

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO



INFORME DE GESTIÓN Y RESULTADOS 2018

Bogotá, D. C., enero 2019

TABLA DE CONTENIDO

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. CONTEXTO ESTRATÉGICO Y SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**
- 3. PRESUPUESTO DE GASTOS**
- 4. CUMPLIMIENTO DE METAS**
- 5. PRINCIPALES LOGROS DE LA GESTIÓN 2018**
 - 5.1 GESTIÓN DE DESTINO**
 - 5.1.1. Política Pública de Turismo
 - 5.1.2. Fortalecimiento empresarial
 - 5.1.3. Formación de líderes
 - 5.1.4. Producto Turístico
 - 5.1.5. Cultura Turística
 - 5.1.6. Gestión Local
 - 5.1.7. Intervención de atractivos turísticos
 - 5.2. GESTIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**
 - 5.2.1. Investigación “Encuesta de Viajeros en Bogotá 2017”
 - 5.2.2. Estudio “Censo de establecimientos de alojamiento y hospedaje 2018”.
 - 5.2.3. Estudio “Percepción de turistas en Bogotá 2017”
 - 5.2.4. Fortalecimiento del Sistema de Información Turística de Bogotá
 - 5.3. PROMOCIÓN DE CIUDAD**
 - 5.3.1. Red de información Turística
 - 5.3.2. Estrategia digital con nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo de Bogotá
 - 5.3.3. Actividades de promoción y posicionamiento turístico
 - 5.4. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TRANSPARENTE Y EFICIENTE**
 - 5.4.1. Direccionamiento estratégico
 - 5.4.2. Estrategia de comunicaciones
 - 5.4.3. Atención al ciudadano
 - 5.4.4. Gestión jurídica y contractual



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

- 5.4.5. Gestión del talento humano
- 5.4.6. Gestión financiera
- 5.4.7. Gestión tecnológica
- 5.4.8. Gestión documental
- 5.4.9. Gestión de bienes y servicios
- 5.4.10. Control interno disciplinario
- 5.4.11. Evaluación institucional

1. INTRODUCCIÓN

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

Con la creación del IDT empezó a reconocerse la importancia del turismo como sector jalonador de desarrollo económico y social para Bogotá, en consonancia con la apuesta del gobierno nacional para potenciar al turismo como eje de desarrollo económico en Colombia, por su contribución al empleo y como fuente de divisas, así como también como uno de los sectores de servicios más dinámicos de la economía que hace un uso intensivo de mano de obra y mantiene numerosos vínculos con otros importantes segmentos de la economía.

La apuesta estratégica de la Ciudad desde el IDT se ha concentrado en posicionar a Bogotá como un destino turístico sostenible y al sector turismo como un generador del desarrollo económico y del bienestar de la ciudad. En cumplimiento de estos objetivos, hoy Bogotá es líder en Colombia y referente en la región en materia de promoción y gestión turística gracias a un trabajo coordinado con el sector privado y otros sectores para aunar esfuerzos y mantener al turismo como alternativa de desarrollo sostenible para la ciudad y su zona de influencia, impulsando nuevos proyectos y actividades en torno a la gestión del destino y la promoción y mercadeo de la ciudad.

En 2018, Bogotá fue escogido como primer destino competitivo del país, de acuerdo con los resultados de la tercera medición del índice de Competitividad Turística Regional de Colombia – ICTRC, el cual destacó que la ciudad de Bogotá lidera el ranking, seguido de los departamentos de Bolívar y Valle del Cauca, quienes ocuparon la segunda y tercera posiciones después del Distrito Capital.

La capital de la república obtuvo una calificación final de 7,01 sobre 10, por la gestión y estrategia para posicionar a la ciudad como destino turístico y el buen nivel de infraestructura de soporte para el turismo que tiene el sector en la economía del Distrito. La oferta de productos culturales y la estrategia de mercadeo han permitido mantener una importante presencia en los diferentes canales, tanto tradicionales como virtuales, contar con apoyo técnico para el diseño de sus productos turísticos y participar en ferias especializadas de turismo, tanto a nivel nacional como internacional.

Los resultados del Índice Competitividad Turística Regional de Colombia – ICTRC, destacaron que la industria turística de Colombia ha experimentado un crecimiento importante en los últimos años gracias al trabajo en conjunto que se ha realizado entre el sector público y privado, mejorando la imagen a nivel internacional y que sumado al desarrollo de la infraestructura y el manejo económico, han puesto a Colombia en la mira del turismo internacional, hecho que se ve reflejado en el aumento de llegada de turistas.

En Bogotá, de acuerdo con los resultados de la encuesta de viajeros realizada por el Observatorio de Turismo de Bogotá, el incremento en el número de turistas que visitaron la ciudad fue del 24,4%, con un 5,4 en la cantidad de turistas internacionales y 28,5% en turistas nacionales como lo muestra la siguiente gráfica:



ORIGEN TURISTAS INTERNACIONALES



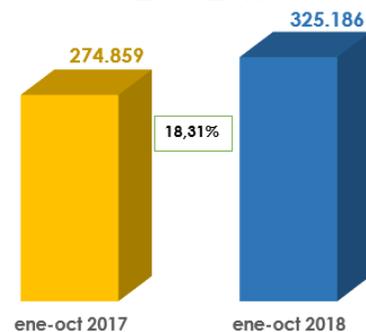
ORIGEN TURISTAS NACIONALES



Fuente: Investigación encuesta de viajeros a corte enero – septiembre 2018

Igualmente, se destaca que el turismo es una herramienta muy importante para la generación de empleo e ingresos en las poblaciones vinculadas con las múltiples actividades que hacen parte de la cadena de valor de la industria del turismo. En el último periodo de medición, enero-octubre, Bogotá presentó una variación del 18,18% en la generación de empleo, con un incremento 50.327 empleos en el sector turismo.

Generación de empleo - variación enero-octubre 2017-2018



Fuente: Observatorio de Turismo
Estudio de empleo en el sector Turismo
corte enero – octubre 2018

El respaldo de los gobiernos nacional y distrital han permitido la creación de una infraestructura acorde con las exigencias del mercado, buscando mejorar las condiciones de competitividad del sector impulsando proyectos atractivos para el mercado internacional y fortaleciendo productos como el avistamiento de aves, el senderismo en nuestros cerros orientales, el turismo en bicicleta, recorridos por diferentes rutas de la ciudad y la región, además de la apuesta al turismo como un factor de desarrollo económico, que fortalece y promociona la agenda cultural, la oferta gastronómica, el disfrute de la naturaleza y muchas otras actividades que hacen de Bogotá un destino imperdible para turistas.

Bajo esta perspectiva, se espera que Bogotá siga creciendo en el sector del turismo, pues cuenta con todas las condiciones para hacerlo.

ANDRÉS CALDERÓN GUZMÁN
Director General (e)

2. CONTEXTO ESTRATÉGICO Y SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN

El IDT formuló su plataforma estratégica planteando los retos institucionales que contribuirán a hacer de Bogotá el primer destino sostenible y accesible de la región, en armonía con los objetivos y estrategias formuladas en el Plan de Desarrollo 2016-2020 "Bogotá mejor para todos":

Misión

Liderar la ejecución de políticas, planes y proyectos orientados a promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico a través del mejoramiento de sus recursos, su infraestructura soporte y el diseño de productos innovadores que contribuyan al desarrollo económico, confianza y felicidad de sus ciudadanos y visitantes.

Visión "MEGA"

En 2026 el Instituto Distrital de Turismo será la entidad líder e innovadora en gestión eficiente del sector turístico y promoción de ciudad para hacer de Bogotá el primer destino sostenible y accesible de la región.

Valores Institucionales

- *Justicia*
- *Honestidad*
- *Equidad*
- *Probidad*
- *Respeto*
- *Responsabilidad*
- *Solidaridad*
- *Trabajo en equipo*
- *Servicio*
- *Transparencia*
- *Disciplina*

Objetivos estratégicos y del Sistema Integrado de Gestión



MAPA DE PROCESOS

El Instituto Distrital de Turismo, desarrolla su misión y objetivos a través de catorce (14) procesos que permiten ejecutar de manera articulada y eficiente sus funciones, en búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los clientes y el logro de los objetivos y metas institucionales (2 procesos estratégicos, 3 procesos misionales, 8 procesos de apoyo y 1 proceso de evaluación).

El siguiente esquema muestra el mapa que integra los procesos y su interacción dentro del Sistema Integrado de Gestión - SIG:



3. PRESUPUESTO DE GASTOS

En la vigencia fiscal 2018, el Instituto Distrital de Turismo contó con un presupuesto de gastos de veinte mil doscientos sesenta y un millones seiscientos treinta mil pesos (\$20.271.630.000) distribuido 35% para gastos de funcionamiento y 65% para gastos de inversión. A 31 de diciembre, la ejecución del presupuesto de gastos fue del 97,67% y los giros del 86,97% como se detalla en el cuadro por agregado presupuestal que se muestra a continuación:

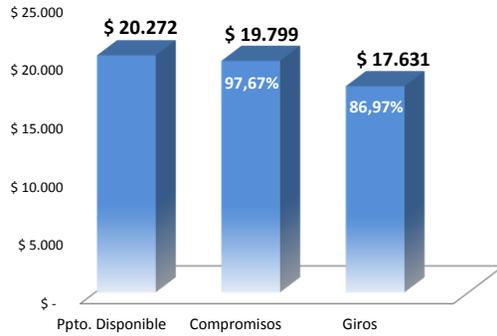
| Rubro | Apropiación Disponible | Ejecución | % Ejec. | Giros | % Giros |
|--|--------------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|---------------|
| GASTOS | \$ 20.271.630.000 | \$ 19.798.843.563 | 97,67% | \$17.630.578.350 | 86,97% |
| Gastos de Funcionamiento | \$ 7.090.197.000 | \$ 6.703.338.748 | 94,54% | \$6.570.132.773 | 92,67% |
| Servicios personales | \$ 5.657.897.000 | \$ 5.367.576.760 | 94,87% | \$5.367.576.760 | 94,87% |
| Gastos generales | \$ 1.432.300.000 | \$ 1.335.761.988 | 93,26% | \$1.202.556.013 | 83,96% |
| Gastos de Inversión | \$13.181.433.000 | \$ 13.095.504.815 | 99,35% | \$ 11.060.445.577 | 83,91% |
| <i>Inversión Directa</i> | <i>\$ 13.105.202.480</i> | <i>\$ 13.019.274.295</i> | <i>99,34%</i> | <i>\$ 10.984.215.057</i> | <i>83,82%</i> |
| Proyecto 0988 “Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos” | \$ 5.632.232.392 | \$ 5.631.291.305 | 99,98% | \$ 4.741.594.324 | 84,19% |
| Proyecto 1036 “Bogotá destino turístico competitivo y sostenible” | \$ 4.079.234.088 | \$ 4.057.578.110 | 99,47% | \$ 3.159.056.723 | 77,44% |
| Proyecto 1038 “Fortalecimiento institucional del IDT” | \$ 3.393.736.000 | \$ 3.330.404.880 | 98,13% | \$ 3.083.564.010 | 90,86% |
| <i>Pasivos Exigibles</i> | <i>\$ 76.230.520</i> | <i>\$ 76.230.520</i> | <i>100%</i> | <i>\$ 76.230.520</i> | <i>100%</i> |

La ejecución de gastos de funcionamiento presentó un porcentaje del 94,54% a nivel de compromisos, y del 92,67% a nivel de giros. Por su parte, el presupuesto de gastos de inversión presentó un alto nivel de ejecución llegando al 99,35% y los giros a un 83,91%.

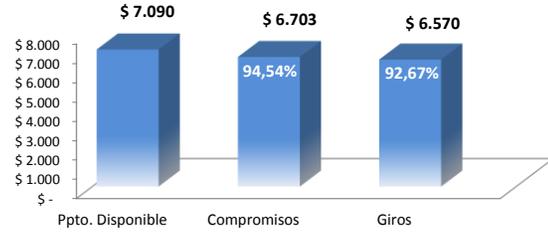
A continuación, se presenta gráficamente el comportamiento en la ejecución presupuestal de la Entidad:



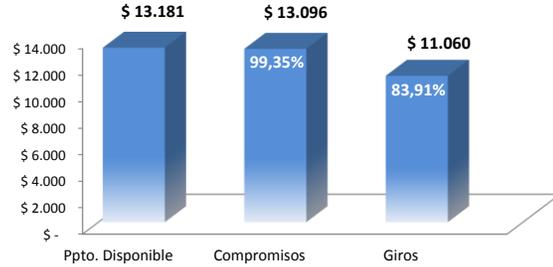
TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS 2018



GASTOS DE FUNCIONAMIENTO



GASTOS DE INVERSIÓN



4. CUMPLIMIENTO DE METAS

En cumplimiento de lo establecido en el Plan de Desarrollo 2016-2020 “Bogotá mejor para todos”, el Instituto Distrital de Turismo-IDT trabaja para en el cumplimiento de 7 metas Plan, contribuyendo al logro de 2 programas: El programa 37. “Consolidar el turismo como factor de desarrollo, confianza y felicidad para Bogotá Región” enmarcado en el eje transversal “Desarrollo económico basado en el conocimiento”; y el programa 42. “Transparencia, gestión pública y servicio a la ciudadanía” enmarcado en el eje transversal “Gobierno legítimo, fortalecimiento local y eficiencia”.

De acuerdo con lo señalado en el programa 37, el IDT ejecuta los proyectos de inversión 1036. “Bogotá destino turístico competitivo y sostenible” y 0988. “Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos”, como una apuesta por el turismo a favor del crecimiento económico y el desarrollo sostenible, a través del fortalecimiento de la cadena de valor del sector, la innovación en la red de información, la recuperación de atractivos turísticos, la promoción y el mercadeo estratégicos de ciudad, para posicionar a Bogotá como un destino reconocido en los mercados nacionales e internacionales frente a otros destinos turísticos del país y ciudades del mundo, contribuyendo a elevar la confianza, el sentido de pertenencia, la calidad de vida y la felicidad de residentes y visitantes.

Igualmente, en el marco del programa 42 se ejecuta el proyecto de inversión 1038 “Fortalecimiento institucional del IDT”, contribuyendo al logro de los objetivos y metas establecidas en este programa que se busca establecer un modelo de gobierno abierto para la ciudad, el cual consolide una administración pública de calidad, eficaz, eficiente, colaborativa y transparente, que esté orientada a la maximización del valor público, a la promoción de la participación incidente, al logro de los objetivos misionales y el uso intensivo de las TIC.

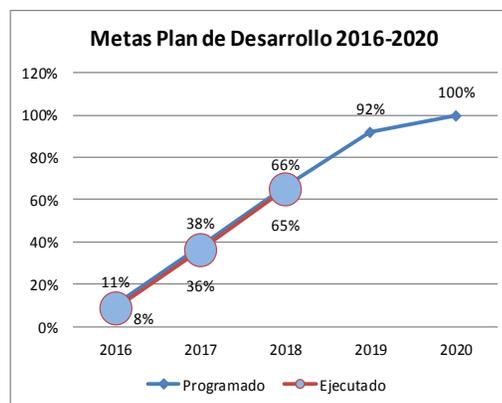
En este contexto, el Instituto Distrital de Turismo ejecuta su inversión acorde con la siguiente estructura en el Plan de Desarrollo Distrital:

| Eje Transversal | Programa PDD | Proyecto de Inversión IDT | Proyecto estratégico PDD | Meta Plan De Desarrollo |
|---|---|---|--|---|
| 5. Desarrollo económico basado en el conocimiento | 37. Consolidar el turismo como factor de desarrollo, confianza y felicidad para Bogotá Región | 1036. Bogotá destino turístico competitivo y sostenible | 173. Bogotá recupera sus atractivos para un mejor turismo | Intervenir 5 atractivos turísticos (entre ellos: centro histórico, Monserrate y cerros orientales) |
| | | | 175. Fortalecimiento de los productos turísticos y de la cadena de valor del turismo de Bogotá | Fortalecer 200 empresas, prestadores de servicios turísticos y complementarios Vincular 500 personas a procesos de formación |

| Eje Transversal | Programa PDD | Proyecto de Inversión IDT | Proyecto estratégico PDD | Meta Plan De Desarrollo |
|--|---|---|---|--|
| | | | | Realizar 4 investigaciones del sector turismo de Bogotá |
| | | 988. Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos | 174. Fortalecimiento de la red distrital de información turística | Atender 900.000 personas a través de la red de información turística |
| | | | 176. Posicionamiento de Bogotá como destino turístico | Participar y/o realizar 250 actividades de promoción y posicionamiento turístico |
| 7. Gobierno legítimo, fortalecimiento local y eficiencia | 42. Transparencia, gestión pública y servicio a la ciudadanía | 1038. Fortalecimiento institucional del IDT | 185. Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente | Implementar y mantener el 80% del Sistema Integrado de Gestión en el IDT |

Al cierre de la vigencia 2018, la ejecución acumulada de las metas Plan de Desarrollo mostraron un cumplimiento promedio acumulado del 65% frente a las metas formuladas para el periodo del Plan 2016-2020, con un punto porcentual por debajo de la programación inicial. De acuerdo con lo programado, se espera que al término del periodo de gobierno de la presente administración, esto es 2019, las metas formuladas en el Plan de Desarrollo estén cumplidas en un 92% y que al cierre del Plan de Desarrollo, esto es mayo de 2020, las metas se cumplan en un 100% como se muestra en el cuadro y gráfica siguiente:

| META PLAN DE DESARROLLO | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------------------|-------------|-------------|
| | % Ejec Acumulada | % Prog 2019 | % Prog 2020 |
| 275. Cinco (5) atractivos turísticos intervenidos | 60% | 100% | 100% |
| 277. Fortalecer doscientas (200) empresas, prestadores de servicios | 58% | 94% | 100% |
| 278. Quinientas (500) personas vinculadas a procesos de formación | 52% | 92% | 100% |
| 279. Realizar cuatro (4) investigaciones del sector turismo de Bogotá | 50% | 75% | 100% |
| 274. Novecientas mil (900.000) personas atendidas a través de la red de información turística | 59% | 86% | 100% |
| 276. Participar y/o realizar doscientas cincuenta (250) actividades de promoción y posicionamiento turístico | 90% | 98% | 100% |
| 282. Implementar y mantener el 80% del Sistema Integrado de Gestión en el IDT | 88% | 100% | 100% |
| Promedio Acumulado | 65% | 92% | 100% |



Los tres proyectos de inversión acumulan diez y ocho (18) metas proyecto, las cuales en la vigencia 2018 se cumplieron en promedio en un 97% respecto a lo programado para 2018. El proyecto 1036 presentó un 94% de cumplimiento acumulado en la ejecución física de las metas frente a las magnitudes programadas para el 2018, debido a una baja ejecución en tres de las once metas asociadas a este proyecto: 1)Fortalecer 50 empresas del sector turístico a través de procesos de acompañamiento en calidad, innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social, 2)Formar 500 líderes del sector, a través de procesos de formación en liderazgo, gestión del desarrollo turístico, bilingüismo, entre otros, y 3)Mantener 100% el sistema de señalización e infraestructura Turística instalado en la ciudad de Bogotá. Las dos primeras, presentaron un cumplimiento del 76% y 50% respectivamente, debido a que están relacionadas con procesos de formación que requirieron más tiempo de lo esperado en la etapa de planeación y contratación, y durante su ejecución se requería la constante participación de las personas involucradas en los procesos de aprendizaje para lograr las competencias esperadas, sin embargo, pese a que semanalmente se gestionó las sesiones de trabajo programadas, la participación no fue la esperada; la tercera meta asociada al mantenimiento del sistema de señalización, presentó un cumplimiento del 72% en razón a un retraso en el cumplimiento de las actividades planeadas para el mantenimiento de la señalización por cuanto se presentó la necesidad de realizar una evaluación de la cantidad de señales turísticas instaladas en el Centro Histórico y el Centro Internacional que requerían mantenimiento correctivo como resultado de acciones de vandalismo presentadas en estos sectores. En este sentido, las labores de mantenimiento correctivo que no se cumplieron según lo programado para 2018 y serán realizadas en el primer trimestre del año 2019.

Por su parte el proyecto 0988 presentó un 107% de cumplimiento promedio acumulado en la ejecución física de las metas frente a las magnitudes programadas para el 2018 y en el proyecto 1038 cumplió al 100% las metas programadas.

En la tabla siguiente se detallan las metas asociadas a cada uno de los proyectos de inversión, con su correspondiente programación, ejecución y porcentaje de cumplimiento para el año 2018:

| PROYECTO DE INVERSIÓN IDT | PROYECTO ESTRATÉGICO PLAN DE DESARROLLO | METAS PROYECTO | Tipo de Meta | PROGRAMACIÓN INVERSIÓN 2018 | | |
|--|--|--|--------------|-----------------------------|------------------|----------------|
| | | | | Progamado | Ejec. 31/12/2018 | % Cumplimiento |
| 1036 - Bogotá destino turístico competitivo y sostenible | 173. Bogotá recupera sus atractivos para un mejor turismo | Intervenir 5 atractivos turísticos de naturaleza y urbanos | Suma | 2 | 2.0 | 100% |
| | | Mantener 100% el sistema de señalización e infraestructura Turística instalado en la ciudad de Bogotá. | Constante | 100% | 72% | 72% |
| | | Implementar 100 % el sistema de señalización turística de Bogotá. | Creciente | 50% | 50% | 100% |
| | 175. Fortalecimiento de los productos turísticos y de la cadena de valor del turismo de Bogotá | Fortalecer y mantener 5 productos turísticos de Bogotá | Creciente | 3 | 3 | 100% |
| | | Fortalecer 200 empresas del sector turístico a través de procesos de acompañamiento en calidad, innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social | Suma | 50 | 38 | 76% |
| | | Formar 500 líderes del sector, a través de procesos de formación en liderazgo, gestión del desarrollo turístico, bilingüismo, entre otros | Suma | 200 | 100 | 50% |
| | | Capacitar 20.000 prestadores de servicios turísticos y conexos, en cultura turística | Suma | 4,630 | 6,173 | 133% |
| | | Acompañar 6 localidades en la implementación de actividades y procesos de fortalecimiento turístico | Creciente | 4 | 4 | 100% |
| | | Realizar 4 investigaciones del sector turismo de Bogotá | Suma | 1 | 1 | 100% |
| | | Realizar 8 estudios de caracterización de oferta turística de Bogotá y/o del comportamiento de la demanda turística en la ciudad. | Suma | 2 | 2 | 100% |
| Fortalecer 100% el Sistema de Información Turística de Bogotá | Creciente | 70% | 70% | 100% | | |
| PROMEDIO EJECUCIÓN METAS PROYECTO DE INVERSIÓN 1036 | | | | | | 94% |
| 988 Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos | 174. Fortalecimiento de la red distrital de información turística | Atender 900.000 personas a través de la red de información turística | Suma | 212,334 | 207,880 | 98% |
| | | Participar y/o realizar 250 actividades de promoción y posicionamiento turístico | Suma | 73 | 92 | 126% |
| | 176. Posicionamiento de Bogotá como destino turístico | Diseñar e implementar 100% una estrategia con herramientas digitales y de nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo de Bogotá | Creciente | 69% | 67% | 97% |
| PROMEDIO EJECUCIÓN METAS PROYECTO DE INVERSIÓN 0988 | | | | | | 107% |
| 1038 Fortalecimiento Institucional del IDT | 185. Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente | Atender 100% las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad | Constante | 100% | 100% | 100% |
| | | Implementar y mantener 80% el sistema integrado de gestión de la entidad | Creciente | 70% | 70% | 100% |
| | | Atender 100% las necesidades de adecuación y mantenimiento de la infraestructura física y operativa del IDT | Constante | 100% | 100% | 100% |
| | | Atender 100% las necesidades de infraestructura tecnológica del IDT | Constante | 100% | 100% | 100% |
| PROMEDIO EJECUCIÓN METAS PROYECTO DE INVERSIÓN 1038 | | | | | | 100% |
| TOTAL IDT | | | | | | 97% |

Como resultado de la gestión y en cumplimiento de las metas y proyectos de inversión, se presenta a continuación los resultados obtenidos durante el año 2018.

5. PRINCIPALES LOGROS DE LA GESTIÓN 2018

5.1. GESTIÓN DE DESTINO

Desde el Instituto Distrital de Turismo se impulsa el desarrollo de la ciudad como destino turístico atractivo, en condiciones de productividad y sostenibilidad, en procura de mejorar las condiciones de competitividad turística de la ciudad para hacer de Bogotá una mejor ciudad para vivir y visitar. En este sentido, durante 2018 logramos para Bogotá la implementación de los siguientes planes y programas:

5.1.1. Política Pública de Turismo

Convocados por el IDT, se reunieron actores clave del turismo de Bogotá, como representantes del comercio, proveedores, operadores turísticos, asociaciones, gremios, y residentes; para discutir y analizar las problemáticas y proponer alternativas de cambio que beneficien al sector y así, reconocer la realidad de cada zona de la ciudad, para trabajar en conjunto y garantizar una respuesta efectiva a las dinámicas actuales de la capital. Producto de este trabajo, se definieron los nuevos Lineamientos de la Política de Turismo del Distrito, que replanteó la Política Distrital de Turismo adoptada mediante el Decreto 327 en el año 2008; para ajustarlo a las condiciones del mercado actuales, dar un respaldo institucional a la evolución del sector y brindar las mejores garantías a las personas que visitan la ciudad.

En 2018 se logró su adopción como documento CONPES y fue sancionado el Acuerdo No. 720 “Por el cual se adoptan los lineamientos para la Política Distrital de Turismo y se dictan otras disposiciones”.

5.1.2. Fortalecimiento empresarial

Con el fin de fortalecer las capacidades empresariales de los prestadores de servicios turísticos de Bogotá, en 2018 se realizó la convocatoria que tuvo como resultado 59 empresas prestadoras de servicios turísticos inscritas, de las cuales 41 corresponden a agencias de Viajes, 13 a establecimientos de alojamiento y hospedaje, 2 de Transporte Especial Terrestre, 2 OPC y 1 Colectivo.

El proceso de fortalecimiento empresarial se desarrolló en 3 fases: (fase 1) segmentación de mercados y propuesta de valor, (fase 2) ventas y marketing digital y (fase 3) E-Commerce. Entre los meses de septiembre y octubre de 2018 se llevó a cabo la fase de segmentación de mercados y propuesta de valor, y las primeras sesiones de la fase de ventas y marketing digital. Durante los meses de noviembre y diciembre se finalizó la fase ventas y marketing digital y se ejecutó la última fase de E-Commerce a la cual llegaron 38 empresas, las cuales pasan a un proceso de

asesorías personalizadas para implementar lo emprendido y mejorar sus condiciones de productividad y competitividad.

Igualmente, durante el año 2018, en el marco de la formalización y la sostenibilidad turística se adelantó un proceso de acompañamiento para el cumplimiento de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible, NTS-TS a través de sensibilizaciones y asesorías personalizadas a 80 prestadores de servicios turísticos, entregando las herramientas que permitieron en algunos casos la formalización empresarial y en la mayoría la adopción de buenas prácticas sostenibles e innovadoras.

Estas asesorías incluyen requisitos ambientales, socioculturales y económicos tales como protección de la biodiversidad, gestión adecuada de agua, energía, residuos sólidos y peligrosos, emisión de gases efecto invernadero, sustancias agotadoras de la capa de ozono, productos químicos, manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual, apoyo a programas ambientales, prevención y manejo de riesgos sociales (ESCNNA), apoyo a comunidades locales, satisfacción de la comunidad local, reconocimiento, apropiación y promoción del patrimonio cultural local tangible e intangible, promoción de atractivos turísticos culturales, gestión de proveedores sostenibles, promoción de productos y servicios sostenibles, generación de empleo local en condiciones justas y equitativas, capacitación a los empleados y a la comunidad local y satisfacción del cliente, entre otros.

5.1.3 Formación de líderes

Con el propósito de consolidar proyectos e iniciativas productivas en torno a la cadena de valor del turismo en Bogotá, se llevó a cabo dos grandes procesos de formación con un sistema de módulos presenciales y virtuales dirigidos a líderes del sector. En el primer semestre de 2018, se llevó a cabo el Diplomado de Formación de Líderes con el apoyo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en el que se desarrollaron 4 módulos: 1)liderazgo y proyecto de vida, 2)teoría turística, 3)normatividad turística y 4)emprendimiento y formulación de proyectos. El diplomado finalizó con un evento de graduación para 100 líderes quienes presentaron sus proyectos turísticos entre los que se seleccionaron los mejores para recibir acompañamiento por parte del IDT, en la presentación a la Ruta de Emprendimiento de la Secretaria de Desarrollo Económico.

En el segundo semestre, con el apoyo de la misma universidad, se llevó a cabo una nueva convocatoria para participar en el proceso de formación de líderes del sector, en el marco de la cual se entrevistó y seleccionó 154 líderes que han participado en el proceso en tres sedes de la Universidad Minuto de Dios localizadas en Engativá, Usaquén y Ciudad Bolívar. Dentro de los líderes beneficiados se encuentran guías de turismo, operadores turísticos, propietarios de establecimientos de alojamiento, organizadores profesionales de eventos, estudiantes y profesionales en turismo, entre otros.

El diseño curricular de los cuatro módulos a desarrollar en el segundo semestre consta de:

Módulo I – Liderazgo: Liderazgo situacional del turismo, comunicación asertiva del turismo, proyecto de vida, y liderazgo en innovación turística.

Módulo II – Conceptos básicos de turismo: Conceptos básicos de turismo, turismo y agenda 2030 de la OMT, prestadores de servicios turísticos, legislación turística, modelo espacial de turismo, seguridad y desarrollo turístico, y cultura turística de Bogotá.

Módulo III – Innovación: Tecnología de innovación de turismo, productos turísticos de innovación a través de la historia, productos turísticos innovadores a través del ecoturismo, bicitravesías, turismo rural comunitario y aventura, y productos innovadores en el turismo de negocios y de eventos.

Módulo IV – Emprendimientos turísticos: Identificación y descripción del proyecto, recursos necesarios para el proyecto, presupuesto y plan financiero turístico, administración del proyecto y sustentación final de proyectos.

En el mes de octubre se realizó el evento de apertura, en el que se llevó a cabo la presentación de los nuevos lineamientos de la Política Distrital de Turismo. El módulo I se desarrolló en el mes de octubre, el módulo II entre noviembre y diciembre, el módulo III se inició en el mes de diciembre, y se llevaron a cabo dos sesiones del módulo IV en octubre y noviembre. Durante enero y febrero de 2019 se culminarán los módulos III y IV, y en el mes de marzo se realizará el evento de cierre con la presentación de los proyectos desarrollados por los líderes del sector y la entrega de certificados.

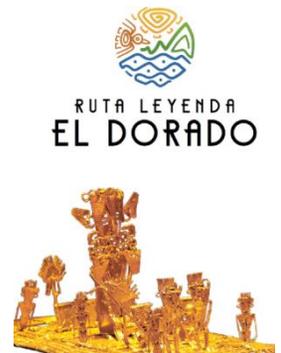
Por otra parte, en el marco de un Convenio Interadministrativo suscrito entre el SENA y el Sector de Desarrollo Económico, entre enero y septiembre de 2018 se desarrollaron cursos de manipulación de alimentos, comunicación asertiva, manejo de información turística regional, curso de mantenimiento y manipulación de bicicletas, y primeros auxilios, con los cuales se beneficiaron 122 personas pertenecientes a la cadena de valor del turismo.

5.1.4. Producto Turístico

1) Turismo Cultural

Ruta Leyenda El Dorado

En 2017 el IDT trabajó en la estructuración de La Ruta Leyenda El Dorado, como una apuesta para el turismo regional. Este producto turístico fue construido con la participación del Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca-IDECUT, la Fundación



Universitaria Cafam, la Gobernación de Boyacá, la Región Administrativa y de Planeación Especial (RAPE) Región Central y el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá - IDT, con el fin de crear una nueva propuesta turística bajo la colaboración y articulación público privada para impulsar el turismo en la región.

La Ruta Leyenda El Dorado recoge la oferta más emblemática de la cultura y naturaleza de estos territorios, con proyección a los mercados nacional e internacional. Para ello se adelantaron talleres participativos con cabildos y comunidades indígenas y con expertos de la cultura Muisca, con el fin de validar la fundamentación de la investigación del proyecto; también se llevaron a cabo viajes de familiarización con operadores turísticos en Bogotá y los departamentos de Cundinamarca y Boyacá. Se desarrolló el diseño de la imagen de la ruta, el plan de señalización, el plan de mercadeo y comercialización y el diseño de la página WEB, así como la evaluación de la oferta de atractivos y servicios turísticos de los territorios, planteando una resignificación de los mismos a partir de la concepción y cosmogonía de la cultura Muisca, lo cual permite descubrir nuevas oportunidades para integrar los esfuerzos regionales en turismo, así como desarrollar experiencias turísticas vivenciales e innovadoras para los turistas.

En el 2018, dando continuidad al proyecto, se realizaron recorridos de reconocimiento por atractivos turísticos de Bogotá y la región con agencias de viajes que venden producto cultural, y socializaciones del producto turístico a prestadores, operadores y entidades del orden municipal en los municipios de Tausa, Sutatausa, Tópaga, Tunja, Guasca, Nemocón, Zipaquirá y Tocancipá.

Adicionalmente, se adelantaron las gestiones que se relacionan a continuación, orientadas a obtener financiación por el Sistema General de Regalías para la fase III del proyecto:

1. Construcción del documento técnico, presupuesto y plan operativo para el desarrollo de la señalización en los 72 atractivos de la ruta y un plan de medios como estrategia de divulgación internacional de la ruta.
2. Solicitud a los 32 municipios que hacen parte de la ruta, con el objeto de recibir la autorización de instalación de las señales en los atractivos identificados.
3. Solicitud de aprobaciones ante las entidades del orden nacional como el ICANH y el Ministerio de Cultura para autorización de instalación de señales en bienes de interés patrimonial y arqueológico.
4. Revisión de las fichas de cada una de las señales en cuanto a ubicación de la señal, contenidos e imagen.

Producto artesanal

Trabajamos en el fortalecimiento y mantenimiento del producto turístico artesanal a través de un convenio suscrito entre la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico, Artesanías de Colombia y el Instituto Distrital de Turismo, mediante el cual se aunaron esfuerzos administrativos, técnicos y financieros, para brindar asistencia técnica a través procesos de capacitación a la medida y asesorías para el mejoramiento de productos a través de los cuales se beneficiaron 280 artesanos en 2018 y se llevaron a cabo vitrinas y ferias artesanales dirigidas a establecimientos de alojamiento, restaurantes y Plaza de Artesanos con la exhibición de productos elaborados por los artesanos. Finalmente, en diciembre se facilitó la participación de un grupo representativo de artesanos con productos de alta calidad en Expoartesanías, a través de un Stand del IDT dispuesto para promover a Bogotá Turística Artesanal.

2) Turismo Gastronómico

En el año 2018 el Instituto Distrital de Turismo ha avanzado con el desarrollo del producto gastronómico fortaleciendo la participación de las plazas de mercado distritales en eventos y actividades de integración con la cadena de valor turístico; por tal motivo se apoyó la participación del IPES y sus plazas de mercado en la Vitrina Turística de Anato. De igual manera se hizo un levantamiento fotográfico de las Plazas de Mercado Samper Mendoza, La Perseverancia y 7 de Agosto como atractivo turístico y se brindó acompañamiento y gestión de recorridos de grupos internacionales y producción de videos con influenciadores para el posicionamiento de la Plaza de Mercado de La Perseverancia como el lugar para tomar Ajiaco Santaferense.



Una de las acciones más significativas del producto turístico gastronómico se plasma en el concurso del “Día del ajiaco santaferense” que busca fortalecer y posicionar el Ajiaco Santaferense como producto turístico. En 2018 se realizó la V

versión del concurso, iniciando con un proceso previo de eliminatorias entre 63 equipos inscritos en las categorías Tradición, Sabana, Aficionados y Academia. La final del concurso se llevó a cabo el 17 de octubre día en el cual un jurado de expertos seleccionó los

ganadores. El 21 de octubre de 2018, se realizó la celebración el Día del Ajiaco Santaferense en la plazoleta del Chorro de Quevedo, con una muestra comercial, cultural y gastronómica a la que se sumó la premiación de los ganadores del concurso en cada una de las categorías; paralelamente 46 restaurantes de la ciudad ofrecieron ese día en su menú, Ajiaco Santaferense.

Como parte del apoyo a zonas gastronómicas emergentes de Bogotá, durante el año 2018 se convocó y participó en mesas de trabajo para la articulación de acciones estratégicas interinstitucionales que permitieran el desarrollo económico local orientado a la oferta de productos y servicios gastronómicos en el territorio enmarcado en el Pacto “Me la juego por la 72”, y las Zonas G, C, La Macarena y Zona Rosa. En estas mesas de trabajo se realizó el levantamiento de información respecto de la oferta, experiencias gastronómicas del lugar, convocatoria a participar en eventos comerciales para encontrar proveedores locales y apoyo de eventos con actividades culturales. El IDT apoyó la realización de eventos gastronómicos locales como “El Macarenazo” y “Teusaquillo lo tiene todo”.

Como evento gastronómico de ciudad, el IDT apoyó el evento tradicional en el centro histórico, “Sabor Candelaria” y realizó el acompañamiento para la planificación del evento “Mestizaje” liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica – Acodrés, que se llevará a cabo en el año 2019.

Igualmente se avanzó en la identificación, validación y fortalecimiento del producto turístico gastronómico, a través de acciones como: reconocimiento al cabildo indígena de Bosa para conocer la huerta local y la carta de comida tradicional, visitas técnicas con empresarios del sector a la zona rural de las localidades de Usme, Ciudad Bolívar y Chapinero, vinculados como proveedores de insumos y oferentes de servicios gastronómicos para los asistentes de la Ruta en Bici Biométrópolis y para promover el consumo de frutas, se realizó la jornada de capacitación “Frutas y sus preparaciones en la mesa bogotana”.

Adicionalmente se realizó el Foro Conversatorio de Cocina Ancestral Muisca, que incluyó una muestra gastronómica con productos hechos a base de maíz, quinua y plantas ancestrales en el marco de la Ruta Leyenda El Dorado, el cual contó con la participación de ponentes investigadores de universidades como Los Libertadores, Área Andina, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Escuela Taller, Academia Colombiana de Gastronomía, el Cabildo Indígena Muisca de Bosa y municipios que hacen parte de la ruta.

3) Turismo Urbano

Bicitravesías

El programa de Bicitravesías es una iniciativa de la Alcaldía de Bogotá que se ejecuta a través de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, el Instituto Distrital de Recreación y Deporte y el Instituto Distrital de Turismo, con el fin de posicionar a Bogotá como la capital mundial de ciclismo, aprovechando los más de 500 km en ciclorrutas que tiene la ciudad, su programa de ciclovía y el aprovechamiento de las rutas de montaña de los municipios cercanos a Bogotá.



En 2018 se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Diseño y puesta en marcha del portal web www.bicitravesiasbogota.gov.co, que contiene 43 rutas de montaña descargables, la oferta de prestadores de servicios turísticos, promoción de eventos en bici, bicirrecorridos urbanos dirigidos por el IDT y eventos privados.
- Vinculación de emprendedores al programa de fortalecimiento a operadores turísticos especializados en bicicleta, a través del cual se beneficiaron 52 operadores formalizados y en proceso de formalización.
- Eventos de promoción y validación: 4 socializaciones del programa, 2 talleres de diseño de paquetes turísticos, 18 salidas de validación de rutas 1 rueda de negocios y 1 show room, todo esto con el objeto de fortalecer a los empresarios de la bici vinculados en el programa.
- Se realizaron 3 grandes bicitravesías abiertas al público en general por medio de la página web en las rutas Chingaza, Biométrópolis Cerros Orientales y Embalse de Tominé.

Biciturismo

Con el fin de promover la consolidación de Bogotá como la capital mundial de la bici, y por desarrollar un turismo sostenible y amigable con el medio ambiente, en 2018 se avanzó en una propuesta de biciturismo para convertir el turismo urbano en bicicleta como un nuevo atractivo de ciudad, donde los visitantes se sientan atraídos y puedan disfrutar del espacio público mediante recorridos programados o paseos recreativos.



En este sentido, el Instituto Distrital de Turismo adelantó una estrategia para posicionar el turismo urbano a través de la bicicleta implementando 4 bicirrecorridos urbanos en articulación

con el Instituto Distrital de Recreación y Deporte, la Escuela de Cadetes José María Córdoba, la Policía Nacional y la Secretaría Distrital de Movilidad; para que residentes y turistas puedan conocer el patrimonio cultural y ambiental de la ciudad. Estos bicirrecorridos son:

Parque Virrey - Parque La Florida: Este recorrido atraviesa la ciudad de oriente a occidente por medio de una cicloruta y un parque lineal. De los atractivos a visitar están el humedal Tibabuyes y el humedal Jaboque, dos de los más grandes que tiene Bogotá. Esta experiencia está diseñada para que los participantes puedan conocer la estructura ecológica de la ciudad y su desarrollo urbano.



Ciclovía Turística: Este bicirrecorrido es una experiencia para vivir la ciclovía bogotana recorriendo algunos de sus más importantes atractivos culturales. La ciclovía es uno importante programa de recreación a nivel mundial siendo la ciclovía más antigua y extensa del mundo. Por esto tiene un gran potencial turístico y el recorrido está diseñado para que los hoteles puedan ofrecer a sus huéspedes una oferta innovadora los fines de semana.

Bicirrecorrido a Distrito Graffiti: Este recorrido es una iniciativa para visibilizar el arte urbano de la ciudad usando la bicicleta para tener una experiencia única. Sale del IDT rumbo hacia la localidad de Puente Aranda pasando por la Universidad Nacional. Los asistentes pueden conocer una buena infraestructura para la bicicleta y disfrutar de las obras de arte de diferentes artistas dedicados al graffiti.

Bicirrecorrido literario: Este bicirrecorrido resalta el patrimonio literario y cultural de la ciudad. Se pedalea por las localidades de Chapinero y Teusaquillo visitando librerías, la Plaza de Lourdes y termina en la Biblioteca Virgilio Barco. Es una experiencia para ver la ciudad por medio de la literatura, la arquitectura y la historia. El recorrido está diseñado para que el sector turístico vea el potencial de las librerías y las bibliotecas como una oferta para turistas que buscan experiencias innovadoras en la ciudad.

Para la promoción de los recorridos se utilizan diversas estrategias como la difusión por redes sociales, visitas a hoteles y alianzas con grupos de los programas del IDT de cultura turística.

En lo transcurrido del año 2018 se llevaron a cabo 69 recorridos con la participación de 1172 (111 turistas, 770 residentes, y 291 beneficiarios del programa Cultura Turística entre los que se encuentran universidades, hoteles, operadores y agencias).

Adicionalmente se realizaron 13 ciclopaseos con la participación de turistas latinoamericanos y 6 recorridos especiales a Distrito Graffiti involucrando estudiantes de Instituciones Educativas Distritales, SENA, Unigermana, y CUN, para un total de 226 personas atendidas.

Turismo Nocturno

Durante los meses de octubre a noviembre de 2018, se apoyó el desarrollo del evento EXPOBAR 2018, importante feria de la Industria Nocturna en Colombia que reúne un espacio académico, cultural, político y comercial del entretenimiento nocturno y actividades económicas afines. Este año el evento se llevó a cabo en Sutton Bar, con la participación de invitados nacionales e internacionales, de marcas y proveedores de la industria, autoridades, dirigentes, empresarios, propietarios, músicos, DJs, artistas y bartenders. En el marco de EXPOBAR 2018 se desarrolló una agenda académica con panelistas internacionales como el International Nightlife Congress, el Gerente General del Cavalli Club de Dubai, Yolanda Perdomo, experta en Turismo Nocturno, entre otros. Para el evento se realizaron visitas técnicas al lugar para la ubicación de la marca “Bogotá 2600 metros más cerca de las estrellas” y se apoyó la presencia de invitados internacionales, así como el diseño y realización del material gráfico, la organización de reuniones de la articulación interinstitucional, apoyo logístico, banners y coordinación de presencia institucional en el evento.

4) Turismo de naturaleza

En el año 2018 el IDT emprendió una estrategia de acercamiento con entidades distritales, organizaciones especializadas y con operadores turísticos de naturaleza con el propósito de definir la oferta y la demanda para el producto de Aviturismo en Bogotá y la región. Algunas de las actividades realizadas en el marco de dicha estrategia fueron:



- Salidas de reconocimiento para la evaluación de los humedales Jaboque, Santa María del Lago, Córdoba, Juan Amarillo, El Tunjo, la Casa Quinta de Bolívar y el Jardín Botánico de Bogotá, identificados como escenarios con potencial para aviturismo, en compañía de la Secretaría Distrital de Ambiente y el Jardín Botánico de Bogotá, y con el apoyo técnico de la Asociación Bogotana de Ornitología y la National Audubon Society.
- Salidas de valoración turística en bicicleta en la ruta Parque El Virrey - Humedal Juan Amarillo - Parque La Florida, a través de las cuales se desarrolló un diagnóstico integral con

contenidos de seguridad, accesibilidad, dinámicas locales, servicios turísticos asociados y valoración de los atractivos turísticos; se identifica un gran potencial de aviturismo en el primer tramo correspondiente al corredor Chicó - Parque El Virrey. A partir del segundo semestre del año, esta ruta se viene operando en bicicleta por el IDT y con el apoyo de otras entidades, los fines de semana cada 15 días.

- Salidas de validación turística con operadores mediante las cuales se realizó observación de aves con guías profesionales especializados en aviturismo, para el reconocimiento de fauna y flora con contenidos de educación ambiental, la difusión de buenas prácticas para la actividad de aviturismo, recomendaciones y protocolos para la operación turística por parte de los administradores de cada escenario natural, así como retos y oportunidades del aviturismo para Bogotá. Durante el año se realizaron 4 salidas de validación con la asistencia de 84 operadores de servicios turísticos, en los humedales Córdoba, Santa María del Lago y Jaboque, el corredor ecológico Parque El Chicó y Parque El Virrey, el Parque Regional La Florida, el Jardín Botánico de Bogotá y la Isla del Parque Metropolitano del Parque Simón Bolívar.
- Para la promoción del aviturismo en Bogotá, se apoyó el “Global Big Day” (el evento más grande de conteo de aves en el mundo) a través del diseño y difusión de piezas comunicativas. Adicionalmente, se avanzó en un trabajo articulado con Audubon, organización encargada de ejecutar el proyecto del Mincit “Ruta Aviturismo Andes Orientales”, en la definición de acciones institucionales que aporten la estrategia nacional para identificar y estructurar el producto de la ruta, apoyar la conservación de las aves y sus hábitat, y por último, fortalecer la capacidad de los guías de naturaleza, organizaciones comunitarias y operadores turísticos locales para la prestación de servicios de aviturismo de alta calidad, para Bogotá. Para lo anterior, se realizó una presentación del proyecto a 60 operadores de naturaleza y al sector turístico vinculado al aviturismo en Bogotá, quienes en un taller identificaron 94 lugares para realizar esta actividad. Posterior a esto, los consultores priorizaron los lugares que cuentan con condiciones mínimas para la actividad.

Por otra parte, se realizaron esfuerzos en relación con el cumplimiento de la sentencia sobre manejo de Cerros Orientales de Bogotá proferida por el Consejo de Estado en el año 2005, y de la Resolución 1766 de 2016 “Mediante la cual se adopta el Plan de Manejo de la Reserva Forestal Protectora Bosque Oriental de Bogotá”.

En este sentido, se adelantaron las gestiones pertinentes para la suscripción del Convenio 210 de 2018 con la Empresa de Acueducto de Bogotá – EAB, la Secretaría Distrital de Ambiente – SDA y Aguas de Bogotá - AB, que tiene por objeto “Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y

financieros para la habilitación, planificación, intervención, adecuación y mantenimiento integral en senderos ubicados en cerros orientales y franja de adecuación en el Distrito Capital”. En el marco de dicho convenio, se desarrollará el Plan ecoturístico y de gestión socio ambiental, mantenimiento de los senderos, dotación de infraestructura básica y señalización turística y mantenimiento de las quebradas del Rio San Francisco, así como el plan y diagnóstico social.

Igualmente se menciona la gestión para la organización de un recorrido de reconocimiento turístico en barrios aledaños a la Quebrada Las Delicias, por la “Ruta de la Paz” de Chapinero, con la participación de trabajadores del Hotel La Ópera, quienes realizaron la donación y la siembra de 30 árboles en la zona de ronda de la quebrada.

Finalmente, teniendo en cuenta la oferta de biciturismo diseñada para la vereda el Verjón en zona rural de Chapinero, se priorizó el apoyo al fortalecimiento de los recursos turísticos de la zona como alternativa económica para las comunidades. De esta manera, se adelantaron visitas técnicas, armonizaciones de proyectos y procesos de desarrollo económico con la Secretaría de Integración Social y la Secretaría de Desarrollo Económico, con quienes se gestionó la participación de la comunidad del Verjón, en la convocatoria al proyecto pecuario apícola para la zona rural de Bogotá. Se realizaron charlas de producción apícola y se instalaron 16 colmenas, en este proceso que se espera sea replicado en la vereda.

Finalmente, se gestionó un proceso para la elaboración de una guía de aves de Bogotá, que se constituirá como un insumo de gran importancia para la consolidación de este producto turístico en los escenarios de naturaleza de la ciudad.

5.1.5. Cultura Turística

A través del programa de Cultura Turística, se realizaron jornadas de capacitación que, en muchos casos, incluyen recorridos de apropiación por la ciudad y pretenden que los ciudadanos conozcan la importancia del turismo para la economía de la ciudad, cómo ser anfitrión de ciudad, los atractivos turísticos asociados a la oferta cultural, patrimonial gastronómica, urbana y de naturaleza de Bogotá, y se sientan corresponsables de la prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes ESCNNA así como de la accesibilidad y seguridad turística de la ciudad. En 2018 se capacitaron 6.173 personas en diferentes segmentos de la población así:

- ✓ - 2416 jóvenes sensibilizados en cultura turística y apropiación de ciudad
- ✓ - 792 miembros de la comunidad sensibilizados en cultura turística y apropiación de ciudad
- ✓ - 120 adultos mayores sensibilizados en cultura turística y apropiación de ciudad

- ✓ - 828 empresarios y servidores de empresas del sector turístico sensibilizados en cultura turística y apropiación de ciudad
- ✓ - 578 servidores de empresas turísticas sensibilizados en prevención de ESCNNA
- ✓ - 1123 Taxistas sensibilizados en relaciones humanas, cultura turística, e inglés básico
- ✓ - 316 miembros de la ciudadanía en general sensibilizados en turismo accesible

El objetivo de las capacitaciones en Cultura Turística es contribuir en la consolidación de Bogotá como destino turístico sostenible, a través del conocimiento de la ciudad por parte de sus residentes. Generar apropiación de los atractivos turísticos de la ciudad y su gran potencial como ciudad anfitriona; la actualización de conocimientos orientados de modo prioritario a personas que entran en contacto usual con el turista (residentes) y los principios del código ético mundial del turismo de la Organización Mundial del Turismo. Estas capacitaciones se ofrecen a prestadores de servicios turísticos de la ciudad y a los grupos de residentes que realicen actividades u oficios que guardan relación de contacto directo con los visitantes y turistas a la ciudad, por ubicación en un lugar específico o por el servicio que presta, sin que esto signifique que esté limitado para los demás grupos poblacionales. Los temas ofrecidos en la misma son:

1. Concepto de turismo y de la cadena de valor
2. Bogotá turística y protección de destino: respeto al destino
3. Reconocimiento del destino Bogotá.

Se realizaron jornadas de sensibilización para informar sobre las dificultades que enfrentan las personas con problemas de accesibilidad, para acceder a las instalaciones, productos y servicios turísticos, así como las buenas prácticas que pueden desarrollarse en este ámbito. Las jornadas están diseñadas para que cada uno de los asistentes sepa lo que es vivir en primera persona una experiencia en relación a alguna discapacidad física, mental y/o sensorial a través de las actividades propuestas en las mismas (talleres prácticos y videos testimoniales). Este ejercicio se realizó con empleados de algunos hoteles de la ciudad.

Por su parte, las capacitaciones a conductores de taxi se realizaron semanalmente y están dirigidas a los conductores de las diferentes empresas legalizadas que funcionan en la ciudad de Bogotá. Los temas ofrecidos en las mismas son: Relaciones Humanas, Turismo en Bogotá e Inglés básico. Estos temas se hacen teniendo en cuenta el Acuerdo 645 de 2016 en el que se establecen la obligatoriedad de las mismas y los temas en que deben ser capacitados.

Respecto a prevención de ESCNNA, se dictaron capacitaciones en los siguientes temas: Concepto de la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes. Actores de la

Explotación Sexual: Víctimas-Victimarios; modalidades de la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes; impacto de la explotación sexual comercial en las víctimas niñas, niños y adolescentes: Afectaciones de la ESCNNA en el desarrollo de la persona NNA; marco normativo Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes; compromisos del sector turismo en la prevención de la ESCNNA y protocolos y rutas de atención.

Así mismo, el 6 y 7 de junio del 2018 el Instituto Distrital de Turismo participó en la Primera Cumbre Internacional para la Protección de la Niñez y la Adolescencia, realizada en el Centro de Convenciones Ágora, con la participación de 450 delegados de 138 países. La cumbre tuvo como objetivo de hacer un gran pacto mundial por la generación de mejores entornos protectores para la niñez y la adolescencia en el contexto de los viajes y el turismo.

Con el programa “Colegios Amigos del Turismo”, se logró atender 34 Colegios a través de una estrategia de acompañamiento continuo en la incorporación de los contenidos turísticos generales en la malla curricular, asesoría y sensibilización de la comunidad educativa y capacitación en cultura turística para los estudiantes y docentes de los colegios vinculados y en el mes de octubre se realizó el IX Encuentro Distrital de Colegios Amigos del Turismo – CAT, contando con la participación de 90 directivos y docentes de las IED vinculadas al programa y 350 alumnos pertenecientes al programa.

Finalmente, se resalta que en 2018 logramos el diseño e impresión de la cartilla de cultura turística, como instrumento para potenciar el proceso de apropiación de la ciudad de Bogotá como destino turístico sostenible y competitivo de una manera práctica e ilustrativa. Este documento permite mejorar la difusión del conocimiento de este programa de Cultura Turística

5.1.6. Gestión Local

El proceso de gestión local liderado y desarrollado por el Instituto Distrital de Turismo es una herramienta necesaria para la movilización de los lineamientos establecidos por la Política Distrital de Turismo, así como para su transversalización en los territorios priorizados.



El desarrollo turístico local se acompaña de un proceso técnico coordinado entre el IDT y las Alcaldías Locales, que posibilita el desarrollo de acciones encaminadas a la instalación de las Mesas de Competitividad Turística, contempladas en la Política Pública de Turismo, según Decreto Distrital 327 de 2008 en su Artículo 7, las cuales se convierten en instrumentos principales y preponderantes para poner en funcionamiento efectivo las instancias del Sistema

Distrital de Gestión Turística.

En este contexto, se trabajó con las localidades de Chapinero, La Candelaria, Santa Fe, Usaquén, Ciudad Bolívar, Usme, Tunjuelito, Antonio Nariño, Barrios Unidos, Teusaquillo y Puente Aranda, en la formulación y seguimiento a planes de acción, concertación e implementación de acciones de intervención, mejoramiento, capacitación, cultura ciudadana y participación y apoyo en ferias y eventos locales, con el fin de contribuir al desarrollo turístico local.

Se destaca la celebración de festivales Macarenazo llevados a cabo el 09 de septiembre y el 16 de diciembre de 2018. En este festival participaron alrededor de 30 restaurantes con muestras gastronómicas nacionales e internacionales, y más de 20 artesanos del sector a través de una vitrina comercial.

5.1.7. Intervención de atractivos turísticos

El Instituto Distrital de Turismo realizó la intervención de atractivos turísticos de naturaleza con el fortalecimiento y adecuación del sendero natural de la Quebrada Las Delicias, como parte del avance en la intervención del atractivo turístico Cerros Orientales y el atractivo Quiosco de la Luz, como parte de la intervención en atractivos turísticos urbanos.

La intervención para la mejora del sendero Quebradas Las Delicias, ubicado en la Localidad de Chapinero, incluyó con la instalación de una plataforma con barandas en madera, del paso elevado correspondiente al sector 3 del sendero y en el mirador elevado número 2; mantenimiento interno, limpieza y pintura de madera, nivelación y limpieza de piso, y bancas adyacentes al quiosco número 1; instalación de una plataforma con barandas, en madera, adyacente al quiosco 1; limpieza del cauce y zona de ronda de la quebrada; adecuación y mantenimiento de ingreso y salida del área interpretativa ubicada en el sector 3, bajo el puente vehicular; e instalación de cerramiento de seguridad para algunas zonas priorizadas.





El atractivo turístico urbano Quiosco de la Luz ubicado en el parque La Independencia, es una de las edificaciones más antiguas e importantes del centro de Bogotá inaugurada en 1910, como parte de la celebración del primer centenario de la independencia. Fue intervenido buscando que sea reconocido como uno de los principales referentes de la oferta turística, dentro del proceso que adelanta el Distrito con el proyecto de renovación y revitalización del Centro Internacional sobre el corredor de la calle 26. Las mejoras al Quiosco de la Luz incluyeron actividades de pintura exterior e interior, mantenimiento del piso de madera, adecuación para el suministro de energía eléctrica, e instalación de accesorios eléctricos como tomas, reflectores y luminarias.

suministro de energía eléctrica, e instalación de accesorios eléctricos como tomas, reflectores y luminarias.

Como parte de la implementación y mantenimiento del sistema de señalización e infraestructura Turística instalado en la ciudad de Bogotá, en 2018 se implementó el Plan de Señalización en el Cementerio Central, con la instalación de 11 señales turísticas tipo Tótem con regleta Braille y código QR, y 13 bolardos de identificación en el Cementerio Central, aportando a un proceso de articulación interinstitucional del Distrito para la recuperación de este importante escenario turístico y cultural de la ciudad.



ANTES

DESPUÉS

Finalmente, el Instituto Distrital de Turismo realiza mantenimiento preventivo y correctivo a las señales turísticas instaladas en la ciudad, en áreas urbanas y rurales, ubicadas en las localidades de la Candelaria, Santa Fe, Teusaquillo, Chapinero, Engativá, Ciudad Bolívar y Usme. El mantenimiento se ejecuta con actividades de lavado exterior e interior de señales, limpieza, reparación y mantenimiento a señales ya sean con estructura de madera o estructura metálica, e instalación de protección antivandálica.

5.2.GESTIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

5.2.1. Investigación “Encuesta de Viajeros en Bogotá 2017”

La investigación "Encuesta de Viajeros en Bogotá" tiene como objetivo cuantificar y caracterizar los flujos de viajeros que salen de la ciudad tanto para no residentes como para residentes en función de sus lugares de origen y destino y sus motivaciones de viaje. Las principales variables de medición fueron: -Flujo de viajeros receptor y emisor, nacional e internacional. -Ciudades de origen para no residentes de Bogotá tanto nacionales como internacionales. -Motivaciones de viaje de los no residentes. -Comportamientos relacionados con la pernoctación de los turistas que visitan la ciudad de Bogotá y sus características de viaje. -Gasto en el que incurren los viajeros no residentes que visitan Bogotá. -Comportamiento de los no residentes en torno a las actividades relacionadas con el biciturismo.

Para la medición de la Investigación “Encuesta de Viajeros en Bogotá 2017” se aplicó un volumen de encuestas de 5.493 unidades por medio de recolección de información promedio mensual. La investigación se desarrolló por muestreo probabilístico y bietápico aplicando encuestas en el Aeropuerto Internacional El Dorado y en el Terminal de Transportes. Respecto a las cifras correspondientes a los viajeros movilizados por peajes corresponden a un ejercicio de imputación a partir de la información histórica de fuentes secundarias (Agencia Nacional de Infraestructura –ANI).

Para la investigación en su fase final, durante el 2018 se analizaron y depuraron las bases de datos de los meses de enero, octubre, noviembre y diciembre de 2017, se consolidó la información auxiliar para las expansiones de datos, se proyectaron las series principales de febrero a septiembre de 2017; se procesó la información de los meses de enero, octubre, noviembre y diciembre 2017 para validación y ajustes de los cuadros de salida, se proyectó el documento de resultados de la investigación y fue publicado en las páginas web del Instituto.

Como resultados más relevantes arrojados por la investigación “Encuesta de Viajeros en Bogotá 2017”, se concluye que Bogotá recibió un total de 10.067.288 turistas en 2017, de los cuales 8.294.724 fueron nacionales y 1.772.564 fueron internacionales; lo que equivale a un incremento total de 11.7% frente al total de turistas recibidos en 2016. El número de turistas internacionales aumentó 17,1% y nacionales 10.6%. Se identificaron como principales países de origen: EE.UU 21.08%, España 6.69%, México 4.96%, Francia 4.03% y Alemania 3.11%; de igual manera los turistas nacionales provenían de: Cundinamarca 12.75%, Antioquia 12%, Tolima 8.25% y Valle 7.33%. Las motivaciones de los no residentes nacionales se concentra principalmente en la visita a familiares y amigos (35,8%), actividades relacionadas a vacaciones, recreación y ocio (16,1%),

salud y atención médica (14,1%), negocios y motivos profesionales (11,6%) y trabajo remunerado (6,8%); las de los no residentes internacionales se acentúan principalmente en la visita a familiares y amigos (38,6%), actividades relacionadas a vacaciones, recreación y ocio (35,8%) y actividades para la realización de negocios y/o motivos profesionales (16,7%).

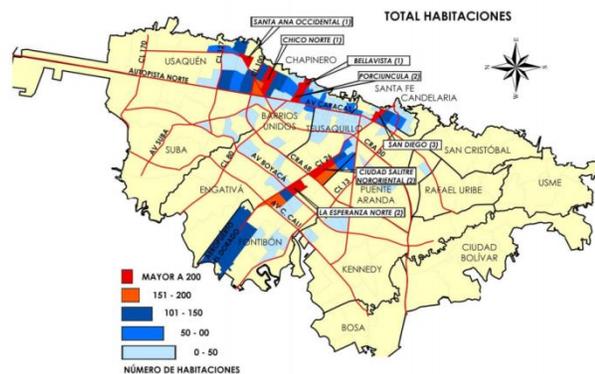
Así mismo el 63.7% de los turistas internacionales viajó a la ciudad sin acompañante frente al 55.9% de los nacionales; como también nos visitaron en segunda instancia en compañía de familiares. Estos turistas internacionales se alojaron en hoteles de la ciudad representando un 19.1% en comparación al 18.3% de los nacionales. Y del total de turistas que recibió la ciudad en promedio pernoctó un 6.84 de noches. Por último, el gasto total del turista en Bogotá fue de US\$2.074 millones siendo el turista nacional el más representativo con un total de US\$1.317 millones frente al US\$757 millones del internacional. En tanto al gasto promedio del turista se identificó un total de \$48.86 dólares diarios.

5.2.2. Estudio "Censo de establecimientos de alojamiento y hospedaje 2018"

El estudio "Censo de establecimientos de alojamiento y hospedaje 2018" tuvo como objetivo analizar el comportamiento y evolución de los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento y hospedaje como actividad principal y que se encuentran en el Registro Nacional de Turismo – RNT. Para obtener este estudio se desarrolló el diseño metodológico y su documentación anexa donde se determinó un universo de estudio de 869 establecimientos, posteriormente se planificó la programación y se realizó operativo de campo (prueba de escritorio) con la captura de información con un total de 869 registros. Se analizó la consistencia de las bases de datos de la información capturada y el proceso de producción de información generando los cuadros de salida que se validaron y ajustaron; se proyectó y publicó el documento de resultados que arrojó las siguientes conclusiones:

- El 81% de los alojamientos de la ciudad poseen entre 1 y 50 habitaciones, igualmente el 70,05% cuentan con 1 a 50 camas disponibles.
- La oferta de alojamiento en Bogotá se concentra en 4 zonas de la ciudad: Teusaquillo, Chapinero, Usaquén y La Candelaria.
- El 37,5% (209) de los establecimientos de alojamiento poseen salones para la realización de eventos y reuniones. Estos se

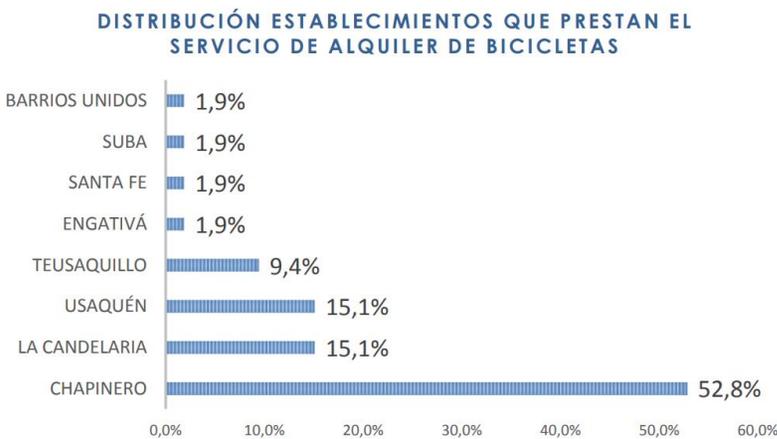
Fuente: Censo de Establecimientos de Alojamiento 2018 -IDT



Fuente: Censo de Establecimientos de Alojamiento 2018 -IDT

concentran principalmente en Chapinero (37,4% (78)).

- En Bogotá, el 61,5% (343) de los establecimientos y hospedaje cuentan con restaurantes. Teusaquillo es la localidad con mayor cantidad de establecimientos que poseen restaurantes propios (35,4% (121)).
- El 24,8% (138) de los establecimientos de alojamiento poseen áreas de exclusivas de bares para sus clientes y están ubicados principalmente en Chapinero (44,6% (62)).
- El 60% (335) de los establecimientos de alojamiento poseen entre 1 y 10 empleados bilingües.



Fuente: Censo de Establecimientos de Alojamiento 2018 –IDT

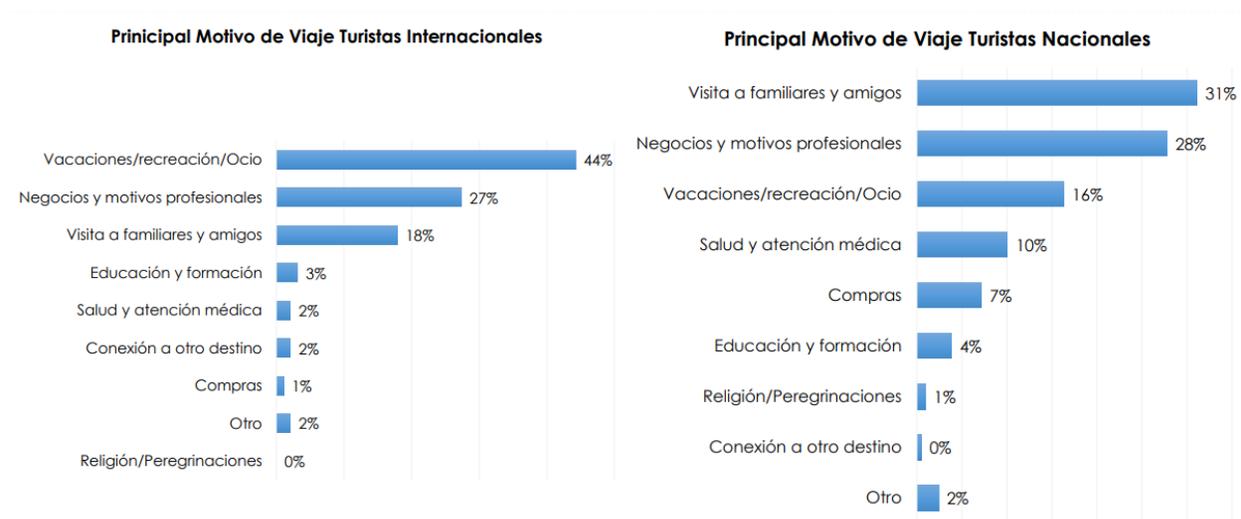
cuentan con servicios de alquiler de bicicletas, que a su vez, es el mismo porcentaje de los establecimientos que manifestaron ofrecer bicirecorridos a sus huéspedes dentro de sus servicios complementarios al alojamiento.

- Bogotá es una ciudad reconocida en Latinoamérica por su extensa infraestructura para realizar actividades relacionadas con la bicicleta, por lo tanto, los establecimientos de alojamiento han venido incrementando la infraestructura ofrecida a sus huéspedes para la práctica de Biciturismo. Resultado de lo anterior, el 14,6% de los alojamientos de la ciudad cuenta con parqueaderos especializados para bicicletas y el 9,5% de los establecimientos de alojamientos

5.2.3. Estudio "Percepción de turistas en Bogotá 2017"

El estudio "Percepción de Turistas en Bogotá 2017" tuvo como objetivo cuantificar y caracterizar al viajero que sale de la ciudad no residente de acuerdo a sus variables sociodemográficas y de hábitos de viaje, y evaluar su satisfacción sobre los servicios consumidos en el destino. Se inició con el análisis de consistencias de las bases de datos del mes de diciembre 2017, se consolidó la información auxiliar para las expansiones de datos de ese mismo mes, se procesó la información dando resultantes los cuadros de salida validados y ajustados y se proyectó y publicó el documento de resultados concluyendo que:

- Para el mes de diciembre arribaron al Aeropuerto Internacional El Dorado 229,658 turistas, de los cuales el 38% corresponden a turistas internacionales de los cuales su principal motivo de viaje fueron realizar actividades de vacaciones-recreación-ocio 44%. De estos turistas internacionales, el 16% realizó actividades entorno a la bicicleta el 25% actividades de rumba en la ciudad y el 24% de turismo gastronómico.
- El 29% de los internacionales hicieron compras en la ciudad y el 8% manifestaron haber participado en espectáculos de la agenda cultural de la ciudad de diciembre 2017.
- Los principales lugares de procedencia fueron EE.UU 25%, España 17% y Brasil 11%.



A sí mismo, se diseñó metodológicamente el estudio de "Percepción de Turistas en Bogotá 2018". Se establecieron nuevas variables frente al estudio 2017, que permitan identificar las actividades realizadas por los turistas y su desplazamiento en la ciudad, lo anterior con un muestreo probabilístico de 144 vuelos y 540 rutas como tamaño de la muestra. Se inició el operativo de campo en captura y digitación de los meses de abril, junio y agosto 2018 y se validó la consistencia de las bases de datos. Se consolidó la información auxiliar para las expansiones de abril y junio 2018, se procesaron y validaron los cuadros de salida de estos 2 meses; culminando la fase inicial del estudio para esta vigencia. Los resultados del estudio se tendrán en el primer trimestre de 2019.

De igual manera desarrolló la fase inicial para la medición del estudio "Producto Bogotá 2018" que tiene por objeto: cuantificar y caracterizar el producto turístico de la ciudad a partir de lo ofertado por las agencias de viajes de Bogotá como naturaleza, biciturismo, gastronómico, urbano entre otros. Se inició con el diseño metodológico donde se determinó un universo de estudio de

323 agencias de viajes que permite trazar la hoja de ruta del estudio con sus actividades asociadas. Se planificó la programación de la medición, se realizó prueba de escritorio y operativo de campo; se capturó, digitó y depuró la información de campo de los meses de agosto, septiembre con un total de 150 y 193 registros respectivamente. Se capturó, digitó y depuró la información de campo del mes de octubre con un total de 206 registros; para un panorama de cierre final así: encuestas completas: 84, incompletas: 21, rechazo: 12 y otro motivo: 89. Los resultados del estudio se tendrán en 2019.

Igualmente se detalla a continuación algunos resultados consolidados de la medición de eventos de ciudad 2018:

ALIMENTARTE FOOD FESTIVAL 2018: Se encuestaron 1.322 asistentes de los cuales 200 (15%) eran visitantes (turistas 172), y 1.122 (85%) residen en Bogotá. **GÉNERO:** Turista Internacional: Masculino: 38 (54%) Femenino: 33 (46%). Turista Nacional: Masculino: 45 (45%) Femenino: 55 (56%). **EDAD:** Turista Internacional: De 18 a 30 años: 26 (37%), De 31 a 45 años: 25 (35%), De 46 a 60 años: 16 (22%), Mayor a 60 años: 4 (6%), Turista Nacional: De 31 a 45 años: 53 (52%), De 18 a 30 años: 25 (25%), De 46 a 60 años: 18 (18%), Mayor a 60 años: 5 (5%).

XXIV VERSIÓN DEL FESTIVAL ROCK AL PARQUE 2018: Se encuestaron 1.023 personas, de las cuales 918 (89,74%) son residentes, 53 (5,18%), excursionistas 33 (3,23%) y 19 encuestados (186) que no respondieron en relación a su lugar de residencia. **ALOJAMIENTO:** Turista Internacional: Hostal (75%), Otros (25%), Turista Nacional: Casa propia Hotel de familiares o amigos 51%, Hotel 20%, Hostal 8%, Otro tipo de alojamiento 2%. **OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS:** Tanto los turistas nacionales como los turistas internacionales realizaron otras actividades en la ciudad de Bogotá como lo fue: Compras 18%, Recorridos por la ciudad 14%, Visita a museos 11%, Bicirrecorridos 6%, Vida nocturna 6%.

CUMBRE INTERNACIONAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA EN VIAJES Y TURISMO-ESCENNA 2018: Se encuestaron 49 personas, de las cuales el 28,6% (14) fueron residentes y el 71,4% fueron no residentes en Bogotá (35), de este 71,4% el 97,1% eran turistas (34) y tan solo el 2,8% eran excursionistas. Lugar de residencia de los turistas internacionales: Estados Unidos: (15,6%), Alemania: (6,3%), Bolivia: (6,3%), India: (6,3%), México: (6,3%), República Dominicana: (6,3%), Rusia: (6,3%), Argentina: (3,1%), Bélgica: (3,1%), Brasil: (3,1%), Indonesia: (3,1%). Origen de los residentes de Bogotá: Usaquén: 28,6%, Chapinero: 21,4%, La Candelaria: 21,4%, Suba: 21,4%, Santa Fe: 7,1%. **GÉNERO:** Turista Internacional: De 46 a 60 años: (50%), De 31 a 45 años: (37,5%), De 18 a 30 años: (6,3%), Mayor a 60 años: (6,3%), Turista Nacional: De 46 a 60 años: (50%), De 18 a 30 años: (50%).

ARTBO FDS – 2018: Se encuestaron a 225 personas, de las cuales el 90% fueron residentes en Bogotá (203) y el 10% (22) fueron no residentes. ALOJAMIENTO: Turista Internacional: Casa propia, de familiares o amigos (sin pago): (100%), Turista Nacional: Casa propia, de familiares o amigos (sin pago): (92%), Hotel: 8%. NOCHES PERNOCTADAS EN BOGOTÁ: Turista Internacional: De 3 a 5 noches: (100%), Turista Nacional: 1 noche: (9,1%), 2 noches: (31,8), De 3 a 5 noches: (4,5%), De 6 a 7 noches: (4,5%), Más de una noche: (13,6%).

FESTIVAL ESTÉREO PICNIC 2018: Participaron 82.000 asistentes, de los cuales 56.299 fueron residentes de Bogotá y 25.701 fueron no residentes. Al festival llegaron un total de 22.030 turistas, los cuales se corresponden a 5.003 turistas internacionales (22,7%) y 16.726 turistas nacionales (75,9%). ALOJAMIENTO TURISTA INTERNACIONAL: Casa de familiares y/o amigos: (61%), Hostal: (38,5%), Hotel: (26,9%). GASTO DE LOS TURISTAS: Turista Extranjero: \$7,736,945,174, Turista Nacional: \$17,112,298,507, Excursionista Nacional: \$2,274,384,229.

FESTIVAL IBEROAMERICANO DE TEATRO DE BOGOTÁ 2018: Turistas asistentes salas FIT 2018: Extranjero: (26,1%), Nacional: (73,9%). ALOJAMIENTO: Turista Internacional: Hotel (47,8%), Hostal (21,7%), Casa propia, de familiares o amigos (sin pago) (21,7%), Inmueble de alquiler Airbnb (8,7%). Turista Nacional: Casa propia, de familiares o amigos (sin pago) (53,8%), Hostal (12,3%), Hotel (18,5%), Inmueble de alquiler Airbnb (4,6%). OTRAS ACTIVIDADES: Bicitrurismo (9%) de los turistas participaron en actividades, Museos el (45,4%) de los turistas realizaron esta actividad, Vida nocturna, el (36,3%) de los turistas participaron en ésta actividad.

SEMANA SANTA 2018: el Cerro de Monserrate recibió 85.146 turistas de los cuales 42.657 fueron turistas nacionales y 42.489 fueron turistas internacionales. GÉNERO: Turista Internacional: Masculino: (60%), Femenino: (40%), Turista Nacional: Masculino: (65,3%), Femenino: (34,7%), ORIGEN: Turista Internacional: Medellín: (14,9%), Cali: (13,8%), Barranquilla: (10,3%), Bucaramanga: (8,4%), Ibagué: (7,3%), Tunja: (6,5%), Santa Marta: (4,6%), San Gil: (3,8%), Villeta: (3,8%), Florencia: (2,7%), Honda: (2,7%), Otros: (21,1%). Turista Nacional: México: (20,4%), Argentina: (12,4%), Venezuela: (12,1%), Estados Unidos: (9,1%), Alemania: (6,9%), España: (5,5%), Puerto Rico: (5,5%), Francia: (5,1%), Holanda: (5,1%), Canadá: (2,6%), Otros: (15,3%).

FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BOGOTÁ 2018: ALOJAMIENTO: Turista Internacional: Hotel: 3.780 (57,7%), Casa propia, de familiares o amigos (sin pago): 2.016 (30,8%), Hostal: 756 (11,5%). Turista Nacional: Casa propia, de familiares o amigos (sin pago): 20.914 (58,5%), Hotel: 11.951 (32,4%), Hostal: 2.268 (6,3%), Inmueble de alquiler Airbnb: 756

(2,1%), Apartahotel: 252 (0,7%). MOTIVO DE VIAJE: Turista Internacional: Asistencia a la feria: 3.528 (53,8%), Visita a familiares y amigos: 1.512 (23,1%), Vacaciones/Recreación: 1.512 (23,1%), Turista Nacional: Asistencia a la feria: 18.142 (49,7%), Visita a familiares y amigos: 6.803 (18,6%), Vacaciones/Recreación: 3.780 (10,3%), Educación y formación: 2.520 (6,9%), Trabajo remunerado en Bogotá: 2.016 (5,5%), Negocios y motivos profesionales: 1.764 (4,8%), Otros: 1.511 (4,1%). GÉNERO DE LOS ASISTENTES: Femenino: Residentes: (50,6%), No residentes: (2,6%), Masculino: Residentes: (41%), No residentes: (5,8%).

SABOR CANDELARIA 2018: se encuestaron 140 asistentes, de los cuales el 89% (125) residen en la ciudad de Bogotá y el 11% (15) eran visitantes. GÉNERO: Femenino: (44%) Masculino: (56%), EDAD: De 18 a 30 años: (63%), De 31 a 45 años: (24%), De 46 a 60 años: (7%), Menor de 18 años: (5%), Mayor a 60 años: (1%). ASISTENCIA A LAS VERSIONES Primera vez: (76%), De dos a tres versiones: (23%), Todas las versiones: (1%).

WALK21 BOGOTÁ CIUDAD CAMINABLE 2018: asistieron 80 turistas de los cuales, 68 eran de origen extranjero (85%) y 12 de origen nacional (15%). ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS ASISTENTES Hotel: (73%), Hostal (10%), Casa propia, de Familiares o amigos (10%), Otros (3%), Inmueble Airbnb (3%), Apartahotel (1%), NS/Nr (1%). MOTIVO DE VIAJE Asistencia a la cumbre (84%), Educación y formación (8%), Vacaciones, recreación y ocio (4%), Trabajo remunerado (3%), Visita a familiares, amigos (1%), Compras con (1%).

RUTA BIOMETROPOLIS 2018: EDAD El 82% de los asistentes eran del género masculino, el 18% de los asistentes eran de género femenino. RANGO DE EDAD ASISTENTES ENCUESTADOS: El 51% de los asistentes están en un rango de edad de 31 a 45 años, El 33% de los asistentes están en un rango de edad de 18 a 30 años El 10% de los asistentes están en un rango de edad de 46 a 60 años El 5% Ns/Nr. SU MOTIVACIÓN PARA REALIZAR CICLOMONTAÑISMO EN ÁREA ES: 31% Contacto con la naturaleza, 22% Acondicionamiento físico, 15% Esparcimiento y recreación, 29% Salud y bienestar.

5.2.4. Fortalecimiento del Sistema de Información Turística de Bogotá

Como parte del fortalecimiento del Sistema de Información Turística de Bogotá, se actualizó el Content Management System –CMS (gestor de contenidos web) de la página web www.sitbog.gov.co con el fin de simplificar, optimizar y fortalecer la búsqueda de información por parte de



los visitantes. Se detallan las siguientes actividades generales realizadas como parte de la actualización del sistema:

- Se implementaron nuevos botones y secciones de consulta, se crearon enlaces directos a las redes sociales de la entidad; se actualizaron los formatos de las imágenes para hacerlas llamativas ante el usuario; se implementó el tablero de control que permite la consulta directa a la información principal de resultados.
- Se graficaron los resultados de la encuesta de viajeros 2017, se implementaron botones y sub-botones de consulta de información turística tanto para investigaciones, estudios, eventos y mapas; igualmente se publicó y actualizó la información correspondiente en cada sección.
- Se actualizaron las imágenes, el logo de la página principal del aplicativo.
- Se actualizaron las imágenes y se modificó la sección de mapas por localidades y se modificó su presentación.

Con las actualizaciones que se han realizado en el Content Management System –CMS de la página web SITBOG, se priorizó el acceso a la información desde la página principal (home) lo que permite una visualización directa e invitación de primera mano para la consulta de los resultados de los eventos, boletines, infografías, investigaciones, mapas y demás información de interés que se encuentra en constante actualización y publicación. Durante los meses de enero a noviembre se obtiene un registro de visitas 3.606 lo cual nos permite evidenciar que es más fácil la búsqueda, navegación del visitante a la página web.

Se elaboraron y publicaron los siguientes documentos y/o boletines y/o infografías de: sector turismo y/o resultados de eventos de ciudad medidos en 2018 y su publicación en las páginas web: Libro digital de resultados "mapas pictográficos turísticos de Bogotá por localidad 2018", documentos de resultados de Investigaciones: Encuesta de Viajeros en Bogotá 2017. Estudios: Estudio de Operadores Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones -OPC de Bogotá 2017, Percepción de Turistas En Bogotá 2017, Censo Establecimientos Alojamiento Hospedaje 2018. Mediciones de eventos de ciudad 2018: Festival Estéreo Picnic, Festival Iberoamericano Teatro, Semana Santa, ARTBO, ARTBO FDS, Cumbre Internacional para la Protección de la Niñez y Adolescencia en Viajes y Turismo - ESCNNA, Alimentarte, Festival Rock Al Parque, Sabor Candelaria, WALK21 Bogotá Ciudad Caminable y Biometropolis. Infografías de resultados de las investigaciones, estudios y mediciones de eventos de ciudad. Boletines informativos de datos y cifras turísticas de la ciudad de Bogotá No 1, 2, 3, 4, 5, 6; los cuales divulgan las principales cifras turísticas de Bogotá de manera gráfica, de rápida y fácil lectura.

De igual manera se actualizó la información de oferta turística de la ciudad mediante los directorios de los siguientes prestadores de servicios turísticos: Establecimientos de alojamiento, Agencias de viajes, Guías profesionales de turismo, Establecimientos de gastronomía y similares,

Alquiler de vehículos. Adicionalmente se actualizó el directorio de Operadores profesionales congresos ferias y convenciones; fecha de corte al 31-03-2018. Cabe anotar que estos directorios son actualizados por el Observatorio de Turismo según las bases de datos suministradas por CONFECAMARAS con la variable de Registro Nacional de Turismo -RNT estado "Activo" a la fecha del corte.

5.3. PROMOCIÓN DE CIUDAD

El Instituto Distrital de Turismo IDT desarrolla tres programas claves para la promoción y el mercadeo de Bogotá como destino turístico: i) Red de información turística; ii) Estrategia digital y nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo turístico y iii) Promoción y posicionamiento turístico.

5.3.1. Red de Información Turística

Desde la Red de Información Turística se adelantaron acciones de promoción de la oferta turística y cultural de Bogotá y su zona de influencia; en tal sentido se brindó atención a los usuarios residentes, visitantes y turistas, nacionales y extranjeros que acudieron a los diferentes puntos de información turística que se encuentran ubicados permanentemente en zonas estratégicas de la ciudad, personalmente o través de las diferentes líneas de atención turística y correo electrónico, por medio de los cuales recibieron atención de parte del equipo de informadores y guías turísticos, en idiomas inglés, francés y español.

En 2018 se contó con 8 puntos de información turística fijos a través de los cuales se brindó atención a 207.880 usuarios quienes profundizaron sus conocimientos en relación con la oferta turística de la ciudad. Los siguientes son los puntos fijos en operación:

1. Centro Histórico
2. Terminal Central
3. Terminal del Sur
4. Monserrate
5. Unicentro.
6. Corferias.
7. Quiosco de la Luz (En operación desde julio, por remodelación)
8. Muelle Internacional (En operación desde julio, mediante la modalidad itinerante, en la zona de llegadas internacionales durante dos días)



De igual manera desde la red de información turística se prestó el apoyo en el desarrollo de 46 eventos mediante la instalación de puntos de información turística itinerantes y/o la realización de recorridos gratuitos guiados y/o la divulgación de material promocional y/o exhibición de videos relacionados.



Frente a los servicios ofrecidos en la Red de Información Turística la Subdirección de Promoción y Mercadeo del IDT cuenta con un mecanismo virtual de calificación tendiente a evaluar la percepción de satisfacción de los usuarios y la calidad de los servicios ofrecidos en los PIT y recorridos; para ello se pusieron a consideración de los usuarios todos los aspectos del servicio en relación con la presentación y atención del personal, el material entregado, la información suministrada, el estado del PIT, los recorridos peatonales y en bicicleta gratuitos, a través de un formulario de evaluación virtual en la plataforma

google forms, arrojando un resultado de satisfacción de 4,9 sobre 5 puntos como indicador máximo de satisfacción.

Los recorridos en bicicleta por las localidades de Barrios Unidos, Engativá, Chapinero, Puente Aranda y Teusaquillo, tuvieron gran acogida con la participación de más de 1.860 participantes . A continuación se describen los recorridos en bicicleta realizados:

- **Bici recorrido guiado hacia el distrito grafiti:** Se realiza el primer y tercer jueves de cada mes a las 9 am, en una ruta aproximada de 13 kilómetros. Este recorridoparte del IDT hasta el distrito grafiti en las localidades de Teusaquillo y Puente Aranda.

- **Bici recorrido guiado literario:** Se realiza el último viernes de cada mes. Inicia 9:00 am con un recorrido de 13 Km desde la librería Lerner de la calle 92 con carrera 11, pasa por la librería Casa Tomada, y termina en la Biblioteca Virgilio Barco. Atraviesa las localidades de Chapinero, Teusaquillo y Barrios Unidos.

- **Bici recorrido de Ciclovía Turística:** Se realiza el primer y tercer domingo de cada mes. Inicia 9:00 am en el parque de la 93 y recorre 17 Km de la ciclovía de las carreras 15, séptima y calle 72 llegando hasta el centro internacional.



- **Bici recorrido Virrey, la Florida:** Este interesante recorrido de 40 Km incluye en su ruta atractivos como humedal Juan Amarillo, recientemente recuperado considerado el principal sistema ecológico presente en el área urbana de Bogotá; el Puente de Guadua de la calle 80 y el Parque La Florida. Se realiza el segundo y cuarto domingo de cada mes iniciando desde el parque el Virrey y termina en el parque la Florida. Atraviesa las localidades de Chapinero, Barrios Unidos y Engativá.



El funcionamiento de los PIT se garantizó por medio de la programación de prestación de servicios para informadores y guías a través del formato PD-F15, de igual manera se realizó un seguimiento a la correcta operación de los puntos y a la prestación del servicio por parte del personal asignado, mediante visitas periódicas por parte del coordinador operativo de la red de información turística.

Adicionalmente, se menciona 18 puntos de información turística virtual, instalados en pedestales con un software que brinda información turística de la ciudad, ubicados en diferentes puntos así:

1. Centro comercial Gran Estación
2. Centro comercial Galerías
3. Centro comercial El Retiro
4. Estación del tren de la sabana Usaquén
5. Unilago
6. Terminal Salitre
7. Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo
8. Maloka
9. Hotel Tequendama
10. Corferias 1
11. Corferias 2
12. Centro comercial el Gran San Victorino
13. Centro Histórico - Casa de los comuneros
14. Hotel BH Usaquén
15. Sede Principal IDT
16. Planetario Distrital
17. Teatro Jorge Eliécer Gaitán
18. Punto de información turística virtual en eventos

5.3.2. Estrategia digital con nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo de Bogotá

Como parte de la **estrategia digital con nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo de Bogotá**, el 27 de septiembre se realizó el lanzamiento de la página www.BogotaDC.travel en el planetario de Bogotá con cerca de 80 asistentes. Esta página web se creó pensando en las necesidades del turista y con la intención de persuadir a los visitantes a que conozcan los atractivos y productos turísticos que ofrece la ciudad, en este sentido, se generaron contenidos audiovisuales de alto impacto, fotos y vídeos que ocupan gran relevancia en la experiencia visual de los usuarios.

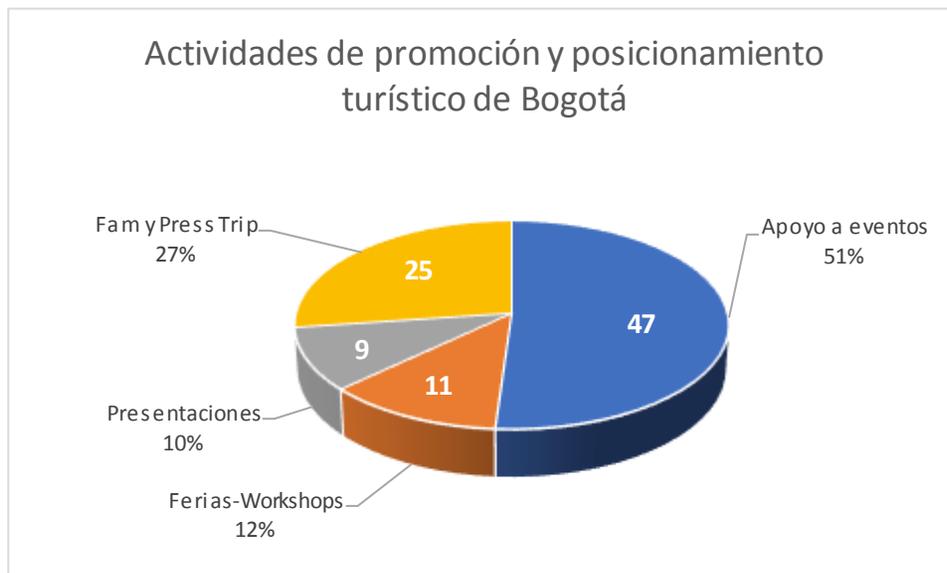
Este portal web surgió de la necesidad de consolidar todo un ecosistema digital de la marca ciudad, entendiendo su importancia como herramienta fundamental de la estrategia publicitaria y de mercadeo para posicionar a Bogotá como destino turístico. Está diseñado en Drupal 7, un CMS reconocido a nivel mundial por su seguridad, facilidades en la actualización, y las múltiples posibilidades que brinda a nivel de diseño y usabilidad. Buscando siempre la mejor experiencia que puedan tener los usuarios en la web. El portal se divide en 4 grandes secciones: Descubre Bogotá (productos turísticos- establecimientos y zonas), Agenda de ciudad (todos los eventos relevantes de la ciudad), Bogotá en bicicleta (Bicitravesías, tours en bici, operadores turísticos), y guía del viajero (transporte, líneas de emergencia, Pits, y posiblemente la pasarela de pago de Booking y Tripadvisor). Desde un inicio, en el contenido web de esta página, se buscó darle una gran riqueza audiovisual, con banners, videos cortos en sus páginas, fotos y recorridos 360° de Bogotá, así como la optimización en posicionamiento SEO, o posicionamiento en buscadores. Al lanzamiento de la página web, lo acompañan diferentes campañas digitales SEM o publicidad online pagada, en Facebook, Instagram, Twitter, Google adwords (red de búsqueda y red de display). Estas campañas van dirigidas a los mercados de Europa, Norte y Sur América, y tienen como objetivo principal, generar tráfico al portal.



5.3.3. Actividades de promoción y posicionamiento turístico

El programa de Promoción y Posicionamiento Turístico, buscó la participación del Instituto Distrital de Turismo en workshops y ferias nacionales e internacionales para la promoción de la

oferta turística de ciudad, con el fin de aumentar el flujo de turistas extranjeros hacia Bogotá e incrementar su estadía. En 2018 se desarrollaron 92 actividades tendientes a posicionar la oferta turística de la ciudad, entre las que se destaca la participación en eventos como FITUR, ANATO, ITB- Berlín, Federación Mundial de Ciudades Turísticas WTTC, Colombia Travel Expo, World routes China, Bogotá international film festival, Work Shops, Rock al Parque, entre muchos otros eventos clasificados así:



Con estas actividades de promoción turística se avanza en el fortalecimiento y desarrollo de productos, la innovación en la gestión a través de la generación de nuevas sinergias de trabajo con representantes de diferentes industrias, nuevas tendencias, medios, entre otros, la articulación con la cadena de valor y otros sectores, aportando así, al posicionamiento de Bogotá como destino turístico a nivel local, nacional e internacional. Adicionalmente con la presencia de la marca ciudad en sus diversas presentaciones, se generó recordación y posicionamiento en cada uno de los eventos.

A continuación se describen, las actividades de promoción y posicionamiento realizadas:

Ferias - workshop:

1. Feria Internacional de Turismo FITUR 2018: El IDT asistió en representación de Bogotá, como destino turístico, en el marco de la Feria Internacional de Turismo FITUR 2018 y participó con un punto de atención al público dentro del stand de Colombia.



2. VITRINA TURISTICA DE ANATO 2018: En la versión No. 37 de esta feria de turismo el stand de Bogotá contó con 23 empresarios que ofertaron productos relacionados con el uso de la bicicleta y producto naturaleza; estos tuvieron citas y posibilidades de cerrar negocios durante estos 3 días. Así mismo se contó con 3 activaciones de destino, dos relacionadas con el segmento de turismo urbano en lo que respecta a bicicletas y a grafiti y otra relacionada con la música con los diferentes sonidos de los festivales al parque para resaltar el nombramiento que tiene Bogotá como ciudad creativa de la música.

3. TRAVEL MART 2018: En esta versión el IDT atendió 25 citas de negocios, en donde la oferta principal fue la experiencia de ciudad entorno a la bicicleta. Algunos de los compromisos adquiridos con los empresarios fueron el envío de archivos fotográficos, videos e información de ciudad que permita la generación de contenidos.

4. ITB BERLIN: El IDT asistió en representación de Bogotá, como destino turístico, en el marco de la Feria Internacional de Turismo ITB 2018 y participó con un punto de atención al público dentro del stand de Colombia, entrega de Material Promocional, activación: Bogotá: capital mundial de la bicicleta y difusión en redes sociales.



5. WORK SHOP BRASIL: Se tuvo presencia con la entrega de 8 kits a los empresarios brasileños, muestra del video de ciudad antes de comenzar la ronda de citas y dos profesionales de mercadeo que atendieron 5 citas de negocios. Las citas se desarrollaron con Rodrigo Oliverira de la operadora Cativa, Ana Claudia Remacha de la agencia de viajes Agaxtur, Eloisa Goda de la empresa

Abreu, Francisco Camilo de la empresa New Age Tour Operador y Reginaldo Melo de la tour operadora FRT.



6. TRAVEL EXPO del 6 al 8 de Sep: Colombia Travel Expo es la única plataforma comercial especializada en viajes y turismo, dedicada exclusivamente al desarrollo, crecimiento y promoción del producto turístico colombiano, que promueve el encadenamiento productivo del sector y el posicionamiento del destino entre propios y visitantes. Este espacio ferial permite la relación entre la oferta y la demanda, oportunidades de nuevos negocios y networking, impulsar el emprendimiento, la innovación y la

construcción creativa de los productos o servicios de la industria de viajes y turismo en el país.

7. WOLRD ROUTES CHINA 2018 15 al 18 de Septiembre -China- Guangzhou: Feria especializada en temas aéreos en el mundo donde destinos y aerolíneas se encuentran para conocer no solo las tendencias a nivel mundial sino para los destinos, es una gran oportunidad de lograr conseguir para la ciudad, la llegada de nuevas rutas aéreas.

8. WORKSHOP ESTADOS UNIDOS- CANADÁ: Realizado el 23 al 25 de octubre en las ciudades de Nueva York y Ottawa. El IDT participó con una activación de ciudad que incluyó promoción del segmento urbano a través de la activación de bicicleta.

9. WORKSHOP BRASIL: Actividad realizada el día 26 de octubre en la ciudad de Sao Paulo (Brasil) donde participaron 33 empresarios colombianos, 120 agentes de viaje y 37 operadores turísticos de Brasil. Bogotá participó a través de una activación relacionada con turismo urbano y bicicleta.

10. RUEDA DE NEGOCIOS 27 OCT: Se realizó la Rueda de Negocios "Bogotá Destino Turístico Creativo" logrando 680 citas, en productos e Bogotá como .

11. WORKSHOP USTOA-EEUU 27 AL 30 DE NOVIEMBRE: la ciudad participó en este evento que es la reunión de la asociación de agencias de viajes de los estados unidos, con una activación de interacción de las personas con la bicicleta y un recorrido virtual por una zona de la ciudad.

Presentaciones de destino:

1. **PRESENTACIÓN DE DESTINO WTCF:** El encuentro de WTCF permitió el intercambio de conocimientos, prácticas y oportunidades de cooperación entre ciudades. Durante el evento se desarrollaron mesas de trabajo, programas de entrenamiento, una rueda de negocios, sesiones de trabajo en red y diálogo con los diferentes actores y líderes del turismo. Adicionalmente, el Director General del Instituto Distrital de Turismo, realizó una presentación de ciudad a aproximadamente 200 personas, mediante la cual mostró las bondades de Bogotá como destino turístico para el mercado asiático.
2. **CAPACITACIÓN DE DESTINO EMPRESARIOS:** Capacitación realizada el 08 de junio de 2018 a aproximadamente 100 empresarios Bogotanos que participarían de la rueda de negocios llamada ""Negocia Turismo"" organizada por FONTUR en alianza con el Viceministerio de Turismo.
3. **PRESENTACIÓN DE DESTINO:** Presentación de Destino realizada por el Director, José Andrés Duarte García, el sábado 21 de julio en el Salón Libertadores del Hotel Tequendama dirigida a 11 periodistas nacionales en el marco del desarrollo de Colombia al Parque.
4. **PRESENTACIÓN DE DESTINO COLOMBIA TRAVEL EXPO:** presentación el día 6 de septiembre al auditivo general de la feria Colombia Travel expo cerca de 30 personas participaron de esta actividad, se dio a conocer la oferta de ciudad en cada uno de sus 5 segmentos y se entregó material promocional.
5. **PRESENTACIÓN DE DESTINO IBAGUE-VILLAVICENCIO:** en el marco del fam trip se realizó esta presentación de destino a los 4 operadores esto con el fin de reforzar la información de destino y los lugares que posteriormente visitarán.
6. **PRESENTACIÓN DE DESTINO PRESS JAZZ AL PARQUE:** en el marco del Pess trip se realizó esta presentación de destino a los 5 periodistas esto con el fin de reforzar la información de destino y los lugares que posteriormente visitarán.
7. **PRESENTACIÓN DE CIUDAD EN EL MARCO DE LA SENSIBILIZACIÓN DE LA MARCA CIUDAD:** El Instituto Distrital de Turismo realiza una serie de capacitaciones en el marco de la sensibilización y apropiación de la Marca Bogotá se desarrolló la presentación de destino a operadores y hoteleros de Bogotá. Aproximadamente a 15 personas
8. **PRESENTACIÓN DE CIUDAD EN EL MARCO DE LA SENSIBILIZACIÓN DE LA MARCA CIUDAD:** En el marco de la sensibilización y apropiación de la Marca Bogotá se desarrolló la presentación de destino a operadores y hoteleros de Bogotá. Con el fin de dar a conocer la oferta de ciudad y promover la oportunidad de llevar la marca ciudad a los espacios de

mayor interacción, esta presentación se vio alterada por las marchas que se presentaron en la zona de la candelaria, por lo que solo llegaron 10 personas.

9. PRESENTACIÓN DE DESTINO A PARTICIPANTES DE LA RUEDA DE NEGOCIOS: En el marco de la capacitación pre rueda de negocios realizada el 17 de octubre a los operadores y agencias de Bogotá, se realizó la capacitación y presentación de destino.

Fam y/o press trip:

1. FAM TRIP NATURALEZA CON COMPRADORES INTERNACIONALES: El día 24 de febrero se realizó un Fam con 15 compradores internacionales que participaron en la TRAVEL MART, estos visitaron el río San Francisco- Vicacha y conocieron la plaza de la perseverancia a fin de mostrarles la nueva oferta turística de la ciudad.

2. FAM TRIP NATURALEZA EN BICI CON COMPRADORES INTERNACIONALES: El día 25 se realizó Fam Trip con 3 compradores internacionales quienes disfrutaron de la ciclo vía, la visita a la parque Santander con la gigantografía de Bogotá y la gastronomía de la ciudad.

3. PRESS TRIP “IMPERDIBLES”: El recorrido en bicicleta por el centro histórico consistió en un desplazamiento liderado por un guía profesional de turismo a través de algunas de las principales vías del centro histórico durante el cual se abordaron aspectos relevantes sobre la historia, la arquitectura, el arte y en general sobre el patrimonio cultural e histórico asociado a los elementos de interpretación del centro histórico.

4. PRESS FESTIVAL DE TEATRO: El recorrido en bicicleta por el centro histórico consistió en un desplazamiento liderado por un guía profesional de turismo a través de algunas de las principales vías del centro histórico durante el cual se abordaron aspectos relevantes sobre la historia, la arquitectura, el arte y en general sobre el patrimonio cultural e histórico asociado a los elementos de interpretación del centro histórico.

5. PRESS WTCF: Acompañamiento a diez periodistas chinos con el fin de promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico en el mercado asiático.

6. PRESS TRIP GASTRONOMÍA: El IDT gestionó la logística previa y durante tres días acompañamiento a cinco (5) periodistas internacionales especializados en gastronomía de los siguientes medios: 7 cañbales (Revista gastronómica digital) y Co-fundadora Ñam, Festival Internacional Gastronómico de Santiago de Chile y Directora de la Revista placeres (Especializada en gastronomía)

7. **PRESS TRIP BLOGUEROS URUGUAYOS:** El IDT gestionó la logística previa y acompañamiento a blogueros internacionales especializados en turismo, durante tres días, realizando énfasis en el uso de la Bicicleta en Bogotá, el blog en el cual hacen publicaciones es karen Higgs - Blog Guruguay.

8. **FAM OPERADORES NACIONALES - NEGOCIA TURISMO:** En el marco del evento NEGOCIA TURISMO realizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo los días 20 y 21 de junio, la ciudad de Bogotá como sede de la rueda de negocios realizó un fam trip con 75 compradores para ofrecer experiencia de ciudad en lo relacionado con el segmento de naturaleza, gastronomía y turismo urbano. Estas acciones buscan dar a conocer la nueva oferta de ciudad para motivar la venta de Bogotá en los diferentes mercados nacionales.

9. **PRESS COLOMBIA AL PARQUE:** Se Realizó logística previa y acompañamiento a 9 periodistas nacionales que acompañaron el Festival Colombia al Parque, teniendo en cuenta los mercados priorizados según la estrategia de promoción, los medios participantes fueron: El País, Emisora Cultura RAC, Emisora de radio y Bizarro Mesa.

10. **PRESS TRIP ALAN POR EL MUNDO:** Se realizó Press con Bloguero Mexicano, durante tres días en los cuales se visitaron lugares como Monserrate, Plaza de la Perseverancia, se realizó recorrido por el Centro Histórico, Museo del Oro, Museo de Botero, Parque Bicentenario, Torre Colpatria, Recorrido en bici Distrito Graffiti, se visitó la Laguna Guatavita, la Catedral del Sal y algunos de los restaurantes que conforman la oferta gastronómica de la ciudad.

11. **PRESS TRIP ROCK AL PARQUE:** Durante tres días se realizó viaje de familiarización con periodistas de los siguientes medios digitales: Revista Mondosonoro (digital e impreso), Revista Rockaxis (digital e impreso), Revista Clarín (digital) y Portal Vice (digital). Se visitaron lugares como Monserrate, Torre Colpatria y Parque Bicentenario y algunos de los restaurantes que conforman la oferta gastronómica de la ciudad. Se realizaron actividades de Tejo, Taller del Graffiti, Salida en bici hasta Usaquén en la Ciclovía (con guía), Recorrido Usaquén- Mercado de las pulgas, Recorrido Centro Histórico (Museo del Oro, Museo de Botero y La Candelaria) y Actividades Rock al Parque."

"12. **FAM EXPOCOTELCO:** Se realizó recorrido Centro Histórico (Museo del Oro, Museo de Botero y La Candelaria) y se visitaron algunos de los restaurantes que conforman la oferta gastronómica de la ciudad. La agenda no se cumplió a cabalidad debido a que el señor Trincado tiene sede de su restaurante en Bogotá, y conoce la ciudad.

13. **PRESS INTERNACIONAL SMART FILMS** 13 al 17 de septiembre: Press trip internacional con 3 periodistas especializados en cultura, música y arte, se realizó dicho press con el fin de

promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico y ciudad creativa de la música, los medios invitados fueron Periódico El Universal-Filmsteria, Argentina A sala llena, Diario El Universo, este press trip estuvo enfocado al segmento de música, pero también de urbano y de bicicletas. Algunos de los medios ya realizaron notas periodísticas. Los medios de comunicación digitales son excelentes medios para captar clientes potenciales y aumentar el reconocimiento ciudad. Por lo anterior, el Instituto Distrital de Turismo aprovecha la creciente popularidad de estos medios de comunicación para cumplir con uno de sus objetivos que es el de posicionar a Bogotá como destino turístico a través de la divulgación de su oferta y productos turísticos con el fin de atraer visitantes a nivel nacional e internacional y mejorar la imagen de la ciudad, generando desarrollo, confianza y felicidad para todos.

14. **PRESS MÚSICA SACRA 19 AL 23:** Press trip internacional con 2 periodistas especializados en cultura, música y arte, se realizó dicho Press con el fin de promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico y ciudad creativa de la música. Los medios invitados fueron Periódico El Mundo de España y Revista Scherzo especializada en música clásica. el IDT realizó gestión de permisos, agenda y acompañamiento.

15. **PRESS JAZZ AL PARQUE 21 AL 24 SEP:** Press trip internacional con 5 periodistas especializados en cultura, música y arte, "Blog All about Jazz" de Estados Unidos, Angie Tapias escritora de la sección cultural impresa y digital del periódico cartagenero, medio digital e impreso argentino "Infobae" Medio digital e impreso, Giselle Rojas periodista de "Palabra y obra" y el periódico "El mundo" de Medellín Medio digital, Viviana Álvarez de "Jazzismo Radio Medellín"

16. **FAM TRIP CANADA 27 SEP1 OCTUBRE:** Promover y fomentar el desarrollo turístico de Bogotá, que permiten el posicionamiento de la ciudad como un destino de talla mundial. Fueron invitados a este fam trip 4 operadores internacionales CANADA*Canandes International Tours Inc.- Camilo Aguilar, *Airliners - ANIL KUMAR, *JOURNEY THE GLOBE INC. - JACQUELINE ELISA BISHOP, *Polo Travel Ltd - Juan Carlos Jouvin, Naturaleza, Urbano, gastronómico y cultural.

17. **FAM TRIP IBAGUE- VILLAVICENCIO 19 al 22 de Sept:** Se invitaron 4 operadores de Ibagué y Villavicencio como actividad complementaria a la rueda de negocios realizada el año pasado en esta ciudad (Ibagué), el IDT realizó actividades previas para esta realización como solicitud de permisos, realización de agenda, solicitud de tiquetes y acompañamiento.

18. **FAM TRIP NACIONAL:** Actividad realizada del 3 al 6 de octubre. Fueron invitados a este fam trip 4 operadores nacionales de Bucaramanga y Cali.

19. BOGOTÁ INTERNATIONAL FILM FESTIVAL-BIFF: Press trip nacional con periodistas especializados en cultura y cine.

20. FESTIVAL DE TEATRO: 12 al 15 de octubre Press trip nacional con periodistas especializados en cultura, música y arte, se realizó dicho Press con el fin de promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico y ciudad creativa de la música.

21. PRESS TRIP YOUTUBERS COREANOS: Realizado del 15-17 de octubre tuvo como finalidad promover y fomentar el desarrollo turístico de Bogotá. Fueron invitados a este press trip 2 reconocidos youtubers Koreanos.

22. FAM RUEDA DE NEGOCIOS: Actividad realizada el día 26 de octubre con 65 empresarios en el marco de la rueda de Negocios Bogotá Destino Turístico Creativo, se llevó a cabo el FAM que tenía como objetivo promocionar productos turísticos relacionados con los temas de la RN y de esta manera se creen nuevos productos turísticos, empaquetando estos atractivos. Turismo de Naturaleza, Gastronomía, Bicicleta, Música y Turismo cultural.

23. PRESS TRIP ARTBO: 25 AL 28 DE OCT Press trip internacional con periodistas especializados en cultura, música y arte, se realizó dicho press con el fin de promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico y ciudad creativa de la música. MEDIOS DIGITALES: GQ, Departures GQ, Departures, Vanity Fair Spain, Wallpaper, Cool Hunting, Revista N (Clarín), El Universal México, El Mundo, Cultured. Los medios de comunicación digitales son excelentes medios para captar clientes potenciales y aumentar el reconocimiento ciudad.

24. FAM TRIP RUTA COLONIAL 6-9 DE NOVIEMBRE: Teniendo en cuenta el proyecto de promoción internacional que tiene el IDT y FONTUR, se convocaron a 2 empresarios de Argentina y 1 de Ecuador para realizar promoción de la ruta colonial, este fam se coordinó con Quito Turismo sin embargo al final la porción de Quito no se pudo realizar. La agenda de este fam incluyó el recorrido por el Centro Histórico, el Museo del Oro, Monserrate, con el fin de validar la oferta de ruta colonial en Bogotá.

25. PRESS TRIP NATURALEZA COTELCO: Realizado del 30 de noviembre al 3 de diciembre con el objetivo de promover y fomentar el desarrollo turístico de Bogotá, para el posicionamiento de la ciudad como un destino de talla mundial.

Apoyo a eventos:

1. IFLS+EICI ACICAM: 89 compradores internacionales de 13 países asistieron a International Footwear and Leather Show (IFLS) y a la Exhibición Internacional del Cuero e Insumos, Maquinaria y Tecnología (EICI) en Bogotá. El IDT hizo presencia de marca de ciudad a través de: PIT, gigantografía (pabellón B), dos skyline (pabellón A) y material promocional. Adicionalmente, branding de columnas de la entrada a Corferias por la Avenida Esperanza.
2. WEBINAR DE NATURALEZA Y BICICLETA: A través del webinar se logró Promocionar a Bogotá como destino turístico, enfocado al segmento de naturaleza y al uso de la Bicicleta como elemento conductor en el desarrollo de actividades en la ciudad, esto a través de la divulgación de la oferta y de la puesta en conocimiento del portal bicitravesiasbogota.gov.co, con esto se espera los operadores incluyan a Bogotá en su portafolio de servicios con oferta nueva e innovadora.
3. CLUB COLOMBIA CHAMPIONSHIP: El IDT apoyo el evento con las siguientes actividades: Marca ciudad, con la gigantografía de 4 piezas y con material promocional.
4. FESTIVAL CENTRO: El IDT realizó presencia en el evento a través de las siguientes acciones: Gigantografía LED; Punto de Información Turística en Fundación Gilberto Álzate Avendaño; Material Promocional, 500 mapas ESP, 80 mapas ING, 350 Bicitravesias ESP, 50 Bicitravesias ING; difusión en agenda de ciudad y difusión del evento en la Agenda de Ciudad.
5. FERIA GOBIERNO AL PARQUE: El IDT apoyo el evento con las siguientes actividades: hizo presencia de marca ciudad, con la gigantografía de 4 piezas; Punto de Información Turística y Material Promocional.
6. SHOWROOM BICITRAVESIAS PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO BICICLETA: el IDT hizo presencia de marca ciudad con la gigantografía de 4 piezas, un skyline de marca ciudad para el área de registro, tres bicicletas marca ciudad y dos pendones. Se socializó la iniciativa del distrito para promover a Bogotá como la capital mundial de la bicicleta, generando así mayor encadenamiento productivo en torno al turismo en bicicleta.
7. BOGOTÁ DESIGN FESTIVAL-BDF: El Instituto Distrital de Turismo apoyo el evento con una conferencia a cargo del Director General del Instituto Distrital de Turismo sobre ""Bogotá como destino creativo"", Presencia de Marca Ciudad en el evento a través de la gigantografía, Distribución de Material Promocional, Difusión del evento en redes sociales y Difusión en Agenda Ciudad.
8. FESTIVAL IBEROAMERICANO DE TEATRO- FITB: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento en la inauguración, evento jueves y viernes en la plaza de toros y en la clausura

(Parque Simón Bolívar) con un Punto de Información Turística, Material Promocional, Marca Ciudad Gigantografía, Difusión en Agenda Ciudad y Difusión en Redes Sociales.

9. STEREO PICNIC: El IDT apoyó el evento con las siguientes actividades: marca ciudad, con la gigantografía, material promocional, difusión del evento en redes sociales, difusión en agenda ciudad e instalación de un Punto de Información Turística durante 3 días. En el evento se atendieron un total de 987 usuarios discriminados de la siguiente manera: 789 residentes, 45 extranjeros y 153 nacionales. El apoyo a este evento permitió el cumplimiento de una de las funciones del Instituto Distrital de Turismo que atiende a coordinar con entidades oficiales o privadas que tengan en su haber funciones que se relacionen y/o afecten la actividad turística, el planeamiento, articulación y establecimiento de alianzas estratégicas para la ejecución de sus planes y programas.

10. FILBO RUEDA DE NEGOCIOS - FILBO: El Instituto Distrital de Turismo logró posicionar a Bogotá como destino turístico, a través de algunas acciones tales como el informador itinerante, entrega de material promocional, difusión en redes sociales y aparecer en la agenda ciudad; adicionalmente se fortaleció el posicionamiento de la marca ciudad a través de la gigantografía, lo que generó el cumplimiento de una de las funciones del IDT que hace alusión a impulsar el desarrollo empresarial turístico en coordinación con las instituciones de apoyo empresarial distritales, departamentales y nacionales.

11. 8° CONGRESO DE MOVILIDAD Y TRANSPORTE: Con el apoyo a este evento el Instituto Distrital de Turismo generó una recordación de la marca en los asistentes, a través de la instalación de la gigantografía y difusión en la agenda ciudad. Adicionalmente, se brindó información de interés y material promocional para los asistentes al evento, sobre el destino, facilidades y servicios, mediante la instalación de un punto de información turística logrando atender 202 usuarios

12. WORLD TOURISM CITIES FEDERATION -WTCF: La WTCF es la primer organización mundial de turismo enfocada en las ciudades, originada hace seis años en Beijing, cuenta hoy en día con 128 ciudades miembro, dentro de las cuales se cuenta Bogotá. La WTCF contribuye con acciones de cooperación e intercambio de experiencias de desarrollo turístico entre ciudades; así como la promoción de los recursos y productos turísticos; el desarrollo y la prosperidad de la industria mundial de viajes y turismo.

13. BOGOTÁ FASHION WEEK: Esta iniciativa se suma a la apuesta Cámara de Comercio de Bogotá -CCB por apoyar y fortalecer las Industrias Creativas que iniciaron hace más de 12 años con plataformas de negocios como ARTBO, Bogotá Audiovisual Market (BAM) y el Bogotá Music Market (BOmm), que en la actualidad son referentes en Colombia y América Latina. EL

IDT apoyó el evento con las siguientes actividades: caja de luz led marca ciudad, pauta nacional en el aeropuerto El Dorado de Bogotá con spot de 20 segundos, pauta digital en los periódicos nacionales: El Heraldó, El Colombiano y El País y pauta digital nacional en Facebook y difusión en Agenda de Ciudad.

14. III CONGRESO DE CENTROS DE CONVENCIONES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: El IDT apoyó con presencia de Marca ciudad en la Pantalla del escenario, instalación de la gigantografía de cuatro piezas y pendón retráctil. Bogotá es un destino turístico MICE, se demostró que la infraestructura de la ciudad es absolutamente competitiva para realizar eventos mundiales. Además, con la presencia de la marca ciudad, a través de la gigantografía estamos generando la recordación de la marca en la industria de los centros de convenciones, exhibiciones y recintos feriales latinoamericanos.

15. BE YOUR FEST: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con presencia de Marca Ciudad a través de la Gigantografía, Punto de Información Turística PIT, difusión en agenda de Ciudad y difusión en redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram. El apoyo a este evento permitió fomentar la cultura a través de la música en residentes y turistas. Adicionalmente con la presencia de la marca ciudad, a través de la gigantografía estamos generando la recordación de la marca en el producto cultural enfocado a la música.

16. ARTBO FIN DE SEMANA: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con presencia de marca ciudad a través de la gigantografía, Punto de Información Turística, difusión en agenda ciudad y difusión en redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

17. ACT IN SPACE COLOMBIA: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con presencia de marca ciudad a través de la gigantografía, Se logró presencia de marca ciudad en este evento de reconocimiento internacional y se realizó activación para generar conexión emocional con los asistentes al evento, ya que se establecieron diálogos en redes sociales que involucraron marca.

18. WOBI: Por segunda vez el IDT acompañó el evento de management más reconocido del mundo, con la presencia de marca ciudad al lado de grandes marcas nacionales e internacionales, CEOs, emprendedores, innovadores, pensadores, artistas y deportistas generando así reconocimiento y visibilidad de la marca ciudad. El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con las siguientes actividades: Presencia de marca ciudad: caja de luz led en la entrada de la biblioteca; Punto de Información; difusión en redes sociales twitter y facebook y difusión en agenda ciudad.

19. ACICAM: El Instituto distrital de Turismo apoyó el evento con las siguientes actividades: presencia de marca ciudad: gigantografía 4 piezas; Punto de Información Turística; redes sociales: Facebook y Twitter; Branding columnas entrada Corferias; Cobranding en directorio de expositores; difusión en agenda ciudad y material promocional. A través de estas actividades se generó recordación de la marca en más de 11.435 empresarios.

20. MINUTO 90: El Instituto Distrital de Turismo apoyo el evento con las siguientes actividades: presencia de marca ciudad: caja de luz led, Punto de Información Turística; activación; difusión en redes sociales: twitter y facebook; difusión en agenda ciudad y material promocional.

21. COLOMBIA AL PARQUE: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con: Presencia de marca ciudad: caja de luz led; Punto de Información itinerante; redes sociales: facebook, twitter e instagram; press nacional; difusión en agenda ciudad y material promocional.

22. BAM: El Instituto Distrital de Turismo apoyo el evento con: Presencia de marca ciudad: gigantografía 4 piezas; Punto de Información Turística; Redes sociales: Twitter y Facebook; Difusión en Agenda Ciudad y entrega de material promocional.

23. FESTIVAL DE VERANO DE BOGOTÁ: El IDT apoyó el evento con las siguientes actividades: Presencia de marca ciudad a través de la Gigantografía de 4 piezas, informador itinerante, material promocional ciudad, Difusión en agenda ciudad y Difusión en Redes Sociales: Twitter, Facebook e Instagram.

24. AMAZING RACE: El Instituto Distrital de Turismo apoyó con las siguientes actividades: Presencia de marca ciudad a través del sky line, informador turístico y material promocional.

25. SHOW ROOM COTELCO: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con las siguientes actividades: presencia de marca ciudad con la gigantografía de 4 piezas y pendones institucionales, Punto de Información Turística y Material Promocional.

26. BOGOTÁ WINE & FOOD FESTIVAL -BWFF-: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con las siguientes actividades: Presencia de la marca ciudad con la gigantografía de luz led, Pauta en el Aeropuerto Internacional El Dorado, Difusión en agenda ciudad y Difusión en redes sociales: Twitter, Facebook e Instagram.

27. BOGOTÁ ZONA MICE: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con las siguientes actividades: Presencia de Marca ciudad con la gigantografía, Presencia de un informador y Material Promocional.

28. ALIMENTARTE 2018: EL IDT apoyó el evento con las siguientes actividades: Presencia de Marca Ciudad con la gigantografía de 4 piezas, Presencia de Punto de Información, Material Promocional, Difusión en redes sociales y Difusión en Agenda de Ciudad.

29. ROCK AL PARQUE: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con las siguientes actividades: Marca ciudad con la caja de luz led en rueda de negocios, Punto de Información Turística, Difusión en Redes Sociales y Difusión en Agenda Ciudad.

30. DÍA DEL ROCK 15 SEP: Segunda edición del encuentro que busca ser un espacio de impulso y promoción del rock colombiano el cual contó con la participación de 13 bandas, 19 agrupaciones entre las que figuraron Kronos, Chimo Psicodélido, La Sociedad de la Sombrilla, No Soy un Robot e invitados de otras ciudades como La Doble A desde Medellín e invitación especial: Poligamia. Este evento se llevó a cabo gracias a alianzas con la academia, asobares, algunos almacenes, Circularart (mercados musicales más importantes de Latinoamérica), se contó aproximadamente con más de 12.000 mil asistentes. El IDT apoyó el evento con las siguientes actividades: * Difusión en agenda ciudad, * Pauta nacional en: Publimetro, El Tiempo y El Espectador, * Difusión en redes sociales (facebook, twitter e Instagram).

31. MÚSICA SACRA (SEP): El Festival Internacional de Música Sacra -FIMS- es un evento que busca divulgar y reafirmar las tradiciones culturales a través de la música sagrada, es un evento único en Latinoamérica y que busca posicionarse como "capital de la música sagrada". Tuvo una duración de 4 semanas con conciertos diarios por toda la ciudad en los más emblemáticos escenarios de la capital colombiana: iglesias, templos, teatros, auditorios, colegios, universidades, cárceles y clínicas. El evento tuvo 221 eventos, 93 asistentes, 2967 artistas, 1335 publicaciones en medios y 97 escenarios y aproximadamente 3000 asistentes. El IDT apoyó el evento con las siguientes actividades: En el evento inaugural se hizo presencia de marca ciudad a través de la gigantografía de 4 piezas y caja de luz led; recorridos guiados por el Centro Histórico (15,22 y 29 de septiembre de 1:30 pm a 2:30 pm; difusión en agenda ciudad, difusión en redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

32. SMART FILMS 14, 15 Y 16 SEP: SmartFilms es un festival de cine de películas realizadas con celular con la misión de democratizar el cine, haciendo uso de las nuevas plataformas digitales de comunicación y difusión. En el evento se realizan actividades pedagógicas y de activación para incentivar a las personas a que participen y fomenten la industria cinematográfica en Colombia. Se trató de la cuarta versión del festival de cine de cortos hechos con teléfonos móviles, que combina una agenda cultural y académica con invitados nacionales e internacionales. 17.000 personas haciendo cine con celular, ATL: Publicidad en medios convencionales: 600 millones de impactos. BTL: Publicidad en formas no masivas de

comunicación dirigidas a segmentos de mercadeo específicos: 41.200 asistentes a la agenda académica, 8.030 asistentes al congreso SMART FILMS

EL Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con presencia de marca ciudad con la gigantografía de 4 piezas en la inauguración del evento y en la rueda de prensa con Oliver Stone; presencia de Punto de Información en Cafam Floresta- Teatro Bellas Artes; material promocional; difusión en redes sociales, difusión en agenda de ciudad, activación de marca entorno a experiencia gastronómica en restaurante Harry Sasson; presstrip y pauta en aeropuerto.

33. MACARENAZO 09 DE SEPT: Festival gastronómico y cultural organizado por la Fundación Festival Macarenazo, el cual busca cambiar la imagen del sector e incentivar la visita de turistas y residentes para apreciar la riqueza gastronómica, cultural y artesanal que tiene el sector, con la participación de cerca de 3.000 asistentes. El apoyo se brindó con presencia de marca ciudad con la gigantografía de 4 piezas, un Punto de Información Turística, difusión en redes sociales, difusión en agenda ciudad, activación del día del ajíaco.

34. PAGINA WEB BOGOTADC.TRAVEL: Se realiza el lanzamiento el día 27 de octubre, en el planetario de Bogotá con cerca de 80 asistentes.

35. ARTBO: 25-28 DE OCT: El Instituto Distrital de Turismo apoyó el evento con difusión en redes sociales, material promocional de ciudad, difusión en agenda de ciudad, PIT, pauta en cuatro aeropuertos nacionales (CLO. BAQ. BGA. MDE), pauta en la pantalla de llegadas internacionales en el aeropuerto El Dorado, presstrip internacional, promoción de ARTBO en 18 pedestales digitales de ciudad.

36. SOFA 11-15 OCT: El IDT apoyó el evento con presencia de marca ciudad con la, Punto de Información Turística, difusión en redes sociales. Adicionalmente con la presencia de la marca ciudad por medio de la gigantografía y las demás actividades se generó recordación de la marca ciudad en 180.000 asistentes del evento.

37. WALK 21 16-18 OCT: El IDT apoyó el evento con presencia marca ciudad con Gigantografía de 4 piezas, Punto de Información, Sky line, difusión en pedestales, material promocional, presencia en redes sociales, difusión en agenda ciudad. Adicionalmente con la presencia de la marca ciudad por medio de la gigantografía y las demás actividades se está generando recordación de la marca ciudad en más de 1.500 asistentes del evento.

38. LACQUA 2018 23-26 OCT: Este evento propone como eje central, la acuicultura para la construcción de redes de paz. El apoyo a este evento aumentó y fortaleció la marca ciudad lo que está generando recordación y posicionamiento en los asistentes del evento.

39. **BARCÚ 24-29 OCT:** El IDT apoyó el evento con presencia de marca ciudad con la caja de luz led, material promocional, difusión en agenda ciudad.

40. **CIRCUITO ARTE MODA- CAM:** Cobranding con la marca ciudad como estrategia de posicionamiento de Bogotá como un destino turístico cultural.

41. **OPERA AL PARQUE:** Cobranding con la marca ciudad como estrategia de promoción de Bogotá como Ciudad Creativa de la música, a lo largo de 24 actividades, en 15 escenarios de siete localidades de la capital. La relación de la marca se dio a través de: pantallas de los escenarios, spot audiovisual en pantalla aeropuerto y pedestales digitales.

42. **EL DORADO FEST 6 -7 DE NOVIEMBRE:** Una oportunidad para fortalecer las relaciones y generar nuevas sinergias de trabajo con los representantes de la industria publicitaria de nuevas tendencias, medios, prensa y mucho más. Adicionalmente con la presencia de la marca ciudad por medio de la gigantografía se generó recordación de la marca ciudad en 400 asistentes al evento.

43. **CONFERENCIA LATINOAMERICANA SOBRE GESTIÓN URBANA NOCTURNA** realizada el 22 de noviembre: Este evento fue una oportunidad para apoyar el fortalecimiento de las empresas y el mejoramiento de los negocios de la ciudad región, reconociendo la importancia de promover iniciativas de Economía Nocturna que permitan impulsar el desarrollo económico de diversos sectores productivos como el comercio, y servicios como logística, transporte, seguridad; así como de las industrias creativas, deporte, entre otros.

44. **SINGULARITY 28 Y 29 DE NOVIEMBRE:** Con la presencia de la Marca Bogotá se generó recordación en 1.300 asistentes al evento, que por primera vez se realizaba en Colombia y que contó con la participación de 10 profesores de Singularity U, 6 emprendedores de Singularity U y 8 expertos emprendedores invitados. La relevancia de lo anterior, radica en que los asistentes al evento son personas interesadas en dar soluciones a los grandes problemas de la humanidad a partir de ideas innovadoras que puedan tener gran alcance poblacional.

45. **TEDX BOGOTA MUJERES 29 DE NOVIEMBRE:** Con el apoyo a este evento el Instituto Distrital de Turismo resalta el papel tan importante que tiene la mujer como agente dinamizador de la economía en todos los ámbitos. Adicionalmente con la presencia de la marca ciudad se generó recordación en 2.500 asistentes al evento.

46. **FORO GLOBAL DE BEST CITIES** realizado del 9 al 12 de diciembre: Bogotá es la única ciudad de América Latina que forma parte de Best Cities Global Alliance, un exclusivo grupo al que pertenecen ciudades como Dubai, Edimburgo, Houston, Melbourne y Tokio, entre otras, la

participación de Bogotá como sede de este foro se constituye en una gran oportunidad para la promoción internacional de la ciudad como escenario para eventos de talla mundial.

47. NAVIDAD EN BOGOTÁ 2 de diciembre al 7 de enero de 2019: La organización de Navidad 2018, giró en torno a 3 comités interinstitucionales y de articulación con sector privado: Agenda ciudad, iluminación y comunicaciones. Producto de este gran esfuerzo se presentaron los siguientes logros: i) Agenda ciudad: 194 eventos programados en su mayoría gratuitos. ii) Iluminación: 46 Sectores iluminados, 10 millones de bombillos instalados, 100.000 metros cuadrados de parques y plazuelas iluminados, 14 km de vías iluminadas y 8 Árboles de Gran Formato instalados. iii) Comunicaciones: Producción de material promocional: plegable Navidad, Actualización App navidad, Freecard del espectáculo "Mas cerca de las estrellas", habladores, banners y piezas de comunicación y pauta digital. A través de los PIT se atendieron 12.071 personas.

5.4. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN TRANSPARENTE Y EFICIENTE

Con el propósito de avanzar en la construcción de una cultura de transparencia en la entidad y de afianzar comportamientos ciudadanos para la defensa de los bienes públicos, el Instituto Distrital de Turismo desarrolló su gestión de manera articulada entre los diferentes procesos para un sostenido mejoramiento continuo.

5.4.1. Direccionamiento estratégico

Se orientó la definición del referente estratégico y de la planificación del Sistema Integrado de Gestión mediante la formulación y seguimiento de planes, programas y proyectos con criterios de responsabilidad social, sostenibilidad económica, social y ambiental, a fin de dar cumplimiento a la misión del Instituto Distrital de Turismo, adelantando las actividades necesarias para la correcta planeación en la Entidad.

Como parte de la implementación del Sistema Integrado de Gestión-SIG, se adelantaron las actividades correspondientes con miras a mantener el sistema dando cumplimiento a los requisitos que exigen las normas frente a los 7 subsistemas que lo componen: Gestión de la calidad, Control interno, Gestión ambiental, Responsabilidad social, Seguridad y salud en el trabajo, Seguridad de la información, Gestión documental y archivo; haciendo la revisión y actualización de la documentación asociada al SIG y realizando autodiagnósticos por proceso, para la transición al nuevo modelo de planeación y gestión MIPG, apoyándonos con capacitaciones de la Dirección de Desarrollo Institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá para la socialización e implementación del Modelo. Adicionalmente se realizó la consolidación de los

componentes de la matriz de requisitos MIPG, se realizaron las Resoluciones para la creación de los comités Institucional de Gestión y Desempeño y Coordinación de Control Interno del Instituto Distrital de Turismo en virtud del MIGP, las cuales quedaron en firme y fueron socializadas a la comunidad institucional del IDT.

En 2018 se realizó preauditoría para el mantenimiento de la certificación de calidad quedando establecido el cronograma para recibir la auditoría de recertificación para el mes de marzo DE 2019.

Como parte de los mecanismos de prevención contra la corrupción en la gestión del IDT, se elaboró el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano-PAAC para cada vigencia y se elaboró el Plan Institucional de participación ciudadana el cual fue aprobado, socializado a la comunidad institucional e implementado.

Dando cumplimiento al PAAC, se hizo seguimiento a la ley 1712 de 2014, actualizando la matriz de Ley de Transparencia y haciendo el seguimiento correspondiente para la publicación oportuna de la información de acceso público. Dentro de las actividades establecidas en Plan, se realizó un ejercicio de activación en el marco de la estrategia de participación ciudadana. En el mismo participaron 70 servidores públicos, de los cuales la mayoría (funcionarios y contratistas) que trabajan en el IDT, a través de la encuesta aplicada, conocen su derecho a participar y responsabilidades con que cuenta para incidir en la gestión de la entidad. También se realizó un ejercicio de conversatorio café sobre el tema de Participación Ciudadana exponiendo los deberes y derechos de los servidores públicos frente a la Participación Ciudadana y otro ejercicio de identificación de las actividades para dar cumplimiento a los elementos establecidos en la encuesta de Índice de Transparencia por Bogotá.

En 2017, Transparencia por Colombia evaluó 34 entidades distritales, entre ellas el IDT, obteniendo una calificación del Índice de Transparencia, de 66.8, con un Nivel de Riesgo Medio. Una vez conocidos estos resultados desde la Dirección, se generaron los lineamientos para realizar el seguimiento y las acciones correctivas pertinentes para lograr posicionar mejor al IDT con acciones para minimizar el riesgo de actos corruptos.

Durante el 2018 se trabajó en implementar dichas acciones que fueran necesarias en aquellas variables en dónde se presentaban puntajes bajos y un seguimiento continuo ya que un gran porcentaje de la información que debe ser de acceso público por medio de la página Web está en constante cambio.

De esta forma para diciembre de 2018 se presentaron los siguientes avances:

| INDICE DE TRANSPARENCIA INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO | | | |
|---|----------------------|----------------------|-------------------------|
| INDICADOR | RESULTADO PRELIMINAR | RESULTADO DEFINITIVO | AVANCE A DICIEMBRE 2018 |
| I. Visibilidad - Peso factor 30% | 72,3 | 79,3 | 98,1 |
| 1.1 Divulgación de la Información Pública | 58,8 | 79,6 | 100,0 |
| 1.2 Divulgación de la gestión administrativa | 68,7 | 72,4 | 100,0 |
| 1.3 Divulgación de la gestión presupuestal y financiera | 92,9 | 92,9 | 96,4 |
| 1.4 Divulgación de trámites y servicios al ciudadano | 60,4 | 69,2 | 95,8 |
| II. Institucionalidad - Peso factor 40% | 53,3 | 65,8 | 86,3 |
| 2.1 Gestión de Talento Humano | 61,5 | 61,5 | 84,3 |
| 2.2 Políticas de comportamiento ético y organizacional | 67,2 | 77,4 | 81,5 |
| 2.3 Gestión de la planeación | 55,0 | 68,8 | 75,0 |
| 2.4 Gestión de la contratación | 64,4 | 91,6 | 100,0 |
| 2.5 Medidas y estrategias anticorrupción | 23,1 | 34,2 | 85,0 |
| III. Control y Sanción - Peso factor 30% | 50,0 | 55,5 | 85,0 |
| 3.1 Sistema de PQRS | 77,5 | 85,0 | 92,5 |
| 3.2 Rendición de cuentas a la ciudadanía | 6,2 | 19,6 | 59,6 |
| 3.3 Control Social | 68,1 | 73,6 | 77,8 |
| 3.4 Control Institucional | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| 3.5 Control Interno de Gestión y Disciplinario | 97,2 | 97,2 | 100,0 |
| CALIFICACION INDICE DE TRANSPARENCIA | 58,02 | 66,78 | 89,43 |
| NIVEL DE RIESGO | ALTO | MEDIO | BAJO |

El cuadro resumen nos muestra como se había tenido un resultado de 66,78, con un Nivel de Riesgo MEDIO y con las acciones de cada una de las áreas responsables y el acompañamiento y seguimiento de la Oficina Asesora de Planeación, pasó a 89,43 puntos lo que nos ubica en un Nivel de Riesgo BAJO.

Se hizo una revisión total de la matriz de ITB con la Oficina de Control Interno para definir áreas responsables de cada tema, temas pendientes de actualizar y publicar, seguimiento continuo de la matriz Vs. Página web del Instituto para verificar el cumplimiento de cada una de las variables evaluadas por Transparencia y se asistió a los Talleres de Índice de Transparencia convocados por la Veeduría Distrital y Transparencia por Colombia, realizados mensualmente.

Es importante tener en cuenta que la mayoría de la información publicada es dinámica, más aún cuando terminamos la vigencia 2018 y para este nuevo período se debe mantener actualizada y publicada, ya que una vez comiencen las mediciones por las entidades competentes sólo será válido lo que aparezca en la página Web.

Como parte del seguimiento a la gestión del IDT, se mantuvo la administración y soporte de la herramienta “Plan de Gestión Institucional” a través de la cual se realizó la programación y seguimiento a la gestión en la vigencia 2018, emitiendo los lineamientos necesarios para efectuar

el proceso de programación por parte de los líderes de cada uno de los procesos del IDT, así mismo, se realizaron capacitaciones por dependencias al inicio de la vigencia para realimentar el procedimiento de programación y seguimiento a la gestión. Mensualmente se realizó seguimiento a la gestión a través de la herramienta siendo esta la fuente para consolidar la información necesaria para dar respuesta a solicitudes, elaborar informes, dar cuenta del avance en la ejecución física y presupuestal de las metas y reportar el seguimiento a la ejecución del Plan de Desarrollo.

Adicionalmente, se hizo seguimiento a la ejecución del presupuesto de inversión presentando periódicamente en comité directivo, el estado de avance y las alertas correspondientes del rezago frente a lo planeado y se mantuvo el control frente a la programación del Plan Anual de Adquisiciones, validando las solicitudes de CDP verificando su correspondencia con lo programado en el Plan Anual de Adquisiciones. Igualmente, se brindó acompañamiento y orientación a las dependencias en lo correspondiente a las solicitudes de modificación al Plan Anual de Adquisiciones de inversión y validación de cambio de montos entre metas de inversión o conceptos de gasto, dando trámite a las solicitudes de modificación presupuestal del presupuesto de inversión.

Igualmente, se coordinó y acompañó a las dependencias en el proceso de formulación del anteproyecto de presupuesto 2019 y consolidación del Plan Anual de Adquisiciones de inversión 2019 del IDT, con la proyección de la contratación programada por cada dependencia, presentando ante el Concejo de Bogotá el anteproyecto de presupuesto 2019 en el mes de noviembre de 2018.

5.4.2. Estrategia de comunicaciones

Con el objetivo de asesorar y apoyar a la dirección y a los demás procesos del Instituto Distrital de Turismo, en la gestión de las comunicaciones internas y externas en forma oportuna y confiable con el fin de posicionar la entidad ante el sector turismo y la opinión pública, en 2018 se adelantó la gestión necesaria para obtener un posicionamiento y reconocimiento de las actividades que se realizan al interior de la entidad, actualizando permanentemente contenidos en la intranet y en la página web del IDT.

Frente a la comunicación externa se hizo seguimiento y monitoreo a las noticias relacionadas con el IDT evaluando el impacto en la entidad, se hizo 147 comunicados de prensa, 665 contenidos para ser difundidos a través de redes sociales y se cubrió 271 eventos para obtener un posicionamiento y reconocimiento de la entidad, generando paquetes de prensa que fueron enviados a periodistas y medios de comunicación logrando así publicaciones sin ningún costo. Este trabajo free press permitió a la entidad un ahorro de \$2.348.175.052.

Del mismo modo, se cambió la imagen a la página web www.bogotaturismo.gov.co, permitiendo una mejor navegación y claridad al usuario sobre la gestión institucional, registrando un aumento de 600 mil visitantes en el año 2018, con 2.311.028 visitas. Por otro lado, se generó contenido nuevo y novedoso como “De tour por Bogotá”, lo que registró un crecimiento considerable en redes sociales.

Respecto a redes sociales, se hizo un análisis a través de Twitter Analytics y Estadísticas de Facebook, para trazar el comportamiento de las cuentas institucionales, que sirvieron de base para el rediseño y fortalecimiento de la estrategia de redes sociales del IDT para 2018. A través de las redes sociales se hizo divulgación de las piezas e invitaciones a los diferentes eventos asociados a turismo, dada la importancia de estos medios en la planeación de estrategias de impacto en comunicaciones, evidenciando un aumento promedio de seguidores y alcance orgánico, es decir sin invertir en pauta digital, y solo como resultado de la estrategia comunicativa de redes en Twitter ganamos un total de 1.819 seguidores, y en Facebook 3.204 seguidores más.

Durante el 2018 se logró visibilizar temas de importancia para el sector siendo tendencia #1 en twitter a nivel local y nacional con los siguientes mensajes.

1. Feria ANATO: #DeBogotáMeGusta
2. Día del Ajiaco: #DíaDelAjiaco
3. Festival Macarenazo: #EnamórateDeLaMacarena

Mediante trabajo articulado con otras entidades se fortaleció la página web www.bicitravesiasbogota.gov.co, incrementando la participación e interacción de las personas en la misma, así como generar tráfico desde las cuentas de la entidad con más de 682.000 visitas.

Igualmente, se logró comunicar de manera oportuna la oferta de la entidad respecto al fortalecimiento de los productos turísticos Bicitravesias, Ruta Leyenda El Dorado y Aviturismo, aumentando la participación del público objetivo, con publicaciones realizadas en distintos medios de la ciudad y a la par, se realizó 12 videos de promoción de ciudad destacando productos de naturaleza, urbano, gastronómico, entre otros. Estos videos se realizaron con un presupuesto muy reducido, pero de muy buena calidad. Dichos videos fueron movidos en las redes sociales de IDT.

Adicionalmente, se entregó un Destination Toolkit a más de 70 hoteles y agencias de viajes con información necesaria para la promoción de la ciudad. Este material contiene mapas, videos,

fotografías, brochures y demás información que puede ser usada por el sector para seguir posicionando a Bogotá como el primer destino turístico del país.

5.4.3. Atención al ciudadano

Con el objetivo garantizar el derecho de la ciudadanía a un servicio digno, efectivo, de calidad y oportuno que permita satisfacer sus necesidades y mejorar su calidad de vida, así como proveer de forma permanente el control y la participación ciudadana, se consolidó cada uno de los canales establecidos por el IDT para la atención al ciudadano:

- Permanentemente dio trámite de todas las PQRS recibidas, dando trámite a su respuesta y se cumplió con el ingreso de todas las PQRS al Sistema Distrital de Quejas y Sugerencias para unificar el medio de control y cumplir con el compromiso con el Distrito, emitiendo mensualmente los informes de ley de PQRS para la Veeduría, la Personería y la Secretaría General de la Alcaldía Mayor.
- Diariamente se revisaron los correos institucionales recibidos a través de defensorciudadano@idt.gov.co e info@idt.gov.co, dando trámite a las solicitudes recibidas por este canal.
- Diariamente se atendió llamadas a través del canal de atención telefónica respondiendo un promedio de 200 llamadas mensualmente para brindar información general de la Entidad.

Así mismo, se apoyó la elaboración del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano – PAAC para la vigencia 2018, realizando seguimiento permanente al componente de Atención al Ciudadano. De acuerdo con el cronograma para la ejecución de las actividades del Plan, se desarrolló un ejercicio de "Cliente incógnito" en los Puntos de Información Turística - PIT Centro Histórico y PIT Centro Internacional, como estrategia de que permitió evidenciar las oportunidades de mejora en la atención al ciudadano, así mismo se realizó capacitación de Calidad en el servicio y formulación del mapa de Riesgos para el proceso de atención al ciudadano, se realizó una campaña informativas sobre “Decálogo del buen trato en atención al ciudadano”, de conformidad con el artículo 7° de la Ley 1437 de 2011 y se realizó una actividad institucional sobre participación ciudadana.

5.4.4. Gestión jurídica y contractual

Con el objetivo orientar, asesorar y defender a la entidad en asuntos jurídico-administrativos internos y externos de su competencia, velando de manera oportuna y eficaz por los intereses de la misma y de sus usuarios, en cumplimiento de la normatividad vigente, se brindó asesoría jurídica adelantando 217 procesos de contratación de acuerdo con la normatividad vigente y

atendiendo los requerimientos de las diferentes áreas de la Entidad para el desarrollo del objeto misional del Instituto. Periódicamente se reportó la información inherente a la contratación en el portal de contratación pública y se remitieron los informes requeridos por las diferentes entidades de control.

En materia de defensa judicial, se llevaron a cabo dos sesiones del Comité de Conciliación al mes conforme a los lineamientos establecidos en las normas, para un total de 22 sesiones, de tal forma que éste estuvo activo en su gestión para dar respuesta a las solicitudes de conciliación presentadas y/o atender los requerimientos judiciales que fueran de su competencia.

Por otra parte, desde la Oficina Asesora Jurídica se respondieron 6 acciones de tutela a las que fue vinculada la entidad, cuyos fallos definitivos fueron favorables al Instituto. De igual forma, en el año se contestaron 2 demandas, una de acción de nulidad y restablecimiento de derecho y una de simple nulidad, y se presentaron 4 alegatos de conclusión. Finalmente, se asistió oportunamente a las citaciones judiciales en los procesos en los que es parte el Instituto Distrital de Turismo y se dio respuesta a todos los requerimientos que se pidieron desde estas instancias judiciales.

5.4.5. Gestión del talento humano

Con el objetivo de gestionar el desarrollo del talento humano mediante la formulación y ejecución de planes, programas y proyectos que contribuyan a su desarrollo integral y su bienestar, fortaleciendo su conocimiento y competencias necesarias para cumplir con la misión y la visión de la entidad, se implementaron a través de acto administrativo, los planes institucionales de bienestar e incentivos, capacitación y seguridad y salud en el trabajo para la vigencia 2018.

Los diferentes planes construidos a partir del abordaje de las necesidades surgidas de las encuestas realizadas a los servidores de la entidad y que se adelantaron conforme a los procedimientos, se materializaron con una serie de actividades que se desarrollaron con recursos propios (asignaciones presupuestales) y que para los casos de Bienestar y Salud en el Trabajo contaron con el apoyo de la ARL Positiva y la Caja de Compensación Compensar.

Entre las actividades desarrolladas se mencionan: feria de servicios Compensar, Taller “Mujer es Poder” en el día de la mujer, actividades de bailoterapia, cambiación de monas, programa de inducción y re inducción, gestión ambiental, acoso laboral, socialización programa DASCOD, evaluación del desempeño, pensiones, código de tránsito, política LGBTI, día de la madre, día de los niños, jornadas para manejo de estrés, exámenes médicos ocupacionales, entrega de boletas a Stand up Comedy, vivenciales a brigadistas, charlas de estilos de vida saludable, capacitación

Google Apps, entrega de bono para padres, novenas navideñas, cierre de gestión, recorrido – caminata ecológica, día de la familia, entre otras.

De acuerdo con los resultados de las encuestas de satisfacción en las actividades realizadas en el marco de los programas de bienestar, capacitación y SG-SST, se alcanzó un nivel de satisfacción del 95%.

Adicionalmente, se adelantaron los trámites administrativos necesarios conforme a las solicitudes recibidas, tales como resoluciones, comisiones, respuestas a solicitudes, informes y mensualmente se generó dentro de los 22 primeros días calendario, la nómina de empleados de planta del IDT, efectuando los respectivos pagos oportunamente.

5.4.6. Gestión financiera

Con el objetivo de administrar los recursos financieros del Instituto Distrital de Turismo, contribuyendo a la eficiencia y eficacia en la realización de las actividades de la entidad y al cumplimiento de la misión institucional, se gestionó e hizo seguimiento a la programación y ejecución del presupuesto asignado a la Entidad, acorde con lo programado en el Plan Anual de Adquisiciones. Permanentemente se emitieron los informes presupuestales haciendo las alertas correspondientes para lograr una buena ejecución al final de la vigencia fiscal y se complementó con un efectivo seguimiento a la programación y ejecución del Plan Anual de Caja - PAC.

Las alertas se generaron sobre certificados de disponibilidad presupuestal pendientes por comprometer, con el propósito de agilizar la contratación y liberar los recursos no utilizados; la relación de compromisos y pagos de la vigencia, con el fin de llevar el control de pagos y saldos de los compromisos; la ejecución de reservas presupuestales, para verificar los saldos y agilizar los pagos; la ejecución del PAC programado vs el PAC ejecutado.

Se realizó la actualización necesaria en los módulos de PAC SICAPITAL - SHD con el fin de dar trámite a los documentos de pago radicados en el área financiera, tramitando oportunamente el 100% de los pagos radicados de las obligaciones adquiridas por el IDT. Con el fin de socializar las incidencias de no ejecución del PAC, se realizó capacitación dirigida por la Tesorería Distrital de Hacienda al comité directivo del IDT y sus apoyos.

De acuerdo a las solicitudes radicadas en la Subdirección Corporativa se elaboraron los certificados de disponibilidad y de registro presupuestal. Con Tesorería se realizó la conciliación de pagos e ingresos de la entidad, quedando consignado en el acta de conciliación y los informes impresos generados en el sistema predis y opget

Se hizo la programación de la proyección presupuestal de la vigencia 2019, en cumplimiento del cronograma de la Secretaría Distrital de Hacienda-SDH. Se actualizó la información de gastos de funcionamiento acuerdo con la nueva clasificación de cuentas establecida para el Distrito Capital. Igualmente se ingresa al sistema Predis la información detalla de los cuarenta y cuatro (44) cargos de planta que posee el IDT, para el cálculo del presupuesto de servicios personales de la vigencia 2019 y se remite a la SDH los archivos planos de la información y el formato diligenciado de plantas de personal 10-F.08. Por último, se proyectó borrador de los gastos de funcionamiento para la vigencia 2019, aplicando el incremento establecido por la SDH y de acuerdo a la cuota aprobada para la próxima vigencia de gastos generales, se ingresa el presupuesto en el sistema predis desglosando cada rubro por elementos, cantidades, valores unitarios y valores totales.

Se actualizó los procedimientos para el manejo y control contable bajo el Nuevo Marco Normativo (Resolución No 533 del 08 de octubre de 2015 de la CGN, Resolución No 193 del 05 de mayo de 2016 de la CGN, Resolución No 525 del 13 de septiembre de 2016, de la CGN, Catálogo General de Cuentas (CGC) y Resolución N° 271 del 29 de diciembre de 2017, del IDT), y a la luz de los aplicativos (PERNO, TERCEROS, PREDIS, PAC, OPGET, SAE, SAI, SISCO, LIMAY Y CORDIS del Software SICAPITAL), se ajustó los lineamientos y políticas de operación, la estructura documental del área y la responsabilidad del proceso contable.

Teniendo en cuenta la adecuación del Software al nuevo marco normativo, se efectuaron conciliaciones de operaciones recíprocas cuenta CUD, con las Áreas de Almacén, Nómina y Tesorería. Igualmente, se hicieron Comités Técnicos de Sostenibilidad Contable, con el fin de hacer seguimiento a actividades de traslado de bienes muebles, depuración de cuentas de Orden, depuración de bienes entregados a terceros, depuración de bienes de beneficio y uso público, reclasificación de bienes históricos y culturales, entre otras actividades que permitieron la depuración contable en torno al proceso de implementación de normas internacionales.

Finalmente, se presentaron oportunamente los informes correspondientes a contabilidad, presupuesto y tesorería, de acuerdo a lo solicitado por entes de control y otras entidades.

5.4.7. Gestión tecnológica

Con el objetivo de desarrollar, gestionar y administrar los recursos de tecnología informática y los sistemas de información para garantizar su disponibilidad, accesibilidad, seguridad, así como brindar una adecuada y oportuna asesoría y asistencia técnica a todos los procesos, se realizó seguimiento permanente para el correcto funcionamiento de los servicios de conectividad y hosting, se brindó el soporte técnico para el correcto funcionamiento de la infraestructura tecnológica del IDT, se realizó un mantenimiento a los equipos de respaldo y regulación de

energía UPS, se administraron las cuentas de usuario para el acceso a los servicios de la plataforma tecnológica del IDT, de acuerdo a la entrada y salida de los servidores públicos de la entidad y se hizo monitoreo continuo verificando disponibilidad de cuentas de correo.

Igualmente se adquirieron los servicios especializados en tecnología para el correcto funcionamiento de la plataforma tecnológica del IDT, realizando los procesos de contratación necesarios para la adquisición de licencias antivirus para los equipos y servidores de la entidad, custodia de información, mantenimiento preventivo y correctivo de servidores, impresoras, tablets y escaners y compra de toners.

Dentro del proceso de seguridad informática, se administró el ancho de banda (velocidad internet) en los AP, se realizó la configuración para realizar la auditoria de salidas a internet por parte de los usuarios, en donde identificó los sitios visitados y el tiempo que permanece en estos.

Por otra parte, se trabajó en la actualización y capacitación de usuarios de los aplicativos administrativos y financieros del sistema de información SICAPITAL para su correcto funcionamiento y soporte para el correcto funcionamiento de la entidad: SAI/SAE, LIMAY, PERNO, PREDIS, OPGEP Y CORDIS.

Finalmente, en 2018 se inició el desarrollo de una plataforma de recolección y análisis de datos relacionados con el turismo en Bogotá, la cual en su fase inicial, fue construida en dos partes:

-La primera parte, se enfocó en el desarrollo de una aplicación nativa en Android y OIS, garantizando que la información que se recolecte sea acertada. Esta aplicación tendrá la funcionalidad tanto de entregar información pertinente al turista sobre Bogotá y todo lo que la ciudad ofrece, como de recolectar sus gustos y preferencias de manera anónima, la cual será usada únicamente para fines estadísticos. Dentro de la aplicación y como un adicional, se desarrolló la plataforma de agendamiento de recorridos turísticos guiados. Por medio de esta plataforma respondemos de manera más eficiente, las solicitudes de cupos a los usuarios que quieran registrarse, integrando los tres canales, pagina web, aplicación y línea telefónica. La información aquí registrada tendrá usos diferentes a la que se genera por el motor.

La aplicación de la primera fase contiene los servicios de clima, cambio de moneda, inscripción a recorrido guiado gratuito Centro Histórico, enlace a la agenda de la página Web (Bogotadc.travel), Georreferenciación de los puntos de Wifi gratuitos de Bogotá (Eurona y ETB), enlace a pagina Web Bicitravecias y todos los recorridos que se ofrecen, oferta de recorridos sugeridos para que el turista haga solo con el celular, enlace a las pag web de los eventos que el IDT quiere promocionar, PITs georreferenciados, tomar fotografías para completar la sección de Mi viaje. En esta fase también se desarrolló el motor de recolección de datos que integrado a la

aplicación recoge los datos, este motor podrá ser integrado a otras aplicaciones que cumplan las condiciones técnicas necesarias.

-Durante la segunda parte de la fase inicial se deben perfeccionar los servicios antes mencionados, y se definirán los diseños iniciales de los informes que se generaran con los datos recogidos y se presentan en la plataforma DataStudio. En esta segunda parte se debe mejorar el servicio de Mi Viaje el cual lo que busca es motivar el uso de redes sociales y generar recordación entre los usuarios.

La fase dos se enfocó en crear servicios en las aplicaciones de Android y IOS que mejoren la experiencia, como un módulo de FAQs y calificador de experiencia, mejoras y adecuación de la agenda ciudad para que sea funcional en el aplicativo mejorando la oferta, planeador de recorridos, en el cual el usuario puede seleccionar hasta 21 puntos de interés y crear su propio recorrido. Igualmente un lector de QR para Android. En esta segunda fase también se tendrá en cuenta mejorar la experiencia de usabilidad cumpliendo a las normas de accesibilidad que sean pertinentes.

Con lo anterior, se busca fortalecer la estructura tecnológica para toma de decisiones del IDT, así como incentivar el uso de tecnologías que permiten mantener la información actualizada y vigente, integrando en el proyecto las áreas misionales del IDT. Adicionalmente este proyecto se enfocó en resolver las brechas de comunicación entre áreas y entre el IDT y los ciudadanos. Es así que se desarrolló la primera parte de una plataforma a la cual con el tiempo se le podrá integrar tecnologías como inteligencia artificial de mayor escala, el internet de las cosas y demás desarrollos de vanguardia que permiten contar con información más detallada, fiable y actualizada.

5.4.8. Gestión documental

Con el objetivo gestionar, custodiar, preservar y facilitar el acceso y consulta de la memoria y el patrimonio documental del Instituto Distrital de Turismo, se custodiaron los documentos atendiendo las normas archivísticas. Se realizaron transferencias documentales primarias de las áreas de Atención al Ciudadano, Tesorería, Talento Humano, Gestión de Bienes y Servicios, Control Disciplinario, Contabilidad, Presupuesto, Gestión Documental, Oficina Asesora de Planeación, Subdirección de Promoción y Mercadeo, Subdirección de Gestión de Destino, Asesora de Comunicaciones, Observatorio Turístico, Control Interno y Dirección General.

Adicionalmente, con el acompañamiento del Archivo de Bogotá y la estrategia IGA+10, se adelantó la actualización del Plan de Gestión Documental del IDT consignado en el Acta de Comité Institucional de Archivo No 8.

Como parte de la implementación del sistema integrado de conservación, se realizó el análisis bimensual de Temperatura y la humedad relativa en el archivo, evidenciando una fluctuación diaria dentro de los rangos establecidos para la conservación de documentos. Adicionalmente, se realizaron labores de mantenimiento de las instalaciones del archivo central con la limpieza de los mismos para minimizar los riesgos, control de plagas e insectos y limpieza a las unidades de conservación y mobiliario del archivo central con base en el protocolo de limpieza expedido por el Archivo de Bogotá.

5.4.9. Gestión de bienes y servicios

Con el objetivo garantizar el suministro oportuno de bienes y/o servicios a todos los procesos, de acuerdo con las necesidades específicas y la disponibilidad de recursos, se gestionó la contratación necesaria para atender las necesidades de adecuación y mantenimiento de la infraestructura física y operativa del IDT así:

- Arrendamiento de los inmuebles para el funcionamiento de la sede del IDT y el archivo central y el mantenimiento locativo.
- Mantenimiento de la planta telefónica
- Cambio del aviso de la fachada.
- Mantenimiento para el vehículo de propiedad del IDT.
- Desinfección ambiental de elementos, control de vectores, limpieza, mantenimiento y desinfección de tanques.
- Mantenimiento mobiliario rodante de archivo.
- Adquisición de seguros que amparan los bienes e intereses del IDT.
- Adquisición de tableros acrílicos para las oficinas del IDT
- Pago de servicios públicos

De acuerdo con los requerimientos y necesidades identificadas, se procedió a efectuar los mantenimientos a la infraestructura física, con actividades de limpieza, resane y pintura de paredes, mantenimiento para corrección de humedad, tratamiento biológico a sifones, instalación de sensores de humo, mantenimiento redes hidráulica y eléctrica, remodelación de oficinas y baños, mantenimiento motobombas y tanque de agua, entre otras actividades que permitieron tener condiciones óptimas para garantizar la operación de la Entidad.

Igualmente, se gestionó la contratación necesaria para atender las necesidades de servicios administrativos según los requerimientos para el funcionamiento de la entidad, en lo relacionado con el servicio integral de aseo y cafetería, servicio de vigilancia y seguridad privada, suministro

de combustible, suministro de papelería, servicio de mensajería, servicio de telefonía fija y telefonía celular, servicio de transporte público terrestre automotor especial, suscripción virtual a los periódicos "El Tiempo", "El Espectador" y "Portafolio", servicio de televisión por cable y adquisición de insumos para carnet institucional.

Frente al manejo y control de los bienes del IDT, se efectuaron entregas de elementos de papelería, cafetería y material promocional, en un plazo máximo de tres (3) días, de acuerdo a los requerimientos de las distintas áreas del IDT y de acuerdo con los procesos de adquisición de bienes efectuados por la entidad, se dio ingreso al almacén con su correspondiente registro contable en el sistema de SICAPITAL.

Mensualmente se realizaron las conciliaciones de bienes devolutivos, consumo y consumo controlado, se realizó la depuración de cuentas contables, para las NIF y de acuerdo al avance en la implementación del sistema de SICAPITAL, se incorporó al sistema los ingresos y egresos en varias fases así:

Primera Fase

- Levantamiento de inventario, lo que amerita efectuar la inspección física de los elementos como la actualización de inventarios individuales.
- Depuración de elementos devolutivos, bajas, traslados entre otros.

Segunda Fase

- Con la anterior información se procedió a efectuar el cruce de información de los inventarios individuales vs inventarios individuales generados por el sistema de SICAPITAL módulo SAI.
- Se realizaron los ajustes pertinentes como: creación de terceros (contratistas), asignación de cuentas contables, traslados de elementos devolutivos, verificación de la información en el reporte y las demás actividades que requirió el mismo sistema.

Tercera Fase

Se depuró información de los activos del IDT y las respectivas certificaciones del desgaste de los mismos.

Cuarta Fase

- Se efectuaron movimientos de elementos de Bodega – Funcionario; Funcionario - Bodega.
- Se desarrolló la validación de saldos en el sistema de SICAPITAL, módulo de SAE para la verificación y generación de reportes.
- En la medida que se efectuó registro en el módulo SAI, se ajustaron inconsistencias para la funcionalidad del módulo.

Quinta Fase

- Con el propósito de implementar el consumo controlado, se realizó el alistamiento de la información de los elementos de Aseo y Cafetería para migración de datos al módulo SAE.

- Se generó reporte de devolutivos, consumo y consumo controlado para efectuar la conciliación de almacén e inventarios vs contabilidad.
- En la medida que se efectuó registro en el módulo SAI, se ajustó inconsistencias para la funcionalidad del módulo.

Sexta Fase

-Se procedió a efectuar la migración de cantidades de elementos de cafetería para proceder a tener los saldos iniciales, que permiten tener el control administrativo de los mismos. La información fue registrada en el sistema de SICAPITAL.

Séptima Fase

- Puesta en funcionamiento en los módulos de SAE-SAI entradas, salidas y traslados. Pendiente por generar reportes para la conciliación de inventarios.

Al cierre de la vigencia se continúa con la implementación del ingreso administrativo al cual se están efectuando análisis, verificaciones y arreglos según los requerimientos de los usuarios de los módulos de SAE-SAI . De igual manera se efectúa la consulta y el reporte para efectuar las conciliaciones de Almacén e Inventarios vs Contabilidad.

5.4.10. Evaluación control interno disciplinario

Con el objetivo de adelantar los procesos disciplinarios contra los servidores de la entidad, incluidas las diligencias preliminares, la investigación y el fallo en primera instancia cuando sea necesario, se acompañó los asuntos de índole jurídico, relacionados con los procesos disciplinarios del IDT, dando respuesta a los requerimientos de la Personería y Procuraduría respecto a investigaciones disciplinarias adelantadas por esos entes y se dio trámite a los procesos disciplinarios que requirieron actuación procesal, de conformidad con lo estipulado en la Ley 734 de 2002.

Se realizaron los informes trimestrales donde se evidencia el agotamiento de los términos procesales, avance de la etapa de indagación preliminar y análisis quejas allegadas y con el objeto de prevenir faltas disciplinarias se socializó la ley 734 de 2002 a funcionarios y contratistas del IDT, para difundir el contenido de la Ley 734 de 2002 y las normas que la adicionen o modifiquen.

5.4.11. Evaluación institucional

Con el objetivo de evaluar, hacer seguimiento y asesorar a los diferentes procesos de la entidad a través de la aplicación de requisitos legales y reglamentarios, instrumentos y estrategias que permitan identificar oportunidades de mejora e información clave que facilite la toma de decisiones, la mejora continua y el cumplimiento de los objetivos institucionales, la Asesoría de

Control Interno, en cumplimiento de los roles de las Oficinas de Control Interno y de acuerdo a lo establecido en el programa anual de auditorías aprobado por el Comité Coordinador de Control Interno, realizó 121 actividades con base en las normas de auditoría generalmente aceptadas.

Se identificaron los riesgos a cargo de Control Interno y se propusieron nuevos riesgos de corrupción y por proceso, realizando seguimiento al mapa de riesgos del IDT.

Se realizaron las auditorías internas a los procesos según lo establecido en el programa anual de auditorías, evaluando los 14 procesos de la entidad y se realizó arqueos sorpresivos a la caja menor del IDT. Dentro del alcance del programa se consideró el seguimiento de las no conformidades, acciones correctivas y preventivas existentes, riesgos, observaciones de anteriores auditorías y acciones de mejora. Así mismo, se realizó seguimiento a los planes de mejoramiento de acuerdo a lo establecido en el programa anual de auditorías.

Se realizaron actividades de asesoría y acompañamiento a través de comités como: Comité Directivo, Comité Operativo del Sistema Integrado de Gestión-SIG, Comité de Incentivos, Comité de Conciliación, Comité de Contratación, Comité de Inventarios, Comité de Sostenibilidad de Contabilidad y NICSP.

Se presentaron los informes de Ley establecidos en el programa anual de auditorías. Se consolidó y transmitió la rendición de la cuenta anual vigencia 2017 y se remitieron los informes mensuales correspondientes a la vigencia de 2018, prestando asesoría y/o acompañamiento para el cumplimiento de los términos de rendición.

Frente al fomento de la cultura del autocontrol, se remitieron a través del correo electrónico a toda la comunidad del IDT una serie de conceptos relacionados con el fomento de la cultura y se remitió cuestionario de participación donde se premiaron los primeros 10 puestos de las mejores respuestas.

Finalmente, se atendió a los entes de control externos acompañando la revisión de respuesta a los informes solicitados por las auditorías de la Contraloría de Bogotá y la Personería.