política: Mercadeo y Promoción.

Acciones y resultados:

2.3.1 En Promoción y Mercadeo de Bogotá

Con el fin de impulsar la demanda de servicios turísticos de Bogotá a nivel nacional e internacional el IDT trabajó en tres (3) frentes claves: i) Posicionamiento de la ciudad; ii) Promoción comercial y iii) Información turística

2.3.2 Posicionamiento de la Ciudad

- **Estrategia de Mercadeo Internacional de Bogotá**

Ejecutado el Convenio 196 de 2008 suscrito entre el IDT, la Cámara de Comercio de Bogotá e Invest in Bogotá, se cuenta con la base de la Estrategia de Mercadeo de la Ciudad. Las tres entidades gestoras motivaron la creación de un Comité Técnico al que se invitó a otros importantes actores relacionados con el tema (DDRI, SDDE, Buró de Convenciones), con el fin de continuar de manera coordinada con la identificación y desarrollo de los proyectos.

La Estrategia de Mercadeo de Bogotá busca incrementar la capacidad de la ciudad para atraer inversión extranjera, turismo, eventos, talento y oportunidades de negocio y está sustentada en el desarrollo y promoción de proyectos estratégicos que se asocien a la imagen proyectada de la ciudad.

En el seno del Comité se están integrando los diferentes proyectos, para lo cual cada una de las entidades los diseña y presenta con el fin de que se emprenda su gestión y desarrollo.

Por su parte el IDT ya había planteado los siguientes proyectos de Turismo dentro de la Estrategia de Mercadeo de Ciudad, los cuales estarían en cabeza de la entidad, con la gestión y compromiso del Comité y de sus integrantes:

- Plan de mejoramiento y desarrollo turístico el Centro Histórico de Bogotá
- Bogotá ciudad de la música en el espacio público
- Red de Puntos de Información Turística de Bogotá
- Plan de Promoción y Mercadeo Turístico de Bogotá
- Viajes de familiarización turística para agentes de viajes y medios de comunicación.

A finales de 2012 se asigna la coordinación del Comité a la Dirección Distrital de Relaciones Internacionales, con secretaría de Invest in Bogotá. En este sentido, se tiene previsto hacer una revisión conceptual y del plan de acción para 2013, lo cual se deberá concretar a comienzos de ese año.

En el marco de la Estrategia de Citimarketing, durante el año 2012 se realizaron tres reuniones del Comité Técnico y se avanzó en dos proyectos prioritarios así:

- **Marca Ciudad**

Es la imagen visual elaborada como primer producto de la estrategia de mercadeo de ciudad que se lanzó en diciembre de 2010. Su diseño y adopción responden al mandato de la Política Distrital de Turismo, Decreto 327 de 2008 que define entre sus lineamientos estratégicos en materia de promoción y mercadeo, el diseño y construcción de una marca ciudad que permita contrarrestar efectos negativos de mala imagen y percepciones de inseguridad.

La actual administración considera que la marca ciudad vigente ha cumplido su ciclo y, además, se asocia con la anterior administración. Por lo anterior, bajo las pautas de la oficina asesora de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor, la agencia creadora de la marca generó una evolución visual y conceptual de la misma de tal manera que para los primeros meses de 2013 se tenga disponible para incorporar a diferentes proyectos públicos, privados o mixtos.

- **Bogotá, Ciudad UNESCO de la Música**

Como resultado del proceso de candidatura que se desarrolló en el marco del convenio para la Estrategia de mercadeo de Ciudad, la UNESCO confirmó la aceptación de Bogotá para conformar la Red de Ciudades Creativas en la categoría de música. El desarrollo del proyecto está en cabeza de la SCRD, entidad que incluyó dentro del Plan de Desarrollo Bogotá Humana el proyecto “Bogotá, Ciudad Creativa de la Música” para darle continuidad y fortalecer la política pública para el campo de la música, articular esfuerzos con la nación y proyectar sus talentos y posibilidades en la red internacional. Se contactó a la SCRD con el fin de precisar algunas acciones en el marco de este proyecto, lo cual deberá concretarse el año siguiente.

2.3.3 Campañas de Promoción Turística

Las campañas de promoción turística son importantes para avanzar en el posicionamiento turístico de Bogotá, pues a través de ellas se llega a los públicos de interés y se les puede motivar a conocer y disfrutar los atractivos de la ciudad. Con la entrada de la nueva administración distrital, el primer semestre de 2012 no tuvo mayores cambios ni avances en cuanto a concepto de nuevas campañas de promoción. El IDT

terminó de ejecutar las acciones que venían en curso, en aspectos como la realización de material promocional, participación o apoyo a eventos y culminación del plan e medios. Durante el primer semestre del año 2012 el IDT mantuvo la última campaña en desarrollo “*Ven a Bogotá, no te quedes atrás*” como marco general de la comunicación, aunque con una mínima divulgación.

De acuerdo con las directrices de la oficina asesora de Comunicaciones de la Alcaldía, se empezó a trabajar bajo un nuevo esquema de tal manera que ahora la agencia creativa es la Agencia en Casa de la Alcaldía. Así, se le solicitó el diseño de una nueva campaña de promoción turística, para lo cual se realizaron reuniones técnicas a fin de ilustrar al grupo de creativos acerca de la misión de la entidad y de los propósitos e intereses de la campaña solicitada. Luego de varias reuniones de avance, el IDT aprobó la campaña “Bogotá, Infinitas Posibilidades” la cual se empezó a ejecutar a partir de septiembre de 2012. El concepto de esta campaña hace referencia a variada oferta turística de la ciudad y a su carácter como ciudad multicultural y diversa, con opciones para los diferentes segmentos turísticos de interés.

2.3.4 Promoción Comercial

- ***Estrategia de aprovechamiento económico de los puntos de información turística y el portal web www.esbogota.com***

El Instituto Distrital de Turismo fue creado con el objeto de la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible.

Dentro de sus funciones se encuentra la de elaborar y ejecutar planes, programas y estrategias en materia turística con miras a Fomentar la industria del turismo en Bogotá, Distrito Capital.

Dentro de esta misión, el instituto ha desarrollado desde su creación en el año 2007, una serie de instrumentos e infraestructuras de costo considerable, teniendo como sustento únicamente los recursos recibidos dentro del presupuesto distrital.

Con el crecimiento de la actividad turística de la ciudad y el país han tenido en los últimos años, las necesidades de infraestructura y de herramientas de promoción también aumentan, generando presión sobre el presupuesto asignado a la entidad.

Por tal motivo, en la búsqueda de generar una sostenibilidad económica a futuro de las herramientas de promoción turística es menester la obtención de recursos adicionales que permitan realizar una promoción efectiva y a la velocidad que lo requiere la ciudad como destino.

- **Objetivos Generales de la Estrategia:**

- a. Contextualizar bajo el marco jurídico actual para determinar la viabilidad legal de realizar actividades de comercialización de productos y servicios por parte del Instituto Distrital de Turismo.
- b. Definir el mecanismo de ingreso de recursos del IDT producto de actividades de comercialización, considerando todos los factores e instancias que intervienen en el proceso.
- c. Definir las estrategias, procesos y métodos de mercadeo de productos y servicios institucionales y promocionales de ciudad, identificando los productos objeto de comercialización, teniendo en cuenta alianzas público-privadas.

- **Mecanismos de comercialización:**

Son ingresos del Instituto:

- a. Los provenientes de convenios institucionales a nivel nacional e internacional y todos aquellos que le transfiera la Administración Distrital.
- b. Los ingresos y participaciones provenientes de los distintos bienes que se le traspasen, adquiera, o se le asignen en el futuro.
- c. Los aportes oficiales.
- d. Las donaciones de cualquier orden.
- e. Las participaciones en tasas o impuestos que sean autorizados por normas específicas.
- f. Los provenientes de la venta o rentas de sus bienes, así como la explotación de los derechos de propiedad intelectual, de la prestación de servicios y las actividades propias de su objeto.

El patrimonio del Instituto está constituido por:

- a. Todos los bienes que hayan sido aportados a esta entidad por el Distrito Capital o adquiridos con recursos provenientes del Distrito.
- b. Los bienes muebles e inmuebles que como persona jurídica haya adquirido o adquiriera a cualquier título.

Una entidad estatal asumirá el IVA en las adquisiciones que realice a los responsables del régimen simplificado, sólo si pertenece al régimen común.

Dentro de los mecanismos para la comercialización para el IDT se encuentran los siguientes:

- a. *Comercialización Directa*
 - Manteniendo el régimen tributario actual del instituto
 - Ingreso por donaciones recibidas
 - Cambiando a régimen común
- b. *Comercialización a través de un negocio fiduciario*
- c. *Comercialización a través de un convenio con entidad mixta*
 - Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá
- d. *Comercialización a través de un convenio con una entidad sin ánimo de lucro*
- e. *creación de una empresa de promoción de ciudad*

• **Productos y Servicios Susceptibles de Comercialización**

De acuerdo a la potencialidad turística de Bogotá, a los perfiles de viajero, y a la infraestructura existente y propuesta, se recomienda que el Instituto Distrital de Turismo trabaje la comercialización principalmente en los siguientes frentes:

- Comercialización de espacios de publicidad; interior, exterior, virtual y de referencia.
- Comercialización de artículos alusivos a la imagen de Bogotá, como merchandising de la marca ciudad, artesanías, y publicaciones sobre la ciudad.
- Comercialización de boletería para eventos realizados en la ciudad.
- Comercialización de productos turísticos entre los que se incluyen reservas hoteleras, de toures, y tarjetas turísticas.

a. Publicidad

La publicidad una de las principales fuentes de ingreso de la estrategia comercial. La infraestructura existente y propuesta para el Instituto Distrital de Turismo cuenta con un valor estratégico para potenciales anunciantes debido a su ubicación y relevancia institucional. La venta de publicidad deberá estar siempre orientada al posicionamiento y aumento de la actividad turística en la ciudad de Bogotá de acuerdo con la misión del Instituto; por este motivo esta deberá ser selectiva, buscando contenidos y pautantes en esta línea.

Publicidad en Puntos de Información Turística

Los puntos de información turística pueden proveer publicidad a través de distintos canales que se mencionan a continuación:

- **Proyección de Avisos Publicitarios:** En los puntos de información pueden adaptarse con facilidad ya sea de pantallas gran formato o de televisores (algunos puntos ya cuentan con esta dotación) que permitan la proyección de spots publicitarios de corta duración por los que se cobraría un valor ya sea por impactos o por periodo de tiempo. La proyección sería únicamente de imágenes con lo que no se afecta el desarrollo normal de las actividades informativas del punto.
- **Pósters Publicitarios:** Se puede designar un espacio dentro de los puntos de información turística para el montaje de posters que promocionen ya sea eventos en la ciudad, o atracciones turísticas, para lo cual se le cobraría a los organizadores de estos eventos un cargo por esta promoción preferencial.
- **Experiencias Interactivas:** Los puntos pueden ser dotados con dispositivos como Tablet pc's entre otros que permitan el desarrollo de aplicaciones interactivas en los que los turistas puedan obtener información específica sobre el producto de algunos anunciantes, como operadores de turismo receptivo u hoteles, los cuales pagarían un cargo por el desarrollo o inclusión en el aplicativo o experiencia interactiva. A diferencia de los spots publicitarios, en este tipo de promoción se busca que sea de multimedia, o sea incluya imágenes, sonidos e incluso sensaciones.
- **Folleto publicitarios:** Los puntos de información turística pueden dotarse con estantería que permita colocar folletos “take one” convirtiéndose en una excelente plataforma de promoción para los prestadores de servicios turísticos de la ciudad. Los folletos tendrían formatos estándar y podrían o no

ser diseñados por el instituto. El cobro sería a manera de arriendo del espacio de promoción dentro del punto, y podrían tener tarifas diferenciales dependiendo del tráfico y cliente objetivo de los mismos. Del mismo modo los informadores podrían entregar personalmente a los turistas algunos folletos de anunciantes “élite” quienes pagarían un costo adicional por este privilegio.

- **Publicidad Exterior:** Algunos puntos de información tienen la capacidad por su ubicación de dotarse con vallas de publicidad exterior ya sea fija o móvil.

i. Publicidad en el portal transaccional de Bogotá

El portal transaccional de Bogotá que llevó el nombre de www.esbogotá.com, es otra plataforma de gran interés para los anunciantes publicitarios ya que permite no solo la promoción de un bien o servicio particular sino además su compra inmediata.

ii. Publicidad en el aplicativo móvil Vive Bogotá

El aplicativo móvil de Bogotá es una excelente plataforma de comercialización de publicidad ya que se pueden promocionar productos y servicios relacionados con el turismo a través de las herramientas de georeferenciación, mapas, reviews, entre otros.

iii. Publicidad en los mapas y guías de promoción de ciudad

Los guías y mapas que el Instituto entrega de manera gratuita a los turistas que visitan la ciudad son también susceptibles de ser patrocinados por algunos pautantes que quieran reflejar su marca en las portadas y el mapa mismo, y ayudarían a financiar la impresión y distribución de estos.

b. Productos Existentes

i. Merchandising de Transmilenio

Transmilenio como entidad distrital tiene una sección de desarrollo de negocios que cuenta con un producto desarrollado de merchandising del sistema transmilenio. El sistema y sus buses son íconos de Bogotá y podrían ser susceptibles de comercializarse estos productos en los puntos de información turística.

ii. Estudios del Observatorio Turístico de Bogotá

El Observatorio del IDT genera mucha información de carácter gratuito pero podría generar información específica para ciertos clientes, que requieran mayor conocimiento del mercado.

c. Productos Nuevos

i. BogotáCard:

La tarjeta de Bogotá ofrecería servicio de transporte público gratuito en el SITP, descuentos y gratuidad en entradas a museos, espacios culturales, espectáculos, locales nocturnos, tiendas, restaurantes, etc.

ii. Merchandising de Ciudad

La marca Bogotá bajo administración del Instituto es un excelente activo para ser comercializado a través de productos de merchandising, como camiseras, gorras, lapiceros, llaveros, calendarios, entre otros.

iii. Venta de boletería para atracciones turísticas y espectáculos

Los puntos de información turística debido a su ubicación estratégica son interesantes como punto de distribución de boletería para espectáculos que se realicen en la ciudad, y de las atracciones turísticas y toures regulares que existan en Bogotá. Más que incurrir en el desarrollo de costosas plataformas de emisión de boletería, la idea sería la de conseguir alianzas como compañías existentes y reconocidas en ese segmento como TuBoleta o Ticket Factory Express, que cuentan con esta infraestructura y pueden beneficiarse de puntos adicionales de venta.

• Promoción en Mercados Internacionales

Durante el segundo semestre de 2012 las acciones de promoción turística de Bogotá desarrolladas por el IDT en los mercados internacionales, hacen referencia a la participación en ferias internacionales de turismo, viajes de familiarización y eventos directos que permitieron profundizar en el posicionamiento de la ciudad a nivel internacional como destino turístico sostenible.

A continuación se presenta una breve reseña de cada una de las ferias y eventos en los que el IDT ha participado durante el segundo semestre del 2012.

México: Caravana de promoción de destinos turísticos colombianos. (Agosto 27 - 30)

- La participación del Instituto Distrital de Turismo en esta actividad tuvo como objetivo principal promocionar la oferta turística y dar a conocer las diferentes modalidades que ofrece la ciudad despertando el interés del mercado mexicano por incluir en sus portafolios de productos al destino Bogotá.
- La caravana turística constituyó un excelente espacio de conocimiento del mercado Mexicano y una plataforma para la búsqueda y generación de nuevas oportunidades de presentación y posicionamiento del Destino Bogotá, así como el mantenimiento y seguimiento a las oportunidades existentes.
- La mayoría de agencias mayoristas mostraron gran interés en Bogotá como destino turístico sobretudo en las modalidades de Turismo de vacaciones asociados a cultura e historia y turismo de negocios.

Brasil: Feria internacional de turismo de las Américas (ABAV 2012)

- La participación del IDT tuvo como objetivo principal conocer las novedades del mercado, fortalecer el posicionamiento de Bogotá promocionando el portafolio de servicios turísticos con que cuenta la ciudad y proyectar el nuevo enfoque de turismo social a que hace referencia el plan distrital de desarrollo.
- La Feria reunió profesionales de la industria turística: mayoristas, tour operadores, compañías de transporte, hotelería, organizadores de eventos, organismos oficiales de turismo, agencias de viajes, oficinas de convenciones y visitantes, que visitaron a los más de 1000 expositores de más de 50 diferentes países, así como los medios de comunicación más representativos del sector.
- Para Colombia y en especial para Bogotá el mercado brasileño es un mercado altamente potencial para la industria turística tal como lo indican las cifras suministradas por Proexport. Brasil es el principal mercado emisor de Suramérica y el segundo en Latinoamérica después de México, lo que se ve reflejado en un crecimiento de salidas de ese país del 3.1 % para el año 2013.
- Así mismo Brasil proporciona cerca de 93 mil viajes a Colombia lo que representa un crecimiento de llegadas del 40% del mercado brasileño a nuestro país y que para el caso Bogotá de la población total de brasileños que visitan el país el 72.5 % tienen la ciudad capital como su destino de viaje.
- Se identifica una situación de desconocimiento del destino, si bien las estadísticas lo colocan como un país emisor hacia Bogotá, este desconocimiento

obliga a trabajar con más frecuencia y permanencia en este mercado para posicionar el destino.

Viaje de Familiarización para impulsar la ruta Brasilia – Bogotá de Avianca (Diciembre 8 -10)

- Con el objetivo de impulsar la nueva ruta directa Brasilia – Bogotá – Brasilia, se gestionó la realización de este fam trip al cual asistieron ocho (8) personas pertenecientes al cuerpo diplomático de la ciudad de Brasilia. Este fam trip se gestionó durante la participación de la entidad en la feria internacional de turismo ABAV 2013 a la cual asistió el Director General del IDT, Dr. Luis Fernando Rosas Londoño.
- Dentro de la retroalimentación obtenida por parte de los invitados se destaca la infraestructura, organización y progreso que ha alcanzado la ciudad, la calidad en los servicios ofrecidos al turista, el desarrollo cultural en diferentes aspectos y el carisma de la gente.

Perú: Viaje de familiarización agencias de viajes (Octubre 26 – 28)

- Un total de diez (10) agentes de viajes asistieron al viaje de familiarización realizado con el objetivo de que conocieran de manera vivencial la oferta turística de la ciudad de Bogotá.
- Ninguno de los invitados había venido anteriormente a la ciudad de Bogotá y la retroalimentación al finalizar el mismo fue excelente. Esto se constituye en un aspecto muy positivo pues se dio a conocer el destino a diez (10) agencias de viajes diferentes con potencial de incluir a Bogotá dentro de su portafolio de destinos turísticos.

España: Viaje de familiarización agencias de viajes (Octubre 1 – 3)

- En asocio con Proexport se gestionó la realización de este fam trip al que se invitó a representantes de la Unión Nacional de Agencias de Viajes de España (UNAV).
- El objetivo de esta actividad fue que a través de su propia vivencia experiencial los agentes de viajes encontraran motivaciones para vender el destino y de esta manera contribuir al incremento en la llegada de turistas a la ciudad de Bogotá.

- Los asistentes se llevaron una muy grata impresión del destino destacando entre muchas cosas la calidez de las personas, el esmero en el servicio y la diversidad de opciones que los turistas pueden encontrar en la ciudad.

Colombia: Workshop Ladevi Cali (Octubre 4)

- Con el fin de promocionar a Bogotá como destino turístico, en el Workshop de Turismo Ladevi Cali 2012, el 4 de octubre se llevaron a cabo presentaciones personalizadas con acciones de atracción de segmentos de la actividad turística entre los más de 100 empresarios del turismo representantes de las principales compañías de turismo invitados a este evento, con el objetivo de ampliar los mercados turísticos y presentar la diversidad turística de la Capital de nuestro país.

Colombia: Salón Colombia 2012

Bogotá- 2 Octubre 2012 - Cubo Colsubsidio

- Es deseable que Anato revise el desarrollo del evento para no perder este espacio que puede ser muy interesante como motor del turismo doméstico. Por esto mismo, no se entiende la realización de un salón paralelo para productos internacionales. Creo que distrae el objetivo primordial y compite con las Vitrina Turística anual.

Bucaramanga- 5 Octubre 2012 - Hotel Chicamocha

- El IDT debe continuar con acciones de promoción y mercadeo dirigidas al mercado nacional. Para esto se deben tener en cuenta las fechas especiales que en general son: temporadas (enero, Semana Santa, mitad de año, receso y diciembre). Pero también eventos particulares como: trámite de visados, presentación a universidades, entrevistas, visitas académicas, conciertos y espectáculos, etc.

Pereira- 8 Octubre 2012 - Movich Hotel de Pereira

- Gran parte de las agencias de viajes que asistieron al evento, cuentan dentro de su portafolio de productos con el llamado “Plan Visa”, diseñado para aquellas personas que viajan a Bogotá a tramitar la Visa Americana. Este plan por lo general incluye solamente una noche de alojamiento y el tiquete aéreo para desplazarse a la capital. Teniendo en cuenta lo anterior, es importante trabajar con las agencias de viajes para que incluyan dentro de este producto la visita a

atractivos turísticos de la ciudad, y de esta forma se pueda incentivar a extender la permanencia del turista por una o dos noches más en la ciudad de Bogotá.

- En cuanto al evento del “Salón Colombia IV” considero importante evaluar si realmente es productiva la participación en futuras ediciones dado que es un evento que ya se encuentra desgastado y no genera mucho interés entre los prestadores de servicios del sector, esta es la razón por la cual este año fue abierto por primera vez el evento al público general, el cual tampoco asistió en la magnitud que se esperaba

Ecuador: Feria Fite 2012

- La participación del IDT tuvo como objetivo principal conocer las novedades del mercado, fortalecer el posicionamiento de Bogotá promocionando el portafolio de servicios turísticos con que cuenta la ciudad y proyectar el nuevo enfoque de turismo social a que hace referencia el plan distrital de desarrollo.

Es importante que el destino comience aparecer en los medios de circulación del sector para que tanto mayoristas como minoristas puedan tener acceso a la información con paquetes completos que ofrezcan los diversos atractivos turísticos.

Argentina: Semana de Colombia en Buenos Aires (31 de Octubre al 1 de Nov.)

- El turista argentino al pensar en un destino de vacaciones definitivamente busca una ciudad que le ofrezca sol y playa. Bajo este esquema se ha venido comercializando en el trade destinos que cumplan con esta condición especialmente San Andrés y Cartagena. El producto “All Inclusive” es el que está posicionado en el mercado pero ya se observa un desgaste importante del mismo y por ende los turistas están requiriendo productos diferenciados.
- En razón a lo anterior, Bogotá tiene una gran oportunidad de posicionarse en el mercado mediante la implementación de una estrategia multidesino con ciudades como Cartagena que se complementan de manera ideal. Bogotá como una ciudad cosmopolita que ofrece todo lo relacionado con el tema “urbano” y de “gran capital” que cuenta con una excelente oferta de historia y cultura, de compras, vida nocturna y gastronomía. Cartagena como una ciudad Caribe que es el motivador principal de los argentinos al pensar en vacaciones.

Argentina: Feria FIT (3 al 6 de Noviembre)

- Existe una gran oportunidad con los pasajeros que viajan a Bogotá a través de Avianca ya que esta aerolínea permite una parada (Stop Over) en Bogotá sin ningún costo. Esto favorece la comercialización de productos multidesino para que los argentinos pernocten algunas noches en Bogotá al iniciar o terminar su recorrido. Sin embargo, los mayoristas de Argentina encuentran una dificultad, es

que Avianca asigna muy pocas sillas a los mayoristas ya que la aerolínea está enfocada en el segmento corporativo que es mucho más rentable que el vacacional.

- Es importante continuar con estrategias de promoción a través de actividades que contribuyan al posicionamiento del destino con actividades de capacitación al trade, pauta en medios especializados de turismo y en medios de comunicación dirigidos al consumidor final. La entrega de material promocional también es importante ya que al ser mercados en desarrollo se debe trabajar en información sobre el destino.
- La forma más efectiva de promocionar a Bogotá como destino turístico en estos mercados, es trabajar en equipo con Proexport Colombia como un aliado estratégico, para que las agencias mayoristas y aerolíneas encuentren en Bogotá una excelente oportunidad de ventas para su compañía.

A continuación se detalla el cronograma ejecutado de las acciones en cada uno de los mercados objetivo durante el segundo semestre de 2012:

• **ACCIONES EN LOS MERCADOS**

MERCADO	ALIADO	Acciones	Cronograma Ejecutado 2012											
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
PERU	DESTINOS MUNDIALES - PROEXPORT	Participación Feria SIT 2012					24 al 26							
	FITB	Press Trip (2 pax) ESPAÑA - BRASIL - MEXICO - PERÚ - USA - ARGENTINA - CHILE - ECUADOR - PERU - VENEZUELA			22 al 27	* 28 Marzo al 2 de Abril * 4 al 9 de Abril								
	PROEXPORT	Participación Semana de Colombia en Lima					28 al 30							
	DESTINOS MUNDIALES	Fam Trip (10 pax)										26 al 28		



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

MERCADO	ALIADO	Acciones	Cronograma Ejecutado 2012												
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	
MEXICO	PROEXPORT	Participación Caravana de Promoción de destinos									27 al 30				
	FITB	Press Trip Mayoristas (2 pax) ESPAÑA - BRASIL - MEXICO - PERÚ - USA - ARGENTINA - CHILE - ECUADOR - PERU - VENEZUELA			22 al 27	* 28 Marzo al 2 de Abril * 4 al 9 de Abril									
USA	WORLD TOURS	Press Trip			22 al 24										
	EXPOCOLOMBIA	Participación en Feria Comercial de Miami				18 al 23									
	FITB	Press Trip (4 pax) ESPAÑA - BRASIL - MEXICO - PERÚ - USA - ARGENTINA - CHILE - ECUADOR - PERU - VENEZUELA			22 al 27	* 28 Marzo al 2 de Abril * 4 al 9 de Abril									
		Workshop New York Promoción de destino							28 al 30						
ESPAÑA	FITB	Press Trip (2 pax) ESPAÑA - BRASIL - MEXICO - PERÚ - USA - ARGENTINA - CHILE - ECUADOR - PERU - VENEZUELA			22 al 27	* 28 Marzo al 2 de Abril * 4 al 9 de Abril									

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

MERCADO	ALIADO	Acciones	Cronograma Ejecutado 2012													
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC		
MERCADO	VITRAMAR	Fam Trip			16 al 19											
	PANAMERICANA DE VIAJES	Fam Trip				24 al 26										
	PROEXPORT	Fam Trip (50 pax)										1 al 3				
	PROEXPORT	Participación en FITUR 2012	18 AL 22													
BRASIL	FITB	Press Trip (3 pax) ESPAÑA - BRASIL - MEXICO - PERÚ - USA - ARGENTINA - CHILE - ECUADOR - PERU - VENEZUELA			22 al 27	* 28 Marzo al 2 de Abril* 4 al 9 de Abril										
	PROEXPORT	Participación en feria de turismo ABAV										24 AL 26				
		Fam Trip (12 Pax)							1 AL 4							
		Fam Trip (6 pax)													8 AL 10	

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

MERCADO	ALIADO	Acciones	Cronograma Ejecutado 2012												
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	
ALEMANIA	FITB	Press Trip (2 pax) ESPAÑA - BRASIL - MEXICO - PERÚ - USA - ARGENTINA - CHILE - ECUADOR - PERU - VENEZUELA			22 al 27	* 28 Marzo al 2 de Abril * 4 al 9 de Abril									
	PROEXPORT	Participación en ITB Berlín			7 AL 11										
ARGENTINA	PROEXPORT	Semana de Colombia en Buenos Aires										31 al 1 de Nov			
		Participación en feria de turismo FIT 2012											3 al 6		
	PANAMERICANA DE VIAJES	Fam Trip/ Mayorista JUAN TOSELLI (12 Pax)												5 al 7	
		Fam Trip/ Mayorista DELFOS (12 Pax)												23 al 25	
CHILE	PROEXPORT	Workshop Cocha				19									
		Capacitaciones de Destino				17 y 18									
	COCHA	Fam Trip (12 Pax)					30								
	GEMATOURS	Fam Trip Falabella (10 Pax)										23			
	PANAMERICANA DE TURISMO	Fam Trip (4 Pax)											2 al 4		
VENEZUELA	PROEXPORT	Mega Fam					X								
	FIB	Press Trip (2 pax) ESPAÑA - BRASIL - MEXICO - PERÚ - USA - ARGENTINA - CHILE - ECUADOR - PERU -			28 Marzo al 2 de Abril	4 al 9 de Abril									

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



MERCADO	ALIADO	Acciones	Cronograma Ejecutado 2012												
			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	
		VENEZUELA													
ECUADOR	PROEXPORT	Participación en feria de turismo FITE 2012										27 al 30			
		Fam Trip (10 pax)										28 al 30			
COLOMBIA	NINGUNO	Participación en feria de turismo Anato		29 al 2											
	AVIANCA	Vuelo Inaugural FLO/BOG Fam Trip Corporativo 25 pax	24 y 25												
	PROEXPORT	Participación en Colombia Travel Mart		29 al 2											
	PROEXPORT	Participación en el Salón Colombia 2012											2,5 y 8		
	LADEVI	Workshop Cali												4	

- **Cifras ingreso de turistas internacionales a Bogotá (Enero a Diciembre de 2012)**

La estrategia de promoción y mercadeo de Bogotá como destino turístico implementada de manera consistente desde hace tres años, está mostrando resultados positivos que se expresan claramente en el incremento de los visitantes de casi todos los mercados.

Al comparar el ingreso de turistas internacionales en el periodo Enero – Diciembre (2012 vs 2011) se puede observar un crecimiento general del 4,9% en donde los crecimientos



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

más destacados se presentan en los mercados Chileno, Argentino, Español, Peruano y Mexicano.

Nacionalidad	Ene-Dic 2011	Ene-Dic 2012	Var. Ene-Dic 2012/2011	Part. Ene-Dic 2011	Part. Ene-Dic 2012
Estados Unidos	160.202	161.357	0,7%	18,6%	17,9%
Venezuela	119.605	126.441	5,7%	13,9%	14,0%
Brasil	67.548	59.136	-12,5%	7,8%	6,5%
España	51.511	57.127	10,9%	6,0%	6,3%
México	51.771	55.073	6,4%	6,0%	6,1%
Argentina	42.728	52.189	22,1%	5,0%	5,8%
Ecuador	48.030	49.491	3,0%	5,6%	5,5%
Perú	44.041	47.157	7,1%	5,1%	5,2%
Chile	30.187	37.000	22,6%	3,5%	4,1%
Alemania	27.727	28.107	1,4%	3,2%	3,1%
Resto	218.375	230.579	5,6%	25,3%	25,5%
Total	861.725	903.657	4,9%	100%	100%

Fuentes: Migración Colombia, Cálculos Proexport
Cifras Ordenadas Enero – Diciembre 2.012

Estados Unidos continúa siendo el primer país emisor de turistas hacia la ciudad de Bogotá, las cifras de este país son las que tienen más relevancia y peso frente a la cifra total, lo cual explica que pese a haber presentado un crecimiento del 0,7% en cuanto al número de turistas 2012 vs 2011, haya decrecido su participación de mercado en los mismos puntos porcentuales. Teniendo en cuenta lo anterior, se hace necesario mantener e intensificar las acciones promocionales en este mercado a través de la participación en ferias, eventos, viajes de familiarización y actividades de capacitación hacia el trade.

El mercado venezolano ha venido recuperando terreno luego de la crisis geopolítica presentada durante el anterior mandato presidencial, y en los últimos dos años presenta crecimientos en cuanto al número de turistas provenientes de ese país. Es importante desarrollar durante el 2013 acciones en este mercado ya que cualquier impacto en las cifras puede afectar de manera positiva o negativa las cifras totales al finalizar el año.

Los países del cono sur (Chile y Argentina) en el último año presentan variaciones positivas por encima del 20%, que se traducen finalmente en incrementos en la participación de mercado por encima de 0,6 puntos porcentuales. Sin embargo, por estar ubicados por debajo de los cinco primeros países emisores de turistas hacia Bogotá, no es muy grande el impacto que tiene en el global de cifras. Analizando este

comportamiento, lo que debería buscarse en los próximos años es el incremento sustancial de la base numérica con el objetivo de que realmente potencialicen favorablemente las cifras al final de cada año.

México es un mercado que ofrece una gran potencialidad por dos factores principalmente. El primero de ellos es que México se encuentra dentro de los cinco primeros países emisores de turistas hacia otros países, situación que puede aprovechar Bogotá para incrementar su participación en este mercado. Como segunda medida, la crisis de violencia generada por el narcotráfico en ese país hace que los turistas busquen nuevos destinos en el exterior.

Es de destacar también la presencia de dos países europeos dentro del top 10 de los mercados emisores de turistas hacia Bogotá, como lo son España y Alemania con variaciones positivas del 6,3% y 3,1% respectivamente. Teniendo en cuenta lo anterior es importante continuar con la participación institucional en las ferias europeas más importantes como FITUR e ITB, pero así mismo estar alerta frente al comportamiento de la economía española que ha venido presentando números negativos.

Importante es también el repunte del mercado peruano que al cierre del 2011 presentó comportamientos estables frente al año 2010 y al cierre del 2012 presenta un incremento del 5.2% en cuanto a la llegada de turistas peruanos a nuestra ciudad.

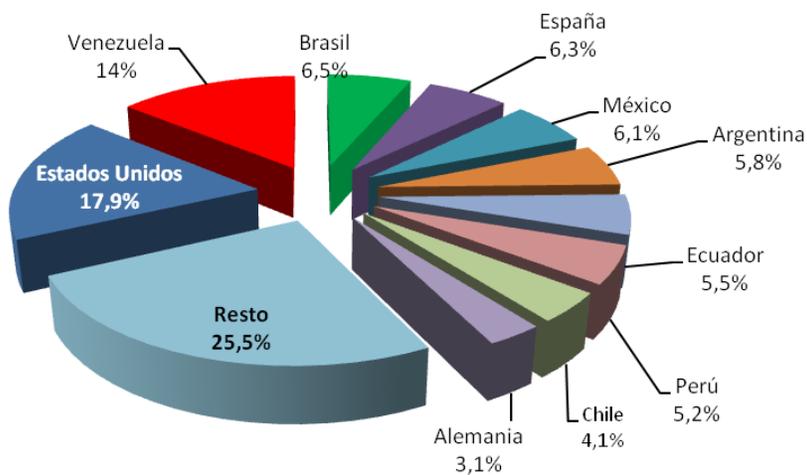
Ecuador es un mercado que si bien es pequeño, presenta una gran similitud en cuanto a la identidad cultural entre los dos países, situación favorable para atraer turistas. Así mismo la entrada en operación de la nueva ruta Quito-Bogotá-Quito operada por la aerolínea TAME, ofrece una excelente oportunidad para promocionar el destino mediante acciones conjuntas a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo.

La variación del -12,5% del mercado Brasileiro se presenta en razón a que durante el período enero-diciembre de 2011 presentó un crecimiento atípico del 45,3%, cifra considerablemente alta y que afecta el comportamiento porcentual durante el mismo periodo del año 2.012.



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

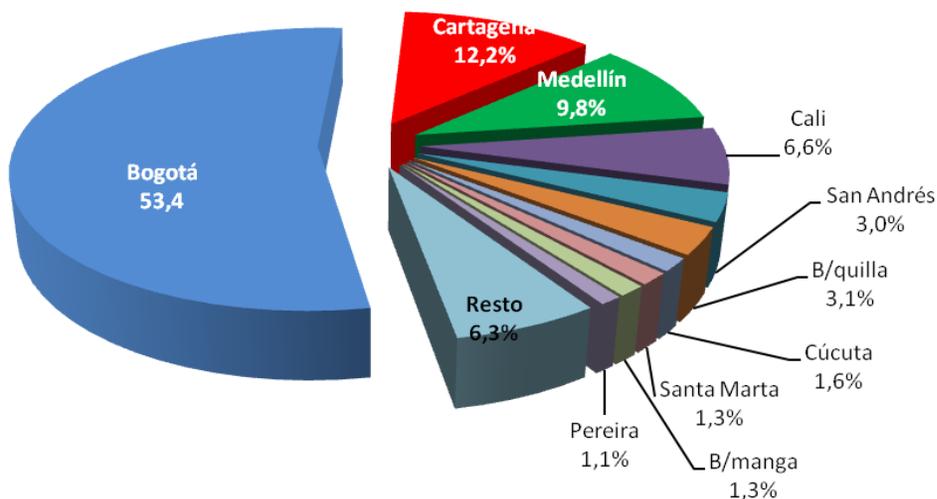
% Part. por nacionalidad - 2012



Fuentes: Migración Colombia, Cálculos Proexport
Cifras Ordenadas Enero – Diciembre 2.012

La participación de mercado obtenida por Bogotá en cuanto a los turistas internacionales que visitan Colombia entre los meses de Enero y Diciembre de 2.012 es de un 53,4% lo que la consolida como el principal destino turístico del país y ganando participación sobre ciudades como Medellín, Cartagena y San Andrés.

% Part. Ciudad de destino principal reportada 2012 (ene-dic)



Fuentes: Migración Colombia, Cálculos Proexport

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co





Cifras Ordenadas Enero – Diciembre 2.012

- FERIAS Y EVENTOS**

Como una estrategia de mercadeo de ciudad se participó en 13 eventos nacionales e internacionales de promoción turística directa, así:

MES	EVENTO
Julio	Capacitación organizada por Cotelco Bogotá dirigida a empleados hoteleros
Agosto	Caravana de promoción turística de Colombia en México
	Congreso Nacional de la Hotelaría Cartagena (Colombia)
Septiembre	Participación en la I Zona MICE
Octubre	Feria Internacional de Turismo ABAV
	Semana de Colombia en Argentina
	Feria Internacional de Turismo FIT 2.012
	Salón Colombia ANATO 2.012
	Participación Workshop Ladevi Cali
Noviembre	Participación en la feria FIT 2012.
	El 5° Encuentro Latinoamericano de Convention and Visitors Bureaus
Diciembre	Presentación Señales Turísticas Peatonales de Bogotá
	III Encuentro de Seguridad Turística

De igual forma el IDT apoyo 17 eventos culturales de ciudad, dentro de los cuales están:

MES	EVENTO
-----	--------





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

MES	EVENTO
Julio	La Ruta Quetzal Facilitación por solicitud del Vice ministerio de Comercio, Industria y Turismo elaborando la agenda turística y cultural
	Foro Fortalecimiento del sector turismo en la localidad de Santa Fe,
Agosto	Caravana 2012: Feria Turística del Caribe Colombiano - Barranquilla
	Candelaria despierta
Septiembre	Colegio Manuel Elkin Patarroyo
	XI Exposición Nacional de Orquídeas - Hacienda San Rafael
	Buró de convenciones - Corferias
	Celebración del Día del Turismo - Universidad Los Libertadores
Octubre	Participación Piedras Del Tunjo
	Colegio Republica China
	Jardín Botánico
	Noche La Candelaria Despierta
Noviembre	Apoyo Colegio Amigos del Turismo Colegio el Salitre
	Acompañamiento Evento Centro Cultural Gabriel García Márquez
	Participación en el V Encuentro de la Red Nacional de PIT en Montería
	Apoyo evento cumbre Cambio Climático en la Cámara de Comercio de Bogotá,
Diciembre	PIT Móvil en el Tercer encuentro de Seguridad Turística

- **VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRESS TRIPS**

De igual manera se han desarrollado Viajes de Familiarización y Press Trips que han permitido dar a conocer la oferta turística a los profesionales de agencias de viajes mayoristas, minoristas, operadoras, profesionales del turismo corporativo y periodistas para que promocionen la ciudad como destino turístico con el fin de aumentar el número de turistas que visitan la ciudad de Bogotá.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

Durante el segundo semestre del año 2.012 se llevaron a cabo los siguientes:

Evento	Mes	Asistentes
Press Trip Internacional Ruta Quetzal	Julio	40
Fam Trip corporativo para invitados especiales de Proimágenes - Mincultura e Invest in Bogotá L Bogotá Audiovisual Market BAM,	Julio	40
Fam Trip participantes internacionales entre los que se contaron Directivos de las universidades más importantes de América Latina en el evento VI Feria de la Movilidad Académica 2012,	Agosto	35
Fam Trip corporativo para invitados especiales europeos	Agosto	22
Press Trip Ciudades Creativas de la Música	Septiembre	2
Fam trip para invitados internacionales de USA, Italia, Francia y Venezuela participantes en el Lanzamiento de Ciudades Creativas de la Música	Septiembre	4
Fam Trip Centroamérica con el mayorista Destino Colombia	Septiembre	12
Fam Trip Ecuador con los mayoristas Representaciones Internacionales	Septiembre	13
Press trip Periodistas nacionales e Intencionales invitados al Festival de Cine de Bogotá	Octubre	15
Fam Trip Corporativo para expositores y compradores participantes en UrbSocial	Octubre	84
Fam Trip Corporativo para Compradores e inversionistas participantes en la feria de las Tics Colombia	Octubre	60
Fam Trip Unión Nacional de Agencias de Viajes de España (UNAV).	Octubre	50
Fam Trip Perú representantes de agencias de viajes peruanas.	Octubre	10
Realización de un viaje de familiarización mayoristas provenientes de Argentina	Noviembre	12
Realización de un viaje de familiarización mayoristas provenientes de Chile del mayorista Panamericana de Turismo	Noviembre	4



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

Evento	Mes	Asistentes
Se atendió un grupo de artistas brasileiros participantes en el Festival de la Diversidad	Noviembre	30
Por solicitud de Invest in Bogotá y en el marco de la Cumbre de Cambio Climático el domingo el IDT Facilitó el transporte en 2 van de 15 personas	Noviembre	30
Se atendió un Fam Trip por solicitud de a Asesora de la Unidad Administrativa para la Consolidación Territorial UACT de la Presidencia de la República	Noviembre	25
Fam Trip mayoristas alemanes	Noviembre	12
Realización de un viaje de familiarización: En conjunto con Proexport y Avianca Brasil	Diciembre	8
	TOTAL	508

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA

- **CAPTACIÓN DE EVENTOS**

En el transcurso del año 2012 se captaron para la ciudad 30 eventos de categoría ICCA en conjunto con el Buro de Convenciones de Bogotá:

No	Nombre Evento	Fecha Realización
1	III encuentro URBsocial, Dialogo Euro-latinoamericano sobre cohesión Social y Políticas Locales en Bogotá.	24 al 26 oct. 2012
2	VII Congreso latinoamericano de Ciencia Política en Bogotá	2 al 4 oct. 2013
3	Viaje de Incentivo ACU	15 al 22 jul. 2012
4	Revlon Style Master Show	25 y 28 de Nov. de 2012
5	V Encuentro Latinoamericano de Bureaus de Convenciones y Visitantes	Nov. de 2012
6	II Encuentro Internacional AECA en Latinoamérica	feb-13
7	XII Congreso AIMAC 2013	26 y 29 Junio 2013
8	Viaje de Incentivo de Whirpool Brasil	6 al 9 de septiembre 2012
9	X seminario de la organización mundial de turismo	29 al 30 Nov. 2012
10	Are Green Expo feria de energías renovables alternativas y de industrias verdes	oct-13
11	XXXI Congreso Panamericano de Oftalmología	2015
12	Samsung Latin Forum 2013	2013
13	Civil Society Seminar on Human Rights	20 Y 21 NOV 2012
14	Desing and Emotios conference	2014
15	4º congreso ALESDE	2014
16	Construcción de la Red de Ciudades Sudamericanas	2012
17	Cumbre Ciudades y Cambio Climático	2012
18	XVII Biennial meeting of the International Society for Comparative Psychology	2014



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

No	Nombre Evento	Fecha Realización
19	AFFET MEXICO	2012
20	Congreso de Dinero Móvil LATAM	2012
21	Pepsico 2012	2012
22	Pepsico 2013	2013
23	XVII Congreso Internacional Ciencia y Vida "Economía y Dignidad Humana: un Reto para América Latina"	2012
24	Congreso Latinoamericano de Ingenieros Agrícolas	2016
25	Convención 2012 de la empresa Triple S	21 al 25 de jun.
26	IV Congreso Latinoamericano de Bancarización y Micro finanzas	30 Y 21 de agosto 2012
27	CXXIX Consejo Nacional de Rectores	2012
28	IV Conferencia Latinoamericana y del Caribe sobre la internacionalización de la Educación Superior - LACHEC 2012	2012
29	Primer Foro de Estrategia Sistema de Moda América Latina 2012	2012
30	16 Annual IBA International Arbitration Day"	2013

2.3.5 Información Turística

- **RED DE INFORMACIÓN TURISTICA**

La Mejor red a nivel nacional y referente en la Región:

El IDT ha puesto a disposición de turistas, visitantes y residentes la mejor Red de Información Turística del país integrada hasta el año 2011 por 23 Puntos de Información Turística – PIT, ubicados en lugares estratégicos de la Ciudad.

Dada la evolución del proyecto PIT y la necesidad de ampliar la cobertura en la prestación de los servicios de orientación, información y promoción turística de la ciudad, durante el segundo semestre de 2011 se presentó al Fondo de Promoción Turística, un

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



proyecto para la financiación de 10 Puntos de Información Virtuales, el cual fue aprobado a comienzos de 2012 y finalmente comenzó su implementación en abril de 2012.

Gracias a esta gestión, se implementaron 5 puntos virtuales adicionales y un itinerante en candelaria, para un total 29 Puntos de Información Turística en el año 2012, ampliando así, la cobertura de los servicios de información y generando una fuente de financiación adicional para el proyecto PIT.

- **Distribución de los Puntos de Información por localidades:**



Fuente Mapa de Bogotá por localidades. <http://oab.ambientebogota.gov.co/porlocalidad.shtml> - 2012

La presencia del proyecto en 10 de las 20 localidades del Distrito capital, se convierte en beneficios directos en la promoción de la ciudad, la efectividad en la prestación de un servicio directo de atención a turistas, visitantes, así como un acercamiento y mayor reconocimiento de las comunidades locales asociadas a cada punto.



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

- **Resultados en Cifras**

De manera general, se presenta el cuadro de consultas y personas atendidas por cada una de las modalidades de servicio implementadas a través de los Puntos de Información Turística a diciembre de 2012:

	Consultas*	Clicks Virtuales**	Recorridos***	Eventos	TOTAL
ENERO	24.368	1.799	576	0	26.743
FEBRERO	21.717	1.863	553	233	24.366
MARZO	23.406	2.068	563	321	26.358
ABRIL	25.310	2.681	888	398	29.277
MAYO	24.173	3.918	496	264	28.851
JUNIO	27.107	5.658	614	97	33.476
JULIO	28.844	6.425	712	25	36.006
AGOSTO	29.567	8.611	590	374	39.142
SEPTIEMBRE	25.262	9.167	474	342	35.245
OCTUBRE	24.127	9.303	453	42	33.925
NOVIEMBRE	23.964	9.371	398	174	33.907
DICIEMBRE	27.373	13.908	4.470	80	45.831
TOTAL	305.218	74.772	10.787	2.350	393.127

*El total de consultas contiene las reportadas por el observatorio de los PIT fijos, móvil e itinerantes.

**Clicks reportados por el contratista a cargo de los 10 pedestales virtuales.

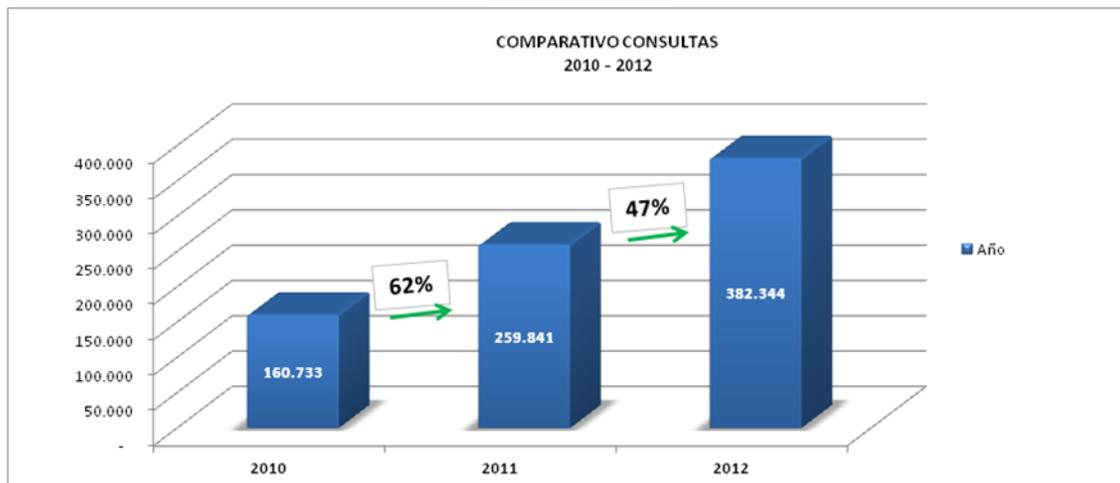
***Incluye los recorridos diarios y los temáticos.

El total obtenido a diciembre, al final del año 2012, refleja un incremento del 47% con respecto al año 2011.





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



Este incremento en las consultas y personas atendidas, está asociado a factores como:

- El aumento en los Puntos de información implementados año a año. En el año 2010 se contaba con 18 Puntos, en el 2011 con 23 y para el año 2012 con 29.
- El dinamismo y trabajo de los Informadores en cada uno de los Puntos de Información al momento de abordar a los Turistas para realizar la consulta. Así mismo, el trabajo de posicionamiento de los Puntos en los sectores en donde se encuentran ubicados.
- El material promocional impreso que se entrega a los usuarios y que permite una fácil ubicación y descripción de los atractivos y servicio turísticos de la ciudad.
- La implementación y disposición de los servicios de internet y telecomunicaciones, facilitando el acceso a la información, acercando aún más, a nuestros turistas, visitantes y residentes con la información que requieren.

A continuación se presenta el comparativo mensual de los Puntos de Información Turística, donde se aprecia de manera discriminada el total obtenido:

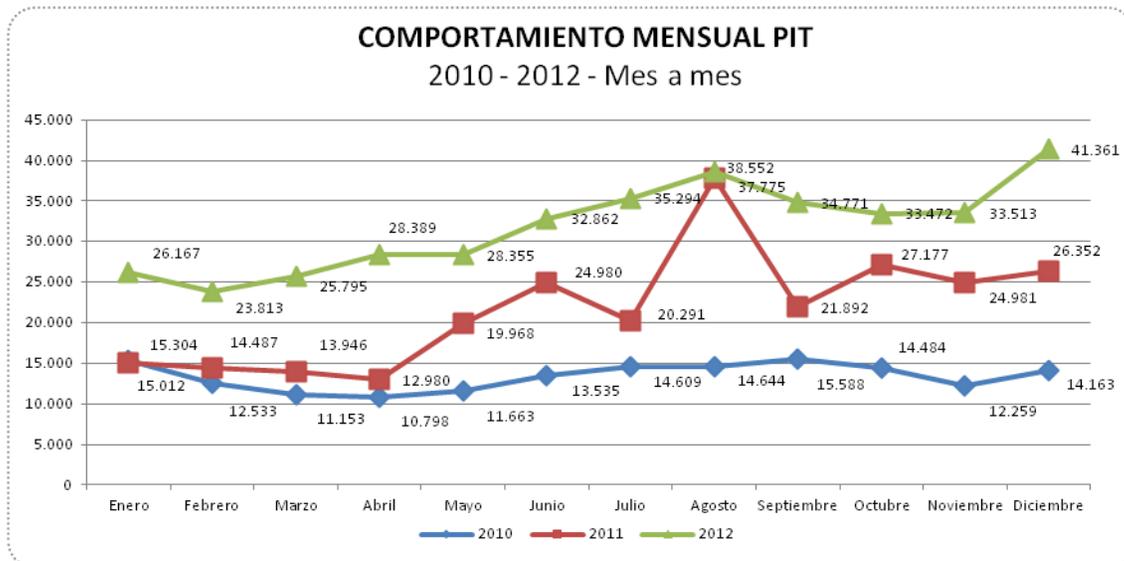
Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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



De manera general, es posible apreciar el aumento progresivo que se registra mensualmente en el proyecto y que en comparación con los años 2010 y 2012 demuestra el nivel de reconocimiento y posicionamiento que han venido ganando los puntos en el distrito capital.

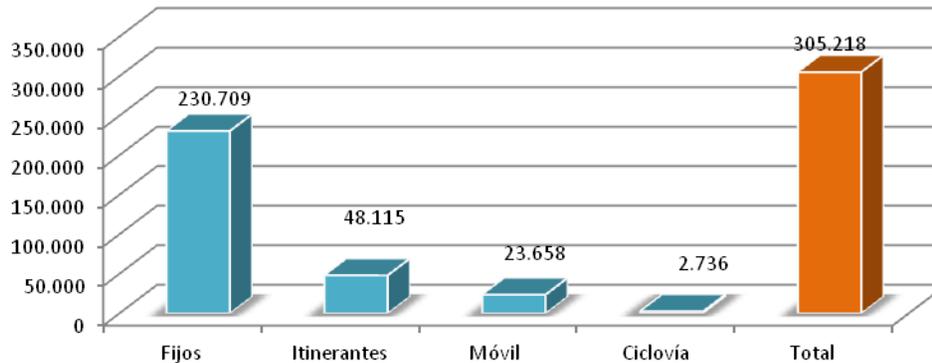
La medición de los resultados obtenidos a diciembre de 2012, proceden de las siguientes fuentes:

1. Las consultas realizadas directamente en cada uno de los puntos fijos, móvil e itinerantes.
2. Clicks reportados por los Puntos de Información Virtual
3. Los servicios de los recorridos turísticos peatonales y temáticos.
4. La atención brindada en los diferentes eventos a través del Skyline del IDT.

- **Consultas**

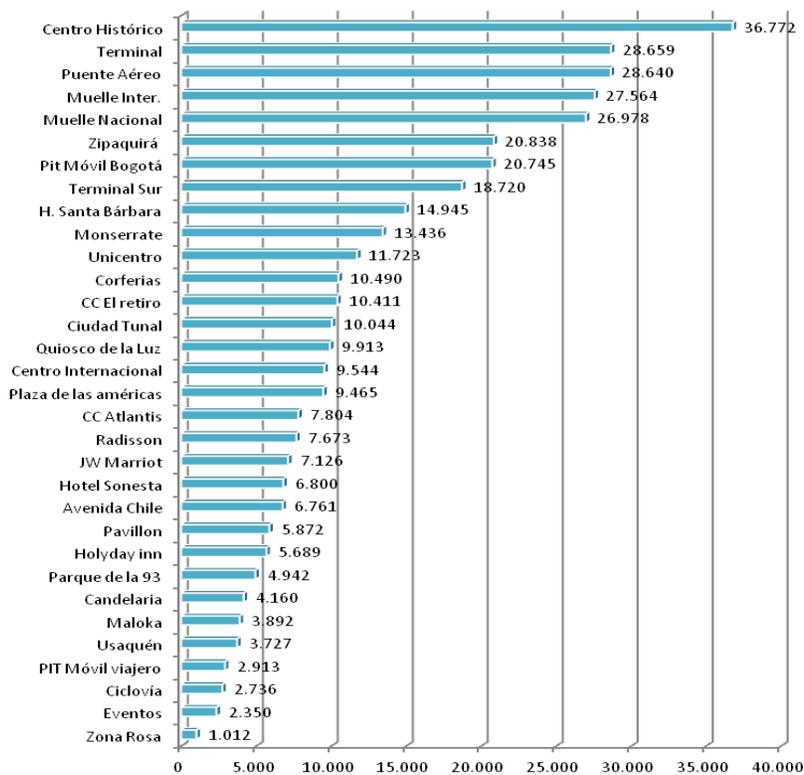
En el 2012, los Puntos de Información Turística atendieron un total de 305.218 consultas, discriminadas de la siguiente manera:

TOTAL CONSULTAS SEGUN MODALIDAD DE PIT



A continuación se presenta el total de consultas 2012, por Punto de Información:

CONSULTAS POR PIT ENE - DIC 2012



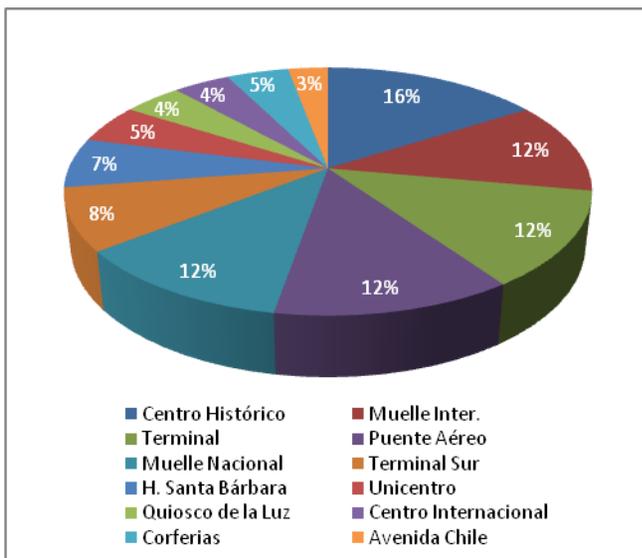
Fuente: Observatorio Turístico – 2012

Los PIT con mayor nivel de consultas son: PIT Centro Histórico y los Puntos ubicados en las terminales aéreas y terrestres, que representan el 39% del total de consultas, así mismo, se destacan el PIT Itinerante Zipaquira en sexto lugar y el PIT Móvil en séptimo lugar, estos últimos representan el 11% del total de consultas.

- **Consultas por modalidades**

- **Puntos de información Fijos**

Fijos	Consultas
Centro Histórico	36.772
Muelle Inter.	27.564
Terminal	28.659
Puente Aéreo	28.640
Muelle Nacional	26.978
Terminal Sur	18.720
H. Santa Bárbara	14.945
Unicentro	11.723
Quiosco de la Luz	9.913
Centro Internacional	9.544
Corferias	10.490
Avenida Chile	6.761
Total	230.709



Fuente: Observatorio Turístico - 2012

En la modalidad de PIT Fijos se destacan los Puntos del Centro histórico, así como, los ubicados en las terminales aéreas y terrestres, representando el 64% del total de consultas de esta modalidad, confirmando así, su importancia, por ser las puertas de entrada a la ciudad.

La apertura del punto de información de Corferias está sujeto a la programación de este recinto ferial, razón por la cual, es el único Punto que no está abierto de manera permanente.

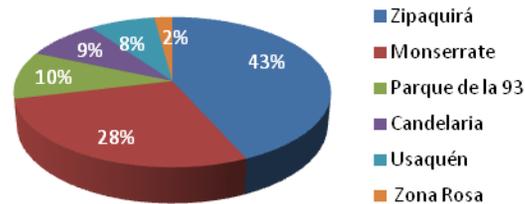
Por solicitud directa del señor Alcalde Mayor y por razones de seguridad, en el mes de marzo se realizó el traslado del Punto de información turística del Centro Histórico a la

esquina mayor, generando una disminución del orden del 15% en las consultas mensuales de este punto.

✓ Puntos de Información Itinerantes

Los informadores Turísticos Itinerantes han mantenido un importante posicionamiento en los sitios estratégicos dónde están localizados, como son Zipaquirá, Monserrate, Candelaria, Parque de los 93 y Zona Rosa, este último fue trasladado a Usaquén en el primer trimestre del año.

Itinerantes	Consultas
Zipaquirá	20.838
Monserrate	13.436
Parque de la 93	4.942
Candelaria	4.160
Usaquén	3.727
Zona Rosa	1.012
Total	48.115



Fuente: Observatorio Turístico - 2012

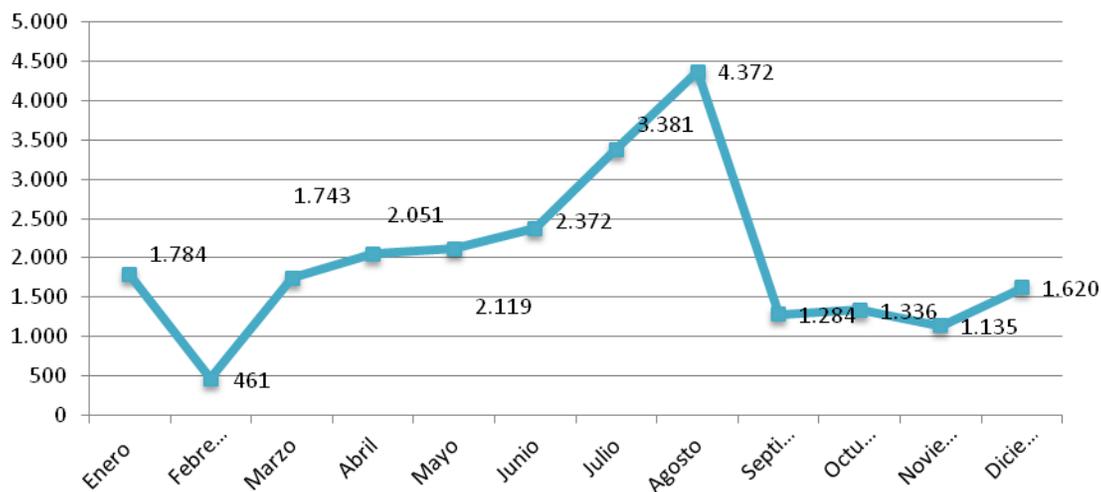
En el anterior gráfico se evidencia el comportamiento de cada uno de los lugares donde hacen presencia los Informadores Turísticos Itinerantes. Se puede verificar que los Itinerantes de Zipaquirá y Monserrate son los sitios donde se concentra el 71% de las consultas, seguido por el Parque de la 93. El Itinerante de Usaquén ocupa el quinto lugar en consultas de todo el proyecto.

Esta modalidad en especial, evidencia la innovación y creatividad como estrategia de promoción, articulada a la Información llevada directamente a cada turista, convirtiéndose en una forma de acercamiento efectiva para nuestros visitantes y logrando un excelente posicionamiento y reconocimiento en cada uno de estos atractivos.

✓ PIT Móvil

Este Punto de Información sobre ruedas, sigue llamando la atención de turistas, capitalinos, visitantes y colombianos en general en cada uno de los lugares que visita, su implementación hace alusión a la innovación y creatividad presente en el proyecto PIT desde el año 2009. En lo corrido del año este PIT atendió 23.658 consultas, ubicándose en el séptimo lugar en el cuadro de consultas general.

Consultas Mensuales PIT Movil 2012



Mes	Consultas
Enero	1.784
Febrero	461
Marzo	1.743
Abril	2.051
Mayo	2.119
Junio	2.372
Julio	3.381
Agosto	4.372
Septiembre	1.284
Octubre	1.336
Noviembre	1.135
Diciembre	1.620
Total	23.658

Fuente: Observatorio Turístico 2012

En el mes de febrero se observa una disminución en las consultas del PIT Móvil debido a las labores de mantenimiento y acondicionamiento del vehículo con la nueva imagen de ciudad, el registro de consultas de este mes, corresponde en un 90% a la participación en Anato 2012 durante los días 28 y 29 de febrero.

Durante el mes de junio nuestros servicios de información turística y promoción de Bogotá a través del PIT móvil, se hicieron presentes en las festividades de San Pedro en el Huila, específicamente en los municipios de Neiva, Pitalito y San Agustín, del 26 al 30 de junio, registrando un total de 516 consultas en 5 días.



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

En el mes de agosto se registra un total de 4.372, registrando el mayor número de consultas, gracias a la presencia del PIT Móvil durante el festival de verano, evento masivo que atrae gran cantidad de residentes y turistas nacionales a Bogotá.

En el mes de noviembre, se hizo presencia del PIT Móvil en el Encuentro Nacional de Puntos de Información Turística, llevado a cabo en la ciudad de Montería.

A continuación se relacionan los lugares donde hizo presencia el PIT Móvil con su estrategia de promoción sobre ruedas:

	EVENTO	CIUDAD
ENERO	Museo del Oro - Parque Santander	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Gran Estación	Bogotá
	Maravilla en arena	Bogotá
	Jardín Botánico	Bogotá
	Parque de la 93	Bogotá
	Zipaquira	Zipaquira
FEBRERO	Jardín Botánico	Bogotá
	Museo del oro	Bogotá
	Parque de la 93	Bogotá
	Anato	Bogotá
MARZO	Anato	Bogotá
	Guatavita	Guatavita
	Jardín Botánico	Bogotá
	Plaza de Bolívar (Festival de teatro)	Bogotá
	Plazoleta del Rosario	Bogotá
	Parque de la 93	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Parque El Tunal	Bogotá
	Parque Simón Bolívar	Bogotá
	Parque Nacional	Bogotá
	Museo del Oro - Parque Santander	Bogotá
	Gran Estación	Bogotá
	Maravilla en arena	Bogotá
ABRIL	Plaza de Bolívar (Festival de teatro)	Bogotá
	Parque El Tunal	Bogotá
	Parque Simón Bolívar	Bogotá
	Parque Nacional	Bogotá
	Museo del Oro - Parque Santander	Bogotá
	Gran Estación	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Maravilla en arena	Bogotá
	Museo nacional	Bogotá
	Parque de la 93	Bogotá



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

MAYO	Museo del Oro - Parque Santander	Bogotá
	Parque Tunal	Bogotá
	Unitec encuentro investigadores	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Gran Estación	Bogotá
	Parque Simón Bolívar	Bogotá
	Salitre Mágico	Bogotá
	Guatavita	Guatavita
	Parque de la 93	Bogotá
	Jardín Botánico	Bogotá
	Colegio Distrital Cristóbal Colón	Bogotá
	Ferias patronales de San Pacho - Britalia	Bogotá
	JUNIO	Festividades de San Pedro – Huila
San Agustín		San Agustín
Pitalito		Pitalito
Museo del Oro		Bogotá
Bulevar Niza		Bogotá
Salitre Mágico		Bogotá
Gran Estación		Bogotá
Centro comercial Hayuelos		Bogotá
Jardín Botánico		Bogotá
Parque temático Orquídeas del Tequendama		Tequendama
JULIO	Promoción departamento del Huila	Neiva, San Agustín, Pitalito
	Centro Comercial Hayuelos	Bogotá
	Centro Comercial Gran Estación	Bogotá
	Jardín Botánico	Bogotá
	Museo del Oro	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Centro Comercial Gran Estación	Bogotá
	Guatavita	Guatavita
	Plazoleta del Chorro de Quevedo	Bogotá
AGOSTO	Colegio amigos del Turismo 4 colegios	Bogotá
	Parque Metropolitano Simón Bolívar	Bogotá
	Feria de Servicio al Ciudadano	Bogotá
	Fusagasuga	Bogotá
	Centro Comercial Hayuelos	Bogotá
	Centro Comercial Gran Estación	Bogotá
	Jardín Botánico	Bogotá
	Museo del Oro	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	12 Encuentro Nacional del Transporte Turístico, Escolar y Empresarial, Centro de Convenciones de Compensar	Bogotá
	Plaza fundacional de suba	Bogotá

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

	Centro Comercial Gran Estación	Bogotá
SEPTIEMBRE	Centro Comercial Hayuelos	Bogotá
	Centro Comercial Gran Estación	Bogotá
	Jardín Botánico	Bogotá
	Museo del Oro	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Parque el Tunal	Bogotá
	Colegio Amigos del Turismo	Bogotá
	Hacienda San Rafael	Bogotá
	Maloka	Bogotá
Guatavita	Guatavita	
OCTUBRE	Museo del Oro	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Salitre Mágico	Bogotá
	Gran Estación	Bogotá
	Centro comercial Hayuelos	Bogotá
	Jardín Botánico	Bogotá
	Parque de la 93	Bogotá
	Colegio Nueva Granada	Bogotá
	Piedras del Tunjo	Facatativá
	Centro Masor	Bogotá
	Plaza de Artesanos	Bogotá
	La Candelaria	Bogotá
	Centro Comercial Santafé	Bogotá
NOVIEMBRE	Maloka	Bogotá
	Centro comercial Hayuelos	Bogotá
	Salitre Mágico	Bogotá
	Panaca Sabana	Bogotá
	Museo del Oro	Bogotá
	Bulevar Niza	Bogotá
	Gran Estación	Bogotá
	Cartagena	Cartagena
	Jardín Botánico	Bogotá
	Recorrido Cra. 15	Bogotá
	Chorro de Quevedo	Bogotá
	Mundo Aventura	Bogotá
	Parque Simón Bolívar	Bogotá
	Montería	Montería
DICIEMBRE	Maloka	Bogotá
	Jardín Botánico	Bogotá
	Centro comercial Hayuelos	Bogotá
	Parque Simón Bolívar	Bogotá
	Unicentro	Bogotá
	Usaquén	Bogotá
	Museo del Oro	Bogotá
Centro Comercial Santafé	Bogotá	

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



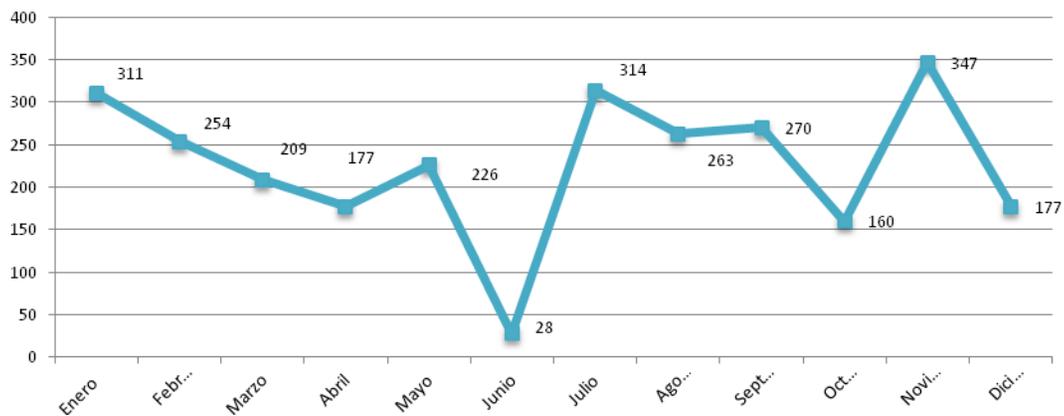
ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
DESARROLLO ECONÓMICO
Instituto Distrital de Turismo

	Panaca Sabana	Bogotá
	Plaza de Artesanos	Bogotá
	Chorro de Quevedo	Bogotá
	Parque el Tunal	Bogotá

Actualmente se encuentra en diseño un proyecto, para la financiación de este Punto a través del Fondo de Promoción Turística.

✓ PIT Ciclovía

Consultas Mensuales PIT Ciclovía
2012



Mes	Consultas
Enero	311
Febrero	254
Marzo	209
Abril	177
Mayo	226
Junio	28
Julio	314
Agosto	263
Septiembre	270
Octubre	160
Noviembre	347
Diciembre	177
Total	2.736

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



En el mes de junio es PIT presentó un descenso en el nivel de consultas asociado a los siguientes factores: en el mes de marzo, el IDRD realizó cambio de carril de la ciclovía, requiriendo una nueva ubicación del punto, afectando el nivel de consultas. Por otra parte, durante el mes de junio el PIT solo se instaló 1 vez (domingo 10 de julio) debido a procesos de contratación, que obligaron cerrar el punto afectando las consultas en un 87% con respecto al mes inmediatamente anterior. Para el mes de julio nuevamente se denota un aumento considerable, superando ampliamente los imprevistos presentados en los meses anteriores.

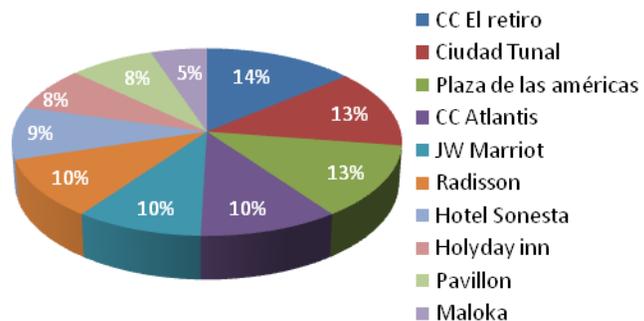
✓ Puntos de Información Virtuales

Durante el primer semestre de 2012 se implementaron 5 puntos virtuales adicionales a los 5 existentes, ampliando la cobertura y facilitando el acceso a la información turística de la ciudad, tanto a visitantes como residentes. Los nuevos puntos fueron ubicados en: centro comercial Plaza de las Américas, Centro comercial ciudad Tunal, Maloka, Centro comercial Atlantis Plaza y Hotel Sonesta.

Dentro de los accesos a internet habilitados en estos puntos, se encuentran las páginas del Instituto Distrital de Turismo y la página Colombia Travel del Fondo de Promoción Turística, facilitando el acceso a información tanto del orden distrital como nacional.

A continuación se presenta el nivel consultas (representado en Clicks) en cada uno de estos puntos:

Virtuales	Consultas
CC El retiro	10.411
CC Ciudad Tunal	10.044
CC Plaza de las Américas	9.465
CC Atlantis	7.804
JW Marriot	7.126
Radisson	7.673
Hotel Sonesta	6.800
Holyday inn	5.689
Pavillon	5.872
Maloka	3.892
Total	74.776



Fuente: Observatorio Turístico - 2012

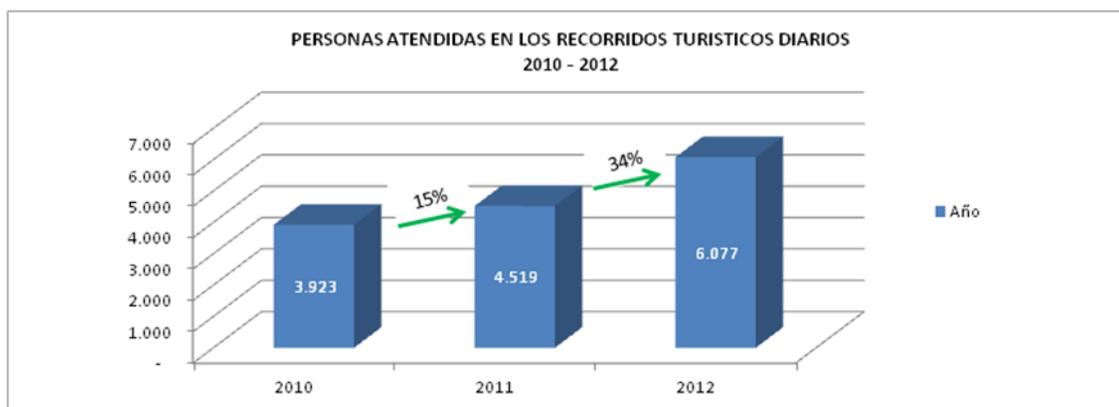
Los Puntos Virtuales mas consultados son los centros comerciales El Retiro, Ciudad Tunal y Plaza de las Américas.

Gracias a la gestión de financiación adelantada por el IDT con el Fondo de Promoción Turística, esta modalidad se encuentra financiada en un 70%, durante todo el año 2012, disminuyendo considerablemente los costos de operación de esta modalidad.

2.3.6 Recorridos Turísticos y Temáticos 2012

2.3.6.1.1.1 Recorridos peatonales por el Centro Histórico:

Los recorridos turísticos diarios por el Centro Histórico, continúan posicionándose como una de las estrategias de promoción y apropiación de la ciudad. Durante el año 2012 se atendieron 6.077 personas en 619 recorridos.



Fuente: Observatorio Turístico – 2012

La gráfica anterior muestra un incremento del 34% con relación al año 2011, lo que permite evidenciar su posicionamiento. Del total de personas atendidas 6.077, el 71% de las personas atendidas son turistas extranjeros y el 29% nacionales.

✓ Recorridos temáticos

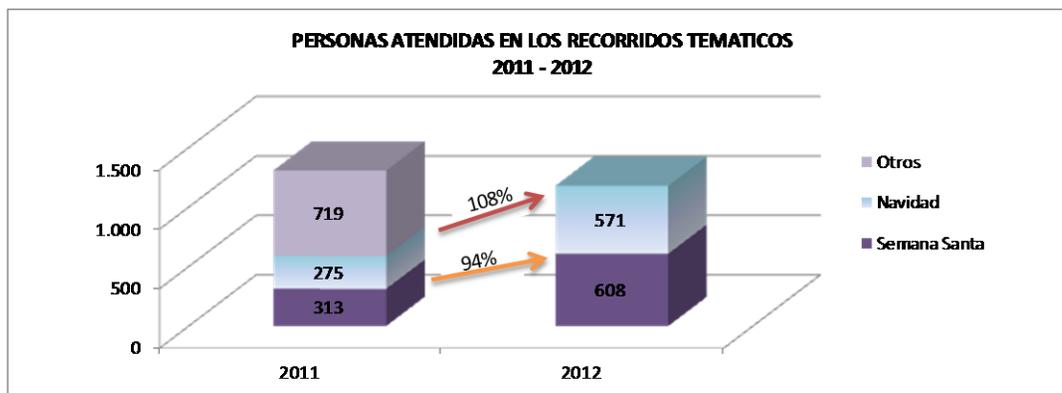
Aprovechando los diferentes eventos y temporadas de descanso y esparcimiento que ofrece la ciudad durante el año, el IDT ha diseñado recorridos especiales asociados a las temáticas de Semana Santa, y en el mes de diciembre a la Navidad.

Durante el primer semestre de 2012 se realizaron los tradicionales recorridos de Semana Santa. Del 1 al 8 de abril los turistas y residentes de la ciudad apreciaron las diferentes manifestaciones culturales y religiosas en torno a esta significativa época del año. El total de consultas durante los recorridos de semana santa fue de 608 personas.



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

En el segundo semestre de 2012 se realizaron los recorridos de Navidad. Del 10 al 30 de diciembre los turistas y residentes de la ciudad apreciaron las diferentes manifestaciones culturales en torno a esta festividad. El total de consultas durante los recorridos de navidad fue de 571 personas.



Fuente: Observatorio Turístico - 2012

Los recorridos de Semana Santa 2012 muestran un incremento del 94% con relación a la misma época del año 2011, pasando de 313 personas atendidas a 608 en el 2012.

Los recorridos de vacaciones de mitad de año y de fantasmas en octubre 2012 fueron cancelados por procesos de armonización con el nuevo Plan Distrital de Desarrollo 2012 – 2016.

Los recorridos de Navidad 2012 muestran un incremento del 108% con relación a la misma época del año 2011, pasando de 275 personas atendidas a 571 en el 2012.

Actualmente, y en articulación con la Subdirección de Destino, se celebró un convenio de asociación para el diseño y operación de los recorridos temáticos y de cultura turística, a través de las asociaciones de guías de turismo constituidas.

De esta manera, se pretende aunar esfuerzos en la realización de los recorridos, optimizar recursos, involucrar al sector de los guías de turismo, incentivando su participación en los programas que desarrolla el IDT y finalmente responder como entidad al cumplimiento de la meta asociada a los recorridos, establecida en el Plan Distrital de Desarrollo.

✓ EVENTOS

El Sky Line ha hecho presencia en diferentes eventos durante el primer semestre, logrando maximizar y llevar información del IDT y de la ciudad, en eventos de importancia donde se encuentra un público objetivo para nuestra misión.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

	EVENTO	Consultas
FEBRERO	Semana de la moda en Bogotá	233
MARZO	Feria Turística de la Candelaria - Marzo 28 al 30/12.	321
	Festival Iberoamericano de Teatro - Marzo 22 a abril 8/12	
ABRIL	Festival Iberoamericano de Teatro - Marzo 22 a abril 8/12	398
	25a Feria Internacional del Libro - FILBo, abril 18 a 1 mayo, corferias	
	Festival Iberoamericano de teatro - Hotel Tequendama	
	Festival Iberoamericano de teatro - Hotel Cosmos 100	
MAYO	Encuentro de investigadores Unitec, mayo 2 y 3	264
	Viajes Corp. Américas - Hotel Sheraton - Mayo 3 y 4	
	Consejo Street Net - de la CUT, Hotel Casa Dann Carlton - Mayo 24	
	Convención Yanbal, Mayo 29.	
JUNIO	Encuentro de molineros de Latinoamérica - Hotel Hilton -Junio 28 y 29	97
AGOSTO	Colegio amigos del turismo localidades de Candelaria, Tunjuelito, Engativá	374
	Festival de comida popular Parque Simón Bolívar	
	Pajareando Parque La Florida	
	Feria de servicio al ciudadano parque Simón Bolívar	
	Desfile de Carrozas Fusagasuga	
	Centro De Convenciones Compensar 12 Encuentro Nacional Del Transporte Turístico, Escolar y Empresarial	
	Carivana 2012 Barranquilla	
	Candelaria Despierta Centro Histórico La Candelaria	
Festival del Ambiente y la Cultura en Suba Plaza Fundacional		
SEPTIEMBRE	Colegio Manuel Elkin P.	342
	Hacienda San Rafael XI Exposición Nacional de Orquídeas	
	Corferias-Zona M.I.C Buró de Convenciones	
	PIT Celebración Día Mundial del Turismo	
	Universidad Los Libertadores Celebración Día Mundial del Turismo	
OCTUBRE	Participación Piedras del Tunjo	42
	Noche La Candelaria Despierta	
NOVIEMBRE	Colegio Amigos del Turismo Colegio el Salitre	174
	Centro Cultural Gabriel García Márquez: Evento del Buró de Convenciones	
	Participación en el V Encuentro de la Red Nacional de	

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA



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

	PIT.	
	Cumbre Cambio Climático Mundial	
DICIEMBRE	Tercer Encuentro Internacional De Seguridad Turística	80
	TOTAL	2.325

✓ **LÍNEA DE ATENCIÓN TURÍSTICA 018000 127400**

La línea gratuita sigue en funcionamiento las 24 horas del día, brindando información turística en inglés y español con cobertura nacional.

✓ **APLICATIVO APP**

Bogotá continúa a la vanguardia en Latinoamérica en materia de gestión turística y de promoción del destino, con su código BQ, a través del cual se puede acceder de manera ágil y sencilla desde dispositivos BlackBerry o Iphone a toda la información de los atractivos de la ciudad. Las descargas realizadas en 2012 fueron: 44.422 (19.274 en iOS y 25.148 en BlackBerry)

En este sentido, el Instituto Distrital de Turismo (IDT) dio a conocer una nueva versión de este aplicativo, especialmente diseñado por Terra, en alianza con Mobile Media Networks, que introdujo algunas novedades que lo hacen más atractivo para sus usuarios.

- Cuenta con 8 secciones: Gastronomía, Cultura, Compras, Diversión, Buscar, Cerca a mí y las dos nuevas de Agenda de Ciudad, con la programación de las actividades más llamativas para los turistas y Alertas Push.



- Se perfeccionó su sistema de acceso a mapas, integrado ahora al GPS del celular, haciéndolo más ágil y amigable.

- Se amplió su base de datos de establecimientos, que pasó de 427 a 1.086, con una actualización permanente de los registros existentes.

COSTOS APLICATIVO PARA BLACKBERRY

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co





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

CREACION Y ADMON POR 1 AÑO	2011 (SILVA PUBLICIDAD)	\$ 327.697.310
ACTUALIZACION	2012 (DDB CENTRAL DE MEDIOS)	\$ 17.574.000
	2012(PUBLICA)	\$ 13.000.000
	TOTAL	\$ 358.271.310

Para mayor detalle favor consulta el siguiente vínculo: (ctrl+ clic en el vínculo)

[Detalle de las descargas por país, en BlackBerry y iOS](#)

✓ MATERIAL PROMOCIONAL

✓ DESARROLLO DE MATERIAL PROMOCIONAL

Con el fin de contar con un material especializado en diferentes aspectos de la oferta de atractivos y servicios de la ciudad y, para atender las necesidades de los eventos y de la demanda turística, durante el primer semestre de 2012 el IDT elaboró el siguiente material promocional:

- a. Mapa turístico de Bogotá – edición 2012
- b. Guía turística de Bogotá – edición 2012
- c. Plegables masivos en español e inglés

Durante el segundo semestre de 2012 se avanzó en la actualización del mapa turístico en español e inglés, el contenido de un plegable institucional con la información de la nueva sede del IDT, la nueva versión del plegable turístico masivo en español e inglés y las guías turística de Bogotá y de Recomendaciones para el visitante. Estas actividades coincidieron con el proceso de evolución de la marca ciudad, proceso que no culminó este año sino que quedó en desarrollo mientras la agencia de publicidad elabora el manual de uso de la misma, la cual sería lanzada formalmente a comienzos de 2013.

Por lo anterior, siendo necesario incorporar la marca ciudad al material promocional, se decidió aplazar la impresión de las guías hasta tanto se tenga la aprobación definitiva del uso de la marca para el 2013.

✓ DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL

El IDT distribuyó material promocional a los diferentes canales y públicos de interés. En este sentido, se dotó de material a los puntos de información turística-PIT y se atendieron las solicitudes que llegaron a la entidad por parte de diferentes actores.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co





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

MATERIAL ENTREGADO MES A MES		
MES	PROGRAMADO	LOGRO
Enero	23.995	21.059
Febrero	43.851	51.021
Marzo	73.098	89.375
Abril	64.924	41.824
Mayo	61.449	36.031
Junio	61.316	45.443
Julio	17.993	41.222
Agosto	17.973	74.660
Septiembre	93.687	12.353
Octubre	84.146	116.184
Noviembre	37.032	51.617
Diciembre	56.538	47.802
TOTAL	636.000	628.591

Fuente: IDT. Cálculos Subdirección de Promoción a partir de las solicitudes atendidas.

Dado que la meta para el cuatrenio era excesivamente alta, se considera que se cumplió de manera satisfactoria en un 99%. Sin embargo no se alcanzó la meta propuesta por una mínima cantidad de piezas, debido a diferentes factores como el proceso de evolución de la marca.

El IDT distribuyó material promocional a los diferentes canales y públicos de interés. En este sentido, se dotó de material a los puntos de información turística-PIT y se atendieron las solicitudes que llegaron a la entidad por parte de diferentes actores.

El comparativo que se presenta a continuación se elabora contra el material distribuido en el año 2010, debido a que el año 2011 fue un año atípico gracias a la Copa Mundial Sub-20 de la FIFA Colombia 2011.

**Cuadro 1. Distribución de material promocional por parte del IDT
2010-2012**

Mes	2010	2012	Variación %
Enero	21.787	21.059	-3%
Febrero	31.375	51.021	39%

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



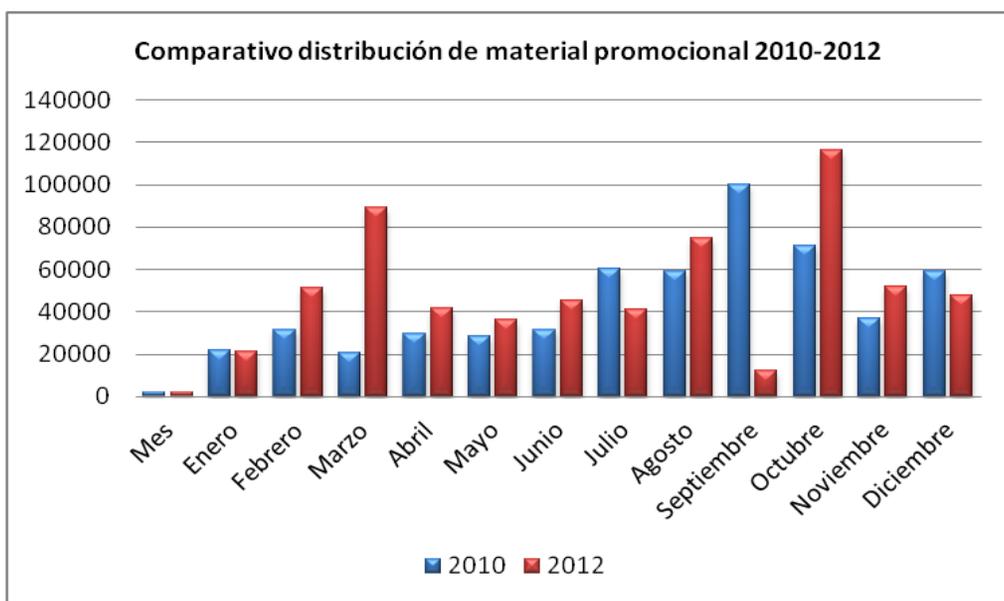
BOGOTÁ
HUMANANA



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

Mes	2010	2012	Variación %
Marzo	20.419	89.375	77%
Abril	29.363	41.824	30%
Mayo	28.648	36.031	20%
Junio	31.147	45.443	31%
Julio	60.317	41.222	-46%
Agosto	59.100	74.660	21%
Septiembre	100.225	12.353	-711%
Octubre	70.926	116.184	39%
Noviembre	37.123	51.617	28%
Diciembre	59.059	47.802	-24%
TOTAL	549.489	628.591	13%

Fuente: IDT. Cálculos Subdirección de Promoción a partir de las solicitudes atendidas.



2.4 Procesos de Apoyo

Estos procesos proveen los recursos necesarios para el desarrollo de los procesos estratégicos, misionales y de evaluación.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



2.4.1 Proceso de Gestión de información turística

Este proceso tiene como objetivo: Producir información estadística sectorial y realizar análisis de la actividad turística de la ciudad, mediante el desarrollo de investigaciones para apoyar la toma de decisiones de los diferentes actores del turismo en Bogotá.

Líder del proceso: Observatorio turístico.

Lineamiento Estratégico de la Política: Fortalecimiento Institucional, Inclusión y Desarrollo Social, Competitividad y Región Capital.

Acciones y resultados:

Se avanzó en la consolidación del Observatorio Turístico como la primera etapa de la creación del Centro de Estadísticas de Turismo, sancionado por la Política Distrital de Turismo.

Se consolidaron las siguientes investigaciones:

- Investigación de viajeros de Bogotá
- Encuesta de establecimientos de alojamiento
- Infraestructura de Alojamiento
- Directores de prestadores de servicios turísticos
- Consulta en puntos de información turística.

Estas investigaciones se planearon y ejecutaron desde el observatorio con un enfoque eminentemente técnico estadístico atravesando todos los procesos de recolección y depuración de la información hasta su publicación.

Todos los resultados y productos se han puesto a disposición de usuarios internos y externos a través de la página WEB como resultado del diseño y desarrollo del proyecto de publicaciones, que incluye desde la selección y validación de la información a publicar hasta la edición gráfica de productos finales, como también la definición de textos, distribución de temas y administración de los contenidos de la página.

Los productos publicados en la WEB son:

- Directorios de prestadores de servicios,

- Anuarios y Boletines de análisis estadístico y económico del turismo de Bogotá
- Series históricas de indicadores sectoriales
- Metodología y resultados de las investigaciones.

2.4.2 Proceso Financiero

Este proceso tiene como objetivo: administrar los recursos financieros del IDT contribuyendo a la eficiencia y eficacia en la realización de las actividades de la entidad y al cumplimiento de la misión institucional.

Líder del proceso: Subdirector de Gestión Corporativa y Control Disciplinario.

Acciones y resultados:

- La ejecución presupuestal de la Entidad en 2012 alcanzó el 98.43%. En funcionamiento, se ejecutó el 97,65% de los recursos y en inversión el 98,68%. En funcionamiento se mejoró la ejecución frente a lo registrado en 2011. En los rubros de funcionamiento, la entidad alcanzó en 2012 la más alta ejecución presupuestal en los últimos años.
- A 31 de diciembre de 2012, el Instituto constituyó reservas presupuestales por valor de \$4.233 millones. Las reservas presupuestales de funcionamiento comparadas con la vigencia 2011, disminuyeron en el 20%, al pasar la reserva de la vigencia 2011 de \$155 millones a \$124 millones para el 2012.
- Los Ingresos del Instituto Distrital de Turismo de la vigencia 2012, fueron de \$15.988 millones, de los cuales su ejecución llegó a \$10.688 millones, con un porcentaje de ingresos del 66.85%, correspondiente a tres fuentes de financiación como son: Rendimientos por operaciones financieras por valor de \$227 mil pesos, Transferencias de la Administración Distrital por valor de \$10.683 millones y Recursos de Capital por valor de \$4 millones.
- Se dio cumplimiento a los lineamientos formulados por la Resolución 357 del 23 de Julio de 2008, de la Contaduría General de la Nación, en la que se adopta el procedimiento de control interno contable y de reporte del informe anual de evaluación a la citada Entidad. Durante la vigencia 2012 la entidad mediante el Comité Técnico de Sostenibilidad Contable, implementó el plan de sostenibilidad

contable con el fin de garantizar razonablemente las cifras y depurar aquellas cifras que venían de vigencias anteriores, también se establecieron las acciones mínimas de control que deben realizar los responsables de la información financiera, económica, social y ambiental del Instituto Distrital de Turismo.

- Con enfoque de auto control y orientado con el sistema de gestión de calidad del proceso contable, se avanzó en la definición e implementación del software SSOP (sistema de soporte de procesos) de la Veeduría Distrital, con el fin de hacer uso de una herramienta que permite hacer un seguimiento al sistema de control interno contable definido por la Contaduría General de la Nación, establecer acciones de mejora continua para el proceso contable y con alcance de la ciudadanía y los entes de control. La entidad ha realizado en un archivo de Excel porque no se ha tenido acceso por las fallas presentadas en este sistema de la Veeduría.
- Durante el año 2012, el Instituto Distrital de Turismo dio oportuno cumplimiento a sus obligaciones tributarias tanto nacionales como distritales. De igual forma emitió la respectiva información financiera y exógena para los distintos entes de control.
- En el Instituto se implementó el Sistema de Información Si Capital, realizando desarrollos propios conforme las necesidades de información del Instituto Distrital de Turismo, durante el 2012 se realizó el proceso de parametrización de los módulos del sistema de información financieros y administrativos, en la actualidad se encuentran en producción los módulos de CORDIS, PREDIS, OPGET, PREDIS, PAC, SISCO, PERNO Y SAE/SAI, y el módulo de LIMAY por ser el consolidado de la información generada por los demás módulos se encuentra en proceso de revisión y ajustes para su correcta entrada a producción. Para la vigencia del 2013 se realizará un paralelo durante el primer semestre del año entre el software actual Auriga y el Si Capital, con el fin de analizar la información emitida y operar con un sistema de información totalmente integrado, que agilice las actividades de registro contable.

2.4.3 Proceso Jurídico

Este proceso tiene como objetivo: garantizar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes, en todas las actividades que se ejecuten en los procesos del Instituto Distrital de Turismo.

Líder del proceso: Asesor(a) Jurídico(a)

Acciones y resultados:

Durante la vigencia 2012 se llevaron a cabo procesos de selección del contratista mediante convocatoria pública (Licitación Pública, Selección Abreviada, Concurso de Méritos y Selección de Mínima Cuantía), tal como se detalla a continuación:

MODALIDAD DE SELECCIÓN	CANTIDAD	RESULTADO
Licitación Pública	1	1 Adjudicados,
Selección Abreviada - Subasta Inversa	3	2 Adjudicados, 1 Declarados Desiertos
Selección Abreviada – Menor Cuantía	2	2 Adjudicados
Selección Abreviada – Por declaratoria desierta de Licitación.	0	0 Adjudicado
Mínima Cuantía	17	17 Adjudicados, 0 Declarados Desiertos
Concurso de Méritos	0	0 Adjudicados.
Total Procesos	23	Declarados Desiertos: 1 Adjudicados: 27

Las declaratorias desiertas están relacionadas con la no presentación de ninguna oferta - no existencia de ningún proponente al momento del cierre o porque el o los proponentes participantes de los procesos no cumplieron con los requisitos exigidos, siendo el más común la oferta que superaba el presupuesto oficial del proceso.

Así mismo, se llevaron a cabo los siguientes procesos por modalidad de Contratación Directa Ley 1150 de 2007 y Decreto 734 de 2012, así:

CONTRATACIÓN REALIZADA	CANTIDAD
Contratación Directa Ley 1150 de 2007 y Decreto 734 de 2012	138
Total Procesos	138

2. A continuación se presenta un cuadro resumen **por tipo de contrato**, en el que se da cuenta de la contratación realizada por la Entidad a través de la gestión realizada en el proceso jurídico para el periodo 2012:

CONTRATACIÓN REALIZADA	CANTIDAD
Contratos de Prestación de Servicios Profesionales y de Apoyo a la Gestión	120
Otros Contratos de Prestación de Servicios	22
Contratos de Compraventa	8
Contratos de Arrendamiento y Alquiler	8
Contrato de Obra	0
Contrato de Mandato	0
Contratos Interadministrativos (Incluye un contrato de Interventoría)	0
Convenios Interadministrativos	6
Convenios de Asociación	7
Convenios de Cooperación Académica	0
Convenio Especial de Cooperación para el Fomento de Actividades Científicas y Tecnológicas	0
Total Contratación 2011	171

3. En el marco del Sistema de Gestión de Calidad, el proceso jurídico actualizó sus documentos, instructivos y formatos, con el fin de mejorar la gestión y de realizar los cambios pertinentes de acuerdo con las modificaciones normativas que sustentan los diferentes instructivos con que se cuenta en el proceso jurídico, y que son la base para el cumplimiento del objetivo que caracteriza al proceso.

2.4.4 Proceso de Comunicaciones

El proceso de Comunicaciones tiene dos objetivos principales: uno externo y otro interno. El primero busca posicionar al Instituto Distrital de Turismo (IDT) ante la opinión pública como fuente de información sobre el sector, y consolidar la imagen de Bogotá como destino turístico sostenible. Desde el punto de vista interno, se encamina a articular el direccionamiento de la entidad y a fortalecer el clima organizacional y la cultura de la calidad.

Para cumplir con estas finalidades el proceso implementa herramientas de comunicación destinadas a difundir la información relacionada con los proyectos, planes y programas que desarrolla el Instituto. Los contenidos de los mensajes están dirigidos a influenciar a los clientes, en particular, y a la opinión pública en general.

Líder del proceso: Asesor de Comunicaciones.

Acciones y resultados:

Como resultado de trabajo cohesionado, conjunto y de apoyo que se brinda a los procesos misionales, a lo largo del año 2012 se elaboraron alrededor de 60 comunicados de prensa formales, 43 de ellos durante el período comprendido entre la segunda quincena de septiembre y el 31 de diciembre del mismo año, correspondiente a la gestión del nuevo Asesor de Comunicaciones. Dichos boletines se transmitieron, vía correo electrónico, a todos los medios de comunicación masivos, alternativos y comunitarios, que forman parte de la base general de datos del área de Comunicaciones.

La información fue publicada en los diarios más influyentes de Bogotá y divulgada por las principales cadenas de radio y televisión. Medios extranjeros, como el Diario de Pernambuco y la revista Familia de Brasil; Equilibrio Informativo, de Venezuela, revista especializada en economía, Ausbanc, de Madrid; Reisgaag.nl, de Antillas neerlandesas, y Página 12, de Buenos Aires, hicieron publicaciones positivas de Bogotá como ciudad turística.

En septiembre, por tres días, se organizó un press trip, en alianza con Proexport, dentro del marco de la realización del 29 Festival de Cine Bogotá, que incluyó la visita de ocho periodistas extranjeros (corresponsales de Página 12, de Argentina; Variety de Estados Unidos; Cuadernos de Cine y Cartelera Turia, de España; Diario Pernambuco, de Brasil; El Universal de México, El Universal de Venezuela, y El Comercio, de Ecuador), y de cinco nacionales (La Opinión, de Cúcuta, El Heraldo, de Barranquilla; El País, de Cali; Vanguardia, de Bucaramanga, y El Universal, de Cartagena). Estos periodistas divulgaron en sus medios, extensa información sobre el Festival y enviaron su registro informativo al Instituto.

Entre la segunda quincena de septiembre y el 31 de diciembre del año se logró consolidar un monitoreo parcial de 123 informaciones aparecidas en los medios nacionales, y 13 en publicaciones internacionales. Previo a ello reposan en los archivos de la Oficina 18 recortes de informaciones de prensa, publicados entre el 1 de enero y la primera quincena de septiembre. Cabe anotar que el material de archivo no soporta informaciones divulgadas en gran parte de las emisoras de radio y noticieros de televisión ante la imposibilidad de hacer un monitoreo adecuado, servicio del que no dispone la entidad.

En televisión se cuenta con un archivo de 12 notas publicadas desde el 28 de mayo de 2012 en medios como Agenda CM&, City TV, Canal Capital, Canal Caracol, Noticiero de Concejo y Telepaís.

Comunicados de prensa

En el archivo de Comunicaciones aparecen registrados comunicados de prensa a partir de junio. Los meses previos no soportan envíos debido al proceso administrativo de cambio de dirección, como se menciona en los POA respectivos.

Títulos de los comunicados elaborados desde junio de 2012:

Junio: Entrega certificación The Code a 15 hoteles. Usme se perfila como atractivo turístico. Experiencia de Bogotá sobre señalización turística será presentada en Perú. Ciudades de Chile, Perú y Ecuador adoptarán modelo de señalización turística de Bogotá.

Julio: Ruta del Quetzal; Visita del experto Peter Tarlow. Aplicativo de ciudad; en agosto, Festiva de Comida Popular; Director atiende en PIT Móvil; Seguridad Turística en La Candelaria.

Agosto: Candelaria Despierta antes y después

Septiembre: seguridad turística Zona Rosa; seguridad turística Zona Rosa-Clausura; Día Mundial del Turismo; Bogotá popularizará turismo rural; Bogotá a un trino del mundo;

Bogotá promoverá turismo LGBT; Bogotá se cubre de orquídeas; IDT y Cajas de Compensación promoverán turismo social; Sobre 4 ejes girará turismo social; IDT convoca esfuerzos contra explotación sexual de menores; Bogotá se posiciona como primer destino turístico de Colombia; Tips publicitarios Revista Semana y 26 Aroma de Tour en Bogotá.

Octubre: IDT inspecciona y evalúa problemas de seguridad en la Zona Rosa. Distrito clausura Escuela de Seguridad Turística en la Zona Rosa. Se creará nuevo pacto de convivencia y seguridad ciudadana en Zona Rosa. Se reactiva pacto en Zona Rosa de Bogotá. Bogotá articula estrategia para promover turismo social. Y bajó el telón. Noche de descuentos y lúdica en La Candelaria. Bogotanos podrán descubrir mitos y leyendas ocultas de La Candelaria. Director del IDT celebró alianzas con mayoristas brasileños. Director del IDT condecorado por su aporte social. Distrito clausura Congreso de Seguridad Turística

Noviembre: Bogotá presenta su oferta turística en Fit América Latina. Bogotá se presentó como nuevo eje para turismo de convenciones. IDT Impulsa turismo educativo en Colegio Cristóbal Colón. Veeduría destaca labor del IDT en atención de quejas. Alcaldía Mayor abrirá sus puertas para recorridos turísticos en Navidad. IDT otorga grado de bachiller técnico en formación turística a 150 bachilleres. Bogotá se ratifica como meca del turismo de salud en Latinoamérica.

Diciembre: Comunicados enviados: IDT presenta el Tercer Encuentro Internacional de Seguridad Turística. Expertos internacionales contribuirán a mejorar percepción turística de Bogotá. Imagen de Bogotá pasa examen de expertos internacionales. Así se vive la Navidad en Bogotá. Alcaldía Mayor abrirá sus puertas para recorridos turísticos en Navidad. IDT certifica empresas turísticas comprometidas con prevención del ESCNNA. Bogotá estrena moderna y novedosa señalización turística vial y peatonal. Alcalde Gustavo Petro inaugurará imponente y moderna señalización turística peatonal. Once restaurantes reciben certificación por buenas prácticas ambientales. IDT abre primer Diplomado en Turismo para rectores y profesores. Crece frente turístico contra la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes. La mejor Navidad hecha a mano. Turismo en Bogotá da buenas señales.

Redes Sociales

En redes sociales las actividades formales de aplicación como herramienta informativa del Instituto empiezan en mayo. A 28 días de dicho mes se contaban 1.427 usuarios en Facebook y 1.919 en Twitter. A 31 de diciembre, el número de usuarios en Facebook llegó a 2.900, y el de Twitter a 4.400.

Los indicadores más importantes consolidados en Facebook durante el último trimestre del año, período que corresponde al actual Asesor de Comunicaciones, son los siguientes:

Octubre: Número de Seguidores: 300. Personas hablando de la Página de Facebook: 850. Alcance global de la página: 1798 (punto más alto: 18 de octubre). Visitantes Únicos de la página (promedio): 68 (punto más alto: 27 de octubre).

Noviembre: Número de Seguidores: 215. Personas hablando de la Página de Facebook: 1050. Alcance global de la página (promedio): 1773 (punto más alto: 26 de noviembre). Visitantes Únicos de la página (promedio): 45 (punto más alto: 29 de noviembre).

Diciembre: Número de Seguidores: 207. Personas hablando de la Página de Facebook: 955. Alcance global de la página (promedio): 1869 (punto más alto: 4 de diciembre). Visitantes Únicos de la página (promedio): 40 (punto más alto: 19 de diciembre).

Los datos consolidados durante el trimestre fueron: Número de Seguidores: 722; personas hablando de la página de Facebook (promedio de los tres meses): 952. Alcance global de la página (promedio de los tres meses): 1.813. Visitantes únicos de la página (promedio): 51.

En Twitter, el comportamiento se reflejó de la siguiente manera

Octubre: Tweets enviados: 493. Retweets y menciones: 291. Número de seguidores: 237. Se pasó de 2.390 a 2.627 seguidores, en total. Principales eventos mencionados: Festival Internacional de Cine, Concierto Amandou & Mariam, Eventos de Halloween, Noche Candelaria.

Noviembre: Tweets enviados: 453. Retweets y menciones: 222. Número de seguidores: 236. Se pasó de 2.627 a 2.863 seguidores, en total. Principales Eventos Mencionados: Embajadores Turísticos, Alianzas Idartes, eventos de Ciudad

Diciembre: Tweets enviados: 379. Retweets y menciones: 205. Número de seguidores: 237. Se pasó de 2.863 a 4.000 seguidores, en total. Principales eventos mencionados: Alumbrado Navideño, Señalización Turística, eventos de ciudad.

El gran balance de Twitter durante el trimestre se resume así: Twets enviados: 1325 tweets, incluyendo RT y menciones. El número de seguidores en Facebook aumentó en 722 y en Pinterest, se llegó a 126 followers. Los principales eventos mencionados fueron: Festival Internacional de Cine, Candelaria Despierta y las diferentes alianzas con instituciones como el TurisBog o el Instituto para las Artes (Idartes).

Pinterest fue una nueva red social en la que incursionó el Instituto durante el trimestre, muy reconocida en los medios digitales, hasta el extremo de que el acceso de la entidad generó informaciones de prensa en periódicos nacionales. El consolidado octubre-diciembre fue de 8 boards, 232 pins, 39 likes, 126 followers y 185 following.

Página Web

Un trabajo de fortalecimiento semejante en materia de promoción virtual se obtuvo con la Página Web de la entidad. Durante los primeros meses del año la página fue tomada y administrada por el Instituto y se le introdujo un cambio de estructura. Para su manejo se hizo necesario un proceso de capacitación del personal. En octubre se le mejoró su diseño para dar cabida a mayor información y más vistosidad.

Durante el periodo junio a septiembre de 2012 se recibieron 327.815 visitas. En el último trimestre del año para la Página web se registraron 263.521 visitas. Intranet, el medio de información interno del Instituto, produjo 20.632 visitas.

El comportamiento mensual del último trimestre fue:

Octubre: Visitas Intranet: 6.533. Visitas Página Web: 98.943.

Noviembre: Visitas Intranet: 9.819. Visitas Página Web: 87.329.

Diciembre: Visitas Intranet: 4.280. Visitas Página Web: 77.241.

Diseño Gráfico

Durante los primeros meses del año se realizaron trabajos de diseño gráfico de acuerdo con las solicitudes requeridas por los diferentes procesos. Después de la primera quincena de mayo se suspendió el trabajo por la terminación del contrato laboral del diseñador, y solo se retomó a partir del día 22 de agosto. La relación de actividades de diseño de piezas gráficas, tanto para actividades internas como externas, se relacionan de la siguiente manera:

Septiembre. A nivel externo se desarrollaron piezas gráficas para la Orquesta Filarmónica de Bogotá, Carvajal S.A. Conde Nast México y Latinoamérica. Revisión diaria para autorizar solicitudes desde el SAF, con un promedio de 8 autorizaciones semanales. Se retomó la publicación del InformaT con el diseño y diagramación de la edición No. 70.

A nivel interno, para el sistema de Gestión Ambiental, chaquetas para el uniforme del Observatorio Turístico del Instituto Distrital de Turismo, logos del IDT para piezas gráficas con motivo del Día Mundial del Turismo y banners para la web, entre otras piezas.

Octubre. A nivel externo, volante para recorrido de brujas y fantasmas. Afiche 'Noche Candelaria'. Flyer para 'Noche Candelaria'. Tarjetas para recorrido de Noche Candelaria. Diseño de plano de ubicación de señales para el Plan de Señalización Turística Peatonal. Franja de logos para las señales turísticas peatonales.

A nivel interno, diseño y diagramación de invitación mailing para teatro foro clima laboral. Presentación visual en power point 'Bogotá, Destino Turístico Humano y Seguro'. Retoque de imágenes para presentación en power point (Fabiola García). Corrección de información en guía turística en español e inglés.

Noviembre: A nivel externo, volante para recorrido de brujas y fantasmas, entrega de logos institucionales a Cotelco para apoyo de evento. Invitación al 3er Encuentro Internacional de Seguridad Turística. Flyer Festival Navideño Plaza de los Artesanos. Flyer Ruta de la Navidad - Iluminación de Bogotá.

A nivel interno, rediagramación de manual de uso de marca del logo del IDT. Modificación en la cartelera de Misión, Visión y Política de Calidad del IDT. Diseño y diagramación de invitación mailing para torneo de bolos. Retoque de imágenes y símbolos para publicación de Turismo Social. Modificación e inclusión de información en los mapas turísticos tanto en inglés como en español.

Diciembre. A nivel externo, diagramaciones de invitación y certificaciones de participación en la implementación de la NTS TS 004. Diseño y diagramación de portadas de libros y labels para el Manual de Cultura Turística Anfitriones de Ciudad. Diagramación de certificación de participación del proceso de Cultura Turística en convenio con Escuela Taller. Diseño y diagramación de aviso publicitario para El Tiempo y El Espectador, promocionando el evento de Señalización. Se hizo el análisis de la campaña gráfica ESCNNA, realizando una nueva propuesta gráfica.

A nivel interno, diagramación de certificados para redes de Embajadores Turísticos y Guardianes de las Zonas verdes Bogotá 2012. Tarjetas navideñas institucionales. Ajustes a rotafolio Palacio Liévano.

Reportería gráfica

En el primer trimestre del año se hizo cubrimiento fotográfico para el lanzamiento de eventos como Destino Turístico Sostenible, Programa de Digitalización de Empresas y la entrega de certificados anfitriones de ciudad. Tras el cubrimiento de algunas actividades varias en los meses siguientes, entre junio y septiembre se dinamiza la función prevista y se realiza el cubrimiento fotográfico de eventos como los recorridos de reconocimiento a las zonas rurales de Usme, Bosa y Suba, y la socialización de la temática de turismo inclusivo con los clúster de Usaquén y Candelaria.

En el último trimestre del año se realizó el cubrimiento fotográfico y en video de 31 eventos, a saber:

Octubre: 15 eventos. Candelaria Despierta; Press Trip del Festival de Cine de Bogotá. Inspección en la Zona Rosa sobre Seguridad Turística. Clausura de la Escuela de Seguridad Turística. Desayuno de trabajo con gremios (Acoltés, Acodrés y Cotelco, entre otros). Desayuno de trabajo con directores de Idartes y de la OFB. Condecoración del director en el Congreso de la República (incluye video). Recorridos turísticos en Gluggis (InformaT). Simulacro de evacuación distrital. Capacitaciones en planeación estratégica. Entrega de certificaciones para auditores internos. Presentación interna del Programa de Turismo Social en Suites Jones (incluye video). Inundación del IDT por torrencial aguacero. Socialización del cumpleaños del director. Reunión de integración por celebración del Halloween.

Noviembre: 6 eventos. 5º Encuentro Latinoamericano de Bureaus (incluye video). Graduación de bachilleres con formación turística (incluye video). 10º Seminario de Turismo de Salud. Teatro Foro de Clima Laboral (InformaT). Condecoración al director en el Colegio Manuela Beltrán (incluye video). Ganadores del concurso realizado en Redes Sociales.

Diciembre: 10 eventos. III Encuentro Internacional de Seguridad Turística (incluye video). Entrega oficial de la Señalización Turística Peatonal (incluye video). Certificación de empresas en prevención de ESCNNA. Certificación de restaurantes en prácticas ambientales. Apertura de Casa de Gobierno para recorridos navideños (incluye video). Almuerzo de despedida de año funcionarios del IDT (InformaT). Torneo de Bolos. Traslado de sede del IDT. Visita al Verjón Alto. Certificación Convenio IDT-Acodrés.

Suministro Material fotográfico

Uno de los servicios que presta el Instituto es el suministro de material fotográfico sobre Bogotá a entidades públicas o privadas o a particulares que requieran del mismo con fines de promoción o difusión. Son fotografías de alta resolución y excelente calidad que sirven para socializar los atractivos de la ciudad entre la comunidad local, nacional e internacional.

En febrero se atendió un requerimiento de Anato para utilizar imágenes de Bogotá en la difusión de su Vitrina Turística. El material fotográfico se aprovechó en las carátulas del boletín informaT en sus diferentes ediciones del año y en los contenidos de la página web de la entidad para promocionar eventos tales como el festival gastronómico, la exposición de orquídeas y volantes de promoción vía mailing. Entre julio y septiembre se atendieron solicitudes de material de diversos peticionarios.

En el periodo octubre-diciembre, se atendieron 95 solicitudes al SAF, entre requerimientos y autorizaciones, de la siguiente manera:

Octubre: (34) Revista Vogue para inclusión de fotografías en el suplemento anual de Vogue México y Latinoamérica, denominado 'Vogue Travel and Shop Guide' y solicitud Revista La Nota Económica. Usuarios autorizados realizaron un promedio de 8 descargas directas semanales.

Noviembre: (31) Revista Javeriana. Diario El Herald. Colombian Journeys. Programa Ministerio de Defensa. Multimapas. Planet IFE. Alcaldía Mayor y guía telefónica de Carvajal S.A. Además, se crearon 3 usuarios del SAF (Hotel Casa Grande, Área 52 (actual BTL del IDT) y w3z) Usuarios autorizados realizaron un promedio de 5 descargas directas semanales.

Diciembre: (30) - Manual de Cultura Turística. Se crearon 3 usuarios nuevos del SAF (Escuela Taller). Usuarios autorizados realizaron un promedio de 7 descargas directas semanales.

InformaT

Por decisión en Comité de Dirección, a comienzos del año, el boletín interno InformaT, que antes se emitía semanalmente cambió de frecuencia para ser distribuido cada quince días, con un mayor contenido y cambio en su formato. Sin embargo, solo se entregó en la primera quincena de mayo, y debió suspenderse debido a la terminación del contrato del diseñador.

A partir de septiembre, con la llegada del nuevo asesor de Comunicaciones, se trazaron nuevos cambios que incluyeron, entre otros asuntos, un nuevo rediseño, más moderno y ágil, y la variación sustancial de su contenido para hacerlo más cercano a las actividades cotidianas de los funcionarios y del Instituto. También se decidió pasar de una distribución quincenal a una mensual, atendiendo la cantidad de información suministrada en cada edición.

Desde octubre se publicaron 4 ediciones, una por mes, (71, 72, 73 y 74), divulgadas en un total de 98 páginas.

En octubre se publicaron las ediciones 71 (correspondiente a las actividades de septiembre) y 72, con 22 y 26 páginas, respectivamente. En noviembre apareció la edición 73, con 22 páginas, y en diciembre, la edición 74, con 28 páginas.

Agenda de Ciudad

El Instituto, como entidad articuladora de actividades de interés turístico, publicó en el transcurso del año una Agenda de Ciudad, en la página Web, que fue permanentemente actualizada de manera semanal. La agenda, posiblemente la más importante guía de programación cultural y turística que se publica en la ciudad, fue enviada cada mes, vía mailing, a todos los gremios, aerolíneas, hoteles, agencias de viajes, medios y demás actores del sector para su información, con la difusión de los 10 Eventos Recomendados de la semana.

2.4.5 Proceso de Talento Humano

Este proceso tiene como objetivo: gestionar el desarrollo del talento humano que realiza actividades en el Instituto Distrital de Turismo.

Líder del proceso: Subdirector de Gestión Corporativa y Control Disciplinario.

Acciones y resultados:

- Articulación de los Planes de Capacitación, Bienestar Laboral y Salud Ocupacional, garantizando la coherencia con las necesidades de la Entidad y generando puntos de control. Se adelantaron dentro del tiempo previsto las actividades del Plan de capacitación y Salud Ocupacional. Quedó pendiente una actividad del Plan de Bienestar que se realizará en el primer trimestre de 2013.
- Fortalecimiento de las actividades de bienestar, a través de las cuales se propicia el trabajo en equipo, la solidaridad, el sentido de pertenencia, comunicación asertiva y adecuado clima organizacional. En este sentido, el área adelantó un estudio de cargas laborales que permitirá solicitar el aumento de personal de planta en concordancia con la política de formalización del trabajo. De la misma forma, el estudio será base para próximos ejercicios de mejoramiento de clima laboral, que incluso tuvo un primer alcance con la realización de un Teatro Foro, con la participación de todos los empleados de la Entidad. De otra parte, Bienestar contó con acciones claves como la Jornada de integración deportiva (torneo de bolos), tardes de aeróbicos y la celebración de los acostumbrados día de cumpleaños, día de la mujer, día del amor y la amistad y almuerzo de despedida de la vigencia, entre otros. Queda para 2013 la realización de la actividad de “coaching” con los directivos.
- Para el fortalecimiento de las actividades de Capacitación se adelantaron las actividades programadas, en cuanto a los seminarios de Planeación estratégica y Gestión de Proyectos, en el que el énfasis fue la enseñanza del manejo de la aplicación informática “Microsoft management Project”, versión gratuita a prueba.
- En cuanto a Salud ocupacional, se gestionó la afiliación de todo el personal de planta y contratistas a la Administradora de Riesgos Laborales (ARL) Positiva, así como se hicieron los respectivos exámenes médicos de rutina para los de planta, ingreso y retiro, electrocardiogramas, antígeno prostático, Citologías, examen de vista, y la vacuna contra la influenza. Así mismo, se capacitó a la Brigada de Rescate, en temas afines como Primeros Auxilios, Evacuación y Control de Incendios.
- Fortalecimiento del ideario Ético y valores Institucionales con una constante sensibilización a través de los medios internos de comunicación como Intranet, el boletín Informa T y carteleras.
- Se adelantó el Proyecto de Manual de funciones unificado, de acuerdo a las nuevas directrices del Departamento Administrativo del Servicio Civil.
- Consolidación del proceso de liquidación de la nómina a través del módulo PERNO del Sistema SI-CAPITAL.

2.4.6 Proceso de Sistemas

Este proceso tiene como objetivo: definir e implementar políticas, estrategias y proyectos de tecnología de información y de comunicaciones (TIC), que permitan optimizar los procesos del Instituto Distrital de Turismo y garantizar el adecuado funcionamiento de la infraestructura tecnológica.

Líder del proceso: Asesora de Planeación y Sistemas

Lineamiento Estratégico de la Política: Fortalecimiento Institucional

Acciones y resultados:

- Con el fin de garantizar la operación de las actividades misionales y de apoyo de la entidad, se han realizado los mantenimientos preventivos y correctivos a los equipos de cómputo, de acuerdo a la programación establecida.
- Se adelantaron las acciones pertinentes para dar cumplimiento a los requerimientos tecnológicos de la entidad, logrando la compra de nuevos equipos y licencias que fortalecerán tanto el desempeño de los usuarios como la plataforma tecnológica de la entidad.
- Como respuesta al fortalecimiento del proceso de sistemas se realizó durante la vigencia 2012 la Socialización trimestral del plan de contingencia informática de la entidad.
- Se contó con el programa de mantenimiento para todos los periféricos de la entidad, garantizando la correcta prestación del servicio tecnológico.
- Dentro de la cultura organizacional se cuenta con la apropiación de los funcionarios para realizar los martes de back ups, lo que posibilita información actualizada en las cintas de seguridad, que contribuye al cumplimiento del plan de contingencia.
- Se entregaron oportunamente todos los informes requeridos por la Comisión Distrital de Sistemas y los entes de control.
- En procura de prestar cada día un mejor servicio se realizaron encuestas de satisfacción de los usuarios sobre los servicios prestados por el área, así como la identificación a priori de las necesidades tecnológicas, las cuales son validadas con los respectivos líderes de proceso.
- Se cuenta con personal que brinda soporte Técnico a usuario en manejo del hardware y software, con gran énfasis en los módulos administrativos y financieros de SI-CAPITAL.

- Se trabajo permanentemente por garantizar la continuidad del servicio a través del mantenimiento y fortalecimiento de las unidades reguladores de energía que potencializan los equipos y permiten la seguridad de los equipos de cómputo.

2.4.7 Proceso Logístico

Este proceso tiene como objetivo: garantizar la adquisición y el control de los bienes y servicios necesarios en los diferentes procesos del Instituto Distrital de Turismo.

Líder del proceso: Subdirector de Gestión Corporativa y Control Disciplinario

Lineamiento Estratégico de la Política: Fortalecimiento Institucional

Acciones y resultados:

- Suministro de bienes y servicios, de acuerdo a las necesidades de las diferentes áreas y procesos del Instituto, y en consideración del presupuesto asignado por cada rubro para la satisfacción de las mismas.
- Se atienden los requerimientos de los servidores según las solicitudes efectuadas con los tiempos de entrega establecidos.
- El avance del módulo SAE/SAI con relación a la actualización de inventarios generales de activos en el sistema y del inventario individual se ha efectuado de manera permanente efectuando la actualizaciones del caso.
- Actualmente la Implementación y control del inventario del material Promocional de la Entidad a través del módulo SAE/SAI, con el apoyo del Contratista de Almacén e Inventarios.
- Se efectuó la programación del saneamiento Ambiental de la sede y limpieza del tanque de almacenamiento de agua, con el apoyo del Ingeniero Ambientalista de Planeación y Sistemas.
- En coordinación con el área de Planeación y Sistemas se tuvieron en cuenta todas las indicaciones para la concientización del ahorro de agua luz y el manejo del reciclaje.
- Se adelantaron las gestiones pertinentes para efectuar el traslado a la Nueva Sede del Instituto Distrital de Turismo. Durante la vigencia 2012 se realizo un estudio de mercado del inmueble en la ciudad de Bogotá, para arrendar un inmueble donde la Entidad pudiera funcionar de acuerdo a sus requerimiento como fueron:

- Ampliación de Espacios para ubicación puestos de trabajo.
- Un inmueble equidistante a las demás entidades del Distrito
- Se tuvo en cuenta que el inmueble a arrendar representará beneficio en la reducción del canon mensual de arrendamiento por metro cuadrado.

Actualmente estamos funcionando en un Edificio de 6 pisos en el Park Way ubicado en la Cra 24 No. 40-66 atendiendo los requerimientos de la ARL, con espacios más amplios y acogedores para todas las dependencias del IDT.

- Mejora en la identificación y clasificación de material ubicado en el almacén del IDT, como control en los requerimientos según los tiempos estipulados.
- Actualización y seguimiento del inventario de los Puntos de información Turística, atendiendo todas las observaciones y recomendaciones efectuados por la Contraloría.
- Depuración de información de inventarios asociados al Convenio No. 173 de 2009, 126 de 2088-042 de 2010 celebrado entre el IDT y la ETB, para efectuar el registro contable en los Estados Financieros de La Entidad.

2.5 Procesos de Evaluación

Estos procesos miden y recopilan datos para el análisis de desempeño y la mejora de la eficiencia y la eficacia. Son una parte integral de los procesos gerenciales, misionales y de apoyo.

2.5.1 Proceso de Control y Seguimiento

Este proceso tiene como objetivo: realizar seguimiento, evaluación y control periódico a los procesos institucionales, mediante indicadores que midan su eficacia eficiencia y efectividad, auditorías internas, evaluación independiente al sistema de control interno, quejas, reclamos o sugerencias y gestión del riesgo con el fin de fortalecer continuamente la gestión de la Entidad.

Líder del proceso: Asesora de Control interno y Asesora de Planeación y Sistemas

Acciones y resultados:

Se desarrollo el Plan de Auditorias para la vigencia 2012, así:

- Proceso de Talento Humano.
- Procedimientos: - Procedimiento Vinculación y Desvinculación de Talento Humano. - Procedimiento de liquidación de Nómina
- Proceso de Gestión del Destino.
- Proceso de Promoción del Destino
- Auditorias de cumplimiento al Decreto 371 de 2010
- Auditorias al Sistema Integrado de Gestión

Como resultado de esta evaluación se generaron informes en los cuales se plasman las No Conformidades, hallazgos y las Acciones Correctivas y de Mejora para los diferentes procesos.

- Se concertaron Planes de Mejoramiento, a los cuales se les viene realizando el seguimiento de cumplimiento a las acciones, por parte del área de Control Interno.
- En el proceso de Administración y Gestión de Riesgos, se realizó la actualización del aplicativo para la administración del riesgo y la actualización de mapas de riesgos.
- Se evaluó el nivel de implementación del MECI y SGC, enfatizando en las acciones preventivas, correctivas y de mejoramiento desarrolladas a través de la administración de riesgos que involucra y compromete a todo el personal del Instituto al cumplimiento de sus actividades institucionales; se desarrollaron procesos de sensibilización y asimilación en el componente de Administración de Riesgos para fomentar el mayor grado de Autocontrol y Autoevaluación como instrumento de gestión.
- Se Efectuó acompañamiento y Asesoría en la aplicación del Procedimiento de Control Interno Contable, en la elaboración del Plan de Sostenibilidad Contable el cual se concibe como el marco general de acciones a ejecutar por las áreas de gestión para optimizar sus procesos y procedimientos que incluirá como mínimo, actividades, fechas de cumplimiento, prioridad, reportes, controles, áreas involucradas y los responsables del logro de las metas propuestas. (RESOLUCIÓN DDC 000001 DE 2010, "Por la cual se establecen lineamientos para garantizar la Sostenibilidad del Sistema Contable Público Distrital").
- Se coordinó y programó la rendición de cuentas con periodicidad mensual, intermedia y anual a los entes de control y otros organismos que requirieron información. Estos fueron enviados a la Contraloría Distrital, el Concejo de Bogotá, las Secretarías Distritales de Planeación y Hacienda y otras entidades, con la oportunidad y contenidos exigidos por las normas.
- La Oficina de Control Interno evaluó la Sostenibilidad y Operación del Sistema de Control Interno bajo el Modelo Estándar de Control Interno – MECI, a través de la

herramienta diseñada por la Veeduría Distrital, arrojando como resultado de sostenibilidad del MECI el 97.11%.

- El informe Anual de Control Interno se remitió a través de la página Web del Departamento Administrativo de la Función Pública- DAFP, en el vínculo aplicaciones en línea.
- También se elaboró y colgó en la página del Instituto Distrital de Turismo, www.bogotaturismo.gov.co, el informe pormenorizado del estado del Sistema de Control Interno, del último cuatrimestre de 2011, en cumplimiento a la Ley 1474 de julio 12 de 2011, Artículo 9°. Reportes del responsable de control interno, parágrafo 3°.
- Se realizó el seguimiento en la Página del Sistema Electrónico para la Contratación Pública - SECOP, Contratación a la Vista y Sistema de Vigilancia y Control SIVICOF, en cumplimiento a la Circular 014 del 07/03/2011 , Circular 09 de Agosto 4 de 2011 y el Decreto 3485 del 22 de septiembre de 2011 "Por el cual se reglamenta el Sistema Electrónico para la Contratación Pública y se dictan otras disposiciones", en el Artículo 17o. Integración y articulación del Sistema Electrónico para la Contratación Pública, la Integración y articulación del Sistema Electrónico para la Contratación Pública. El Sistema Electrónico para la Contratación Pública integrará el Registro Único Empresarial de las Cámaras de Comercio y el Diario Único de Contratación Pública. Así mismo, se articulará con el Sistema de Información para la Vigilancia de la Contratación Estatal, SICE, creado por la Ley 598 de 2000, sin que este pierda su autonomía para el ejercicio del control fiscal a la contratación pública ni el Secop su naturaleza de instrumento de gestión.
- Para el seguimiento de la programación de la inversión, se registró la información de los proyectos de inversión en el sistema PREDIS y en el modulo POAI (Plan Operativo Anual de Inversiones) del aplicativo SEGPLAN (Seguimiento al Plan de Desarrollo) correspondiente a los recursos previstos en la anualización del Plan de Desarrollo y las fuentes definidas en la estrategia financiera del plan para la vigencia 2011, garantizando que la formulación técnica de los proyectos de inversión, se ejecutó en completa coherencia con las metas planteadas y con los compromisos del Plan de Desarrollo a los cuales se encuentran asociados.
- Se registró y actualizo en el Sistema PREDIS la Información de Servicios Personales, gastos Generales y los proyectos de inversión, costos de cada uno de los componentes y de cada Meta del proyecto.
- La evaluación del Control Interno Contable se realizó mediante la aplicación de una encuesta técnica para la identificación y valoración de la eficiencia de los elementos de control del Sistema, ésta se compone de 62 preguntas las cuales se aplicaron al líder del proceso y el equipo financiero, la calificación asignada a cada una de las

etapas y otros elementos de control, asociados a las actividades del proceso contable para la vigencia de 2012, Obteniendo un resultado de 3,87 el cual corresponde al rango 3.0–4.0 (no incluye 3.0) SATISFACTORIO, en la escala establecida por la Contaduría General de Nación.

2.5.2 Proceso de Gestión Documental

Este proceso tiene como objetivo: mantener los documentos y registros de la entidad actualizados, archivados y disponibles para todos los procesos.

Líder del proceso: Subdirector de Gestión Corporativa y Control Disciplinario.
Asesor de Planeación y Sistemas.

Acciones y resultados:

- La Entidad para la vigencia de 2012, continuó con el Apoyo sobre la actualización de TRD Tablas de Retención Documental en el marco del Sistema de Gestión de calidad y el Modelo Estándar de Control Interno MECCI. Toda vez que se amplió el plazo para su entrega por parte de las entidades Distritales.
- Se continuó con la Revisión y ajustes de cada una de las Tablas de Retención Documental (TRD) de apoyo, con su caracterización y clasificación de las TRD los procesos misionales
- Se avanzó en el diagnóstico Integral de la Gestión Documental del IDT toda vez que se amplió la fecha de entrega al archivo de Bogotá con la coordinación de la Subdirección Corporativa y C.D,

En ese mismo sentido se buscó establecer, organizar y normalizar la producción de comunicaciones con calidad y a la vez disminuir tiempo y costos.

Se llevó a cabo la capacitación del personal del IDT sobre la Responsabilidad respecto de los documentos que tienen bajo su custodia en razón de su cargo y el orden archivístico de los expedientes.