



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

# INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

**Informe de Gestión y Resultados**  
**CBN -1090**  
Diciembre 31 de 2010



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

## Tabla de contenido

<b>1. Introducción .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Informe resumido de la Gestión .....</b>	<b>7</b>
2.1 El Instituto en el Plan de Desarrollo Distrital 2008 – 2012 “Bogotá Positiva: para vivir mejor” .....	7
2.2 Presupuesto 2010 y ejecución presupuestal .....	9
2.3 Principales logros del Instituto Distrital de Turismo con impacto en la ciudad .....	11
2.4 Proyectos de inversión .....	13
2.5 Balance de la gestión por proyecto .....	14
2.5.1 Proyecto 0436 - Bogotá Internacional, Turística y Atractiva .....	14
2.5.2 Proyecto 0464 - Fortalecimiento de la Productividad y la Competitividad en el Sector Turístico de Bogotá y su Entorno Regional .....	17
2.5.3 Proyecto 444 - Fortalecimiento Institucional .....	21
<b>3. Información de gestión por procesos .....</b>	<b>24</b>
3.1 Procesos Estratégicos .....	25
3.1.1 Proceso Direccionamiento estratégico .....	25
3.1.2 Proceso Mejora continua .....	29
3.2 Procesos Misionales .....	33
3.2.1 Proceso Gestión del Destino .....	33
3.2.2 Proceso Promoción del Destino .....	41
3.3 Procesos de Apoyo .....	66
3.3.1 Proceso Financiero .....	66
3.3.2 Proceso Jurídico .....	67
3.3.3 Proceso de Comunicaciones .....	68
3.3.4 Proceso de Talento Humano .....	69
3.3.5 Proceso de Sistemas .....	70
3.3.6 Proceso Logístico .....	70
3.4 Procesos de Evaluación .....	72
3.4.1 Proceso de Control y Seguimiento .....	72



## 1. Introducción

Con la creación del IDT en 2007 y la inclusión del turismo como uno de los sectores estratégicos en la Agenda de Competitividad de Bogotá – Región, empezó a reconocerse la importancia del turismo como sector jalonador de desarrollo económico y social para Bogotá, en consonancia con la gran apuesta de Colombia para potenciar al turismo como eje de desarrollo económico y sector de talla mundial. No en vano, casi todos los Miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) destacan la importancia del turismo, especialmente 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.

En ese contexto, el Instituto Distrital de Turismo, en casi cuatro años de existencia, ha impulsado el desarrollo económico de Bogotá, a través de la promoción de la actividad turística de la Ciudad y de gestionar las mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad del destino. En esta dirección, mediante Decreto 327 del 02 de octubre de 2008, se adoptó la Política Distrital de Turismo, la cual definió acciones a desarrollar bajo los lineamientos de fortalecimiento institucional, mercadeo y promoción, inclusión y desarrollo social, competitividad y región capital.

Las acciones adelantadas desde el Instituto, varias de ellas en alianzas estratégicas con el sector público y privado, han redundado en beneficios para la ciudad en materia de generación de ingresos y empleo. Las cifras son claras, Bogotá viene creciendo bien y además se ha posicionado como el primer destino turístico para los turistas internacionales en Colombia, al concentrar en la ciudad más del 50% del total de visitantes extranjeros al país, en un sector que hoy se constituye en la tercera fuente más importante de divisas para el país y en la primera en el ámbito de las exportaciones no tradicionales (2.600 millones de dólares en el 2009).

Bogotá no solo es el primer destino turístico internacional sino también el primer destino de Colombia en turismo de negocios y el mercado más dinámico de todo el país, por ser eje de negocios cada vez más fuerte y referente regional clave.

Este buen comportamiento de la demanda ha propiciado un boom de inversión en el sector hotelero motivado también por las buenas condiciones de negocio en la Ciudad y las exenciones tributarias decretadas para el sector en los últimos años que ha favorecido de manera especial el crecimiento de los ingresos y el empleo en la ciudad. En los 360 establecimientos hoteleros que hacen parte del censo de Bogotá se generan en promedio 5.634 empleos directos y 1.206 empleos temporales por mes e ingresos operacionales de aproximadamente \$527.000 millones.



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

Adicionalmente y de acuerdo con datos del Viceministerio de Turismo y del Instituto Distrital de Turismo, a 2012 se tiene prevista la entrada en operación de 2.671 nuevas habitaciones, en 14 establecimientos, principalmente de las categorías lujo y superior. Esta nueva oferta generará cerca de 1.640 empleos directos y 3.280 empleos indirectos.

Sumado a lo anterior, el crecimiento de la inversión en el sector se ha visto reflejado en el ingreso de nuevas cadenas hoteleras con grandes inversiones que le permiten ofrecer a Bogotá la más completa y sofisticada oferta de hospitalidad con marcas y estándares de talla mundial, así como también en una oferta de ciudad cada vez más calificada y novedosa en restaurantes, bares, sitios de diversión, centros comerciales, outlets, tiendas de diseñadores, atractivos turísticos y culturales con inversiones importantes para atraer a la ciudad espectáculos, eventos y ferias de gran prestancia internacional, que se convierten en un imán importante para los turistas nacionales e internacionales y en la ciudad colombiana con la más completa infraestructura para la realización de ferias, eventos y convenciones.

Estos avances le han permitido a la ciudad ocupar el sexto puesto entre las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina, el puesto 79 entre 330 ciudades del mundo en el último reporte de ranking del ICCA y afianzarse como epicentro de múltiples negocios y anfitriona de un número creciente de eventos y convenciones nacionales e internacionales de muy buen nivel, avances que han sido destacados por los medios influyentes en el mundo, que reconocen las bondades de Bogotá como destino turístico. Hoy Bogotá es el noveno destino en Latinoamérica en captación de eventos y convenciones en el ranking de IICA pero llegará a ser el quinto en el 2015 si se mantienen los esfuerzos previstos.

En correspondencia con el esfuerzo del sector privado, el IDT ha venido trabajando en dos frentes importantes para mejorar la competitividad de Bogotá como destino turístico. Uno el entorno macro, ámbito en el cual la ciudad a partir del 2011 implementará las estrategias del Plan de Seguridad Turística en las zonas de interés turístico prioritarias definidas por el IDT y que tiene como propósito contribuir a garantizar en esas zonas la seguridad para el turista, los atractivos, los residentes de dicho territorio. Se proyecta también que la Ciudad cuente con señalización turística vial y peatonal con manufactura de talla internacional, que facilite el conocimiento y el disfrute de la ciudad por parte de propios y visitantes, lo cual se complementa con el proyecto de Bogotá destino turístico accesible el cual cuenta con la Red Universal de Turismo Accesible, herramienta de interacción entre organizaciones para facilitar la gestión turística orientada a los segmentos de jóvenes, adultos mayores y población en situación de discapacidad y el inicio del desarrollo de los protocolos para la atención a este cliente.

Así mismo, Bogotá será la primera ciudad del país que cuente con un Plan Maestro de Turismo de Infraestructura y Servicios Turísticos, un instrumento clave para la



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



planeación y el desarrollo de las zonas turísticas de las zonas de interés turístico de la ciudad, al cual se suma el Observatorio Turístico. No puede perderse de vista que la Ciudad estructuró también la mejor red de información turística del país y de la región con 16 Puntos de Información Turística, 4 kioscos interactivos, un Punto de Información Turística Móvil único en el país, 2 puntos de información itinerantes que hacen presencia en el cerro de Monserrate y en el Centro histórico de la ciudad y una Línea de Atención al Turista las 24 horas del día (018000 127400).

En el ámbito micro, la Administración brinda asesoría y asistencia técnica a los empresarios y a las localidades, adelanta programas de formación y cultura turística e interviene de manera directa en el alistamiento del destino para el desarrollo de productos turísticos. En este campo Bogotá es líder en el número de prestadores certificados en las normas sectoriales de calidad en especial las de sostenibilidad, madurez digital e implementación de buenas prácticas.

Los anteriores hechos, han venido poniendo en evidencia los aportes del sector turismo y del IDT al desarrollo económico y social de la ciudad.

El IDT, ha ampliado el alcance de la promoción turística de la ciudad mediante una estrategia integral, que trasciende de la promoción del segmento vacacional para abordar de manera sistemática la promoción del segmento corporativo y de negocios, que por la vocación de ciudad como capital de negocios, es el principal mercado de Bogotá. En esta dirección, el Instituto Distrital de Turismo tiene como objetivo aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, especialmente de aquellos con mayor capacidad de gasto, e incrementar su estadía, a fin de garantizar mayores ingresos y bienestar para la ciudad.

Estamos trabajando por mejorar el posicionamiento competitivo de Bogotá con campañas de promoción turísticas, pero también con una estrategia de mercadeo de ciudad y el manejo de una Marca o Identidad Visual. En desarrollo de la estrategia integral de promoción turística hay un compromiso expreso de utilizar cada vez mejor la información disponible para la toma de decisiones, trabajar con la mayor articulación y cooperación posible, aprovechar lo bueno que ya se ha construido, sacar máximo provecho a lo mejor de las entidades con las cuales estamos trabajando en alianza y en desarrollo del clúster de turismo de negocios, objetivo ambicioso y de largo plazo, sobre el cual esperamos dejar en el 2011 claramente definidos sus cimientos.

En consideración de lo anterior, el Instituto Distrital de Turismo seguirá enfocando sus esfuerzos y recursos hacia el fortalecimiento de las condiciones de la ciudad como destino turístico atractivo, sostenible e incluyente, la promoción de Bogotá como destino turístico en los segmentos y mercados definidos, y el fortalecimiento institucional, que le





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

permita a la entidad apalancar acciones en pro del sector, que son los tres ejes estratégicos sobre los que se fundamenta la inversión de la entidad.

La implementación de las acciones del IDT, contenidas en su Plan Institucional, en la Política Distrital de Turismo y en las herramientas de Planeación estratégica diseñadas, requiere cada vez más de una participación coordinada e integrada por quienes componen la cadena productiva turística, pero además de requerir esa coordinación interinstitucional, demanda también de recursos económicos que permitan materializar esas acciones. Es por lo anterior, que la entidad, dentro de su presupuesto de inversión, pretende reflejar sus prioridades a través de los tres proyectos de inversión existentes, coherentes con la misión institucional.

Es importante considerar, que a medida que se avanza en la consolidación del modelo de desarrollo turístico definido para la ciudad, es relevante avanzar en la asignación de recursos para seguir posicionando a Bogotá como principal atractivo turístico de la nación, pero lo anterior, requiere de un reconocimiento del sector turístico, como un renglón de los servicios con efectos multiplicadores en la generación de riqueza, de empleo y cohesión social. Por tal razón, se deben seguir aunando esfuerzos, entre sector público y privado, para mantener al turismo, como alternativa de desarrollo sostenible para la ciudad y su zona de influencia, y como posibilidad para abrir nuevos caminos de mejoramiento de las condiciones de vida de más ciudadanos.

Las acciones realizadas por la Administración Distrital, en cabeza del IDT, durante estos tres años ponen a Bogotá a la vanguardia nacional y regional en materia de gestión en competitividad turística.



## 2. Informe resumido de la Gestión

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

El Instituto Distrital de Turismo es una entidad descentralizada, creada mediante el Acuerdo 275 de 2007, que hace parte del Sector de Desarrollo Económico y adscrita a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. En el Plan de Desarrollo Distrital (PDD) 2008 – 2012 “Bogotá Positiva: para Vivir mejor”, el Instituto Distrital de Turismo se ubica en los Objetivos Estructurantes: Ciudad Global y Gestión pública efectiva y transparente; en los programas: Bogotá Competitiva e Internacional y Desarrollo institucional integral y en el proyecto Bogotá Turística

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

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

META	LINEA DE BASE
Asesorar 500 prestadores de servicios turísticos para que incorporen criterios de calidad y sostenibilidad en la oferta turística.	0 prestadores de servicios turísticos orientados.



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

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

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

Avance en la ejecución de las metas a 31 de diciembre de 2010:

META	2008		2009			2010			ACUMULADO PLAN	
	P	E	P	E	%	P	E	%	N°	%
Asesorar 500 prestadores de servicios turísticos para que incorporen criterios de calidad y sostenibilidad en la oferta turística.	100	42	143	146	102,1%	160	262	164%	450	90%
Capacitar 2000 personas para el mejoramiento de la gestión turística de Bogotá.	400	395	755	1.492	197,6%	850	1.054	124%	2.941	98%
Implementar 5 campañas promocionales de Bogotá como destino turístico.	1	0	1	1	100,0%	2	3	150%	4	80%
Diseñar y concertar 10 portafolios de productos turísticos.	2	1	3	3	100,0%	3	4	133%	8	80%
Adelantar el 100% del proceso de desarrollo y fortalecimiento de la estructura de los sectores y entidades de la Administración Distrital	100%	64%	100%	88%	88%	100%	99%	99%	-	99%

P:Programado. E:Ejecutado.



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
www.bogotaturismo.gov.co

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

## 2.2 Presupuesto 2010 y ejecución presupuestal

El presupuesto aprobado para el Instituto para la vigencia 2010 se describe en el siguiente cuadro:

RUBRO PRESUPUESTAL	2010
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>17.113.108.994</b>
<b>TOTAL FUNCIONAMIENTO</b>	<b>3.049.858.000</b>
<b>FUNCIONAMIENTO VIGENCIA</b>	<b>2.799.150.219</b>
1.- Servicios Personales Asociados a Nómina	1.443.928.600
2.- Servicios Personales Indirectos	12.523.000
3.- Aportes Patronales	504.765.619
4.- Gastos Generales	837.933.000
Reservas de funcionamiento	250.707.781
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>14.063.250.994</b>
<b>INVERSION DIRECTA</b>	<b>7.261.736.000</b>
0436 - Bogotá Internacional, turística y atractiva	4.268.625.000
0464 - Fortalecimiento de la productividad y competitividad en el sector turístico de Bogotá en su entorno regional.	2.151.028.000
0444 - Fortalecimiento Institucional.	842.083.000
Reservas de inversión	<b>6.801.514.994</b>

### 2.2.1 Ejecución presupuestal institucional

A continuación se presenta el avance de la ejecución presupuestal, a corte de 31 de diciembre de 2009 y 2010 en funcionamiento e inversión:

CONCEPTO	Diciembre 31 de 2009			Diciembre 31 de 2010		
	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS
TOTAL PRESUPUESTO	21.749.198.554	99,31%	67,35%	17.113.108.994	98,20%	92,23%
TOTAL FUNCIONAMIENTO	2.517.678.228	97,03%	89,74%	3.049.858.000	91,44%	92,60%
FUNCIONAMIENTO VIGENCIA	2.346.339.000	96,88%	89,0%	2.799.150.219	91,15%	91,91%
RESERVAS FUNCIONAMIENTO	171.339.228	99,13%	100,0%	250.707.781	94,70%	100,0%





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

CONCEPTO	Diciembre 31 de 2009			Diciembre 31 de 2010		
	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS	APROPIACION (\$)	% EJEC.	% GIROS
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>19.231.520.326</b>	<b>99,61%</b>	<b>64,5%</b>	<b>14.063.250.994</b>	<b>99,67%</b>	<b>92,16%</b>
<b>INVERSION DIRECTA</b>	<b>14.361.000.000</b>	<b>99,83%</b>	<b>52,6%</b>	<b>7.261.736.000</b>	<b>99,73%</b>	<b>84,83%</b>
<b>BOGOTÁ SIN INDIFFERENCIA</b>	-			-		
436 - Bogotá internacional, turística y atractiva				-		
464 - Fortalecimiento de la productividad y la competitividad en el sector turístico de Bogotá en su entorno regional				-		
444 - Fortalecimiento Institucional				-		
<b>BOGOTÁ POSITIVA</b>	<b>14.361.000.000</b>	<b>99,83%</b>	<b>52,6%</b>	<b>7.261.736.000</b>	<b>99,73%</b>	<b>84,83%</b>
436 - Bogotá internacional, turística y atractiva	9.300.000.000	99,74%	44,8%	4.268.625.000	99,74%	86,95%
464 - Fortalecimiento de la productividad y la competitividad en el sector turístico de Bogotá en su entorno regional	3.750.000.000	99,97%	65,3%	2.151.028.000	99,62%	76,35%
444 - Fortalecimiento Institucional	1.311.000.000	99,99%	70,7%	842.083.000	100%	95,65%
<b>RESERVAS DE INVERSIÓN</b>	<b>4.870.520.326</b>	<b>98,96%</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.801.514.994</b>	<b>99,60%</b>	<b>100%</b>

De acuerdo a la tabla anterior, la ejecución total de la entidad para 2010 fue del 98,20% (\$16.805 millones ejecutados) frente al 99,31% alcanzado en 2009 y los giros, frente a los recursos comprometidos, representaron el 92,23%, superior al 67,35% registrado en 2009, lo que indica que en giros realizados, la entidad mejoró su gestión presupuestal en 2010, frente a 2009.

La ejecución de los recursos de funcionamiento para la vigencia 2010 fue del 91,44% (\$2.788 millones ejecutados), frente al 97,03% de ejecución en 2009, y los giros, frente a los recursos comprometidos, representaron el 92,60%. Cabe anotar que las reservas de funcionamiento para 2010, se ejecutaron en 94,70% y los giros de estos recursos alcanzaron el 100%.

La ejecución de los recursos de inversión para la vigencia 2010 fue del 99,67% (\$14.016 millones ejecutados), frente al 99,61% registrado en 2009, y los giros, frente a los recursos comprometidos, representaron el 92,16%, superior al 64,5% registrado en 2009.





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

La ejecución de los Proyectos 436, 464 y 444 para la vigencia 2010 fue de 99,74%, 99,62% y 100%, respectivamente. En el proyecto 444 se mejoró la ejecución, frente a la ejecución registrada en 2009 (99,99%), en el Proyecto 436 se mantuvo en el mismo valor y en el proyecto 464 disminuyó escasamente en 0,35%. En los tres proyectos de inversión, se mejoró en los giros realizados, al alcanzarse el 86.95%, 76.35% y 95.65%, respectivamente.

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

A continuación se presentan los principales logros institucionales alcanzados, producto de la gestión conjunta del IDT y el sector público y privado, asociados al incremento en el número de turistas, el aumento de la oferta, inversión y empleo en el sector:

- ✓ **Bogotá es el Principal destino turístico internacional en Colombia y el destino turístico de mayor crecimiento en Colombia:** a corte de noviembre de 2010, Bogotá fue escogida por el 52,1% de los turistas extranjeros que llegan a Colombia como principal destino. Además, el número de estos visitantes foráneos se incrementó en 9,2%, alcanzando un poco más de 687 mil. Mientras en los últimos cinco años el mundo creció en visitantes internacionales 15% y Colombia 77%, Bogotá creció 88%. El incremento en el número de turistas internacionales, produce una dinámica económica en la ciudad que se refleja en el consumo de hoteles, restaurantes, compras, entre otras actividades.
- ✓ **Bogotá es el primer destino de turismo de negocios en Colombia:** en la actualidad, el segmento de turistas internacionales y nacionales que se hospedan en hoteles de Bogotá, es del orden de 2.200.000 de personas, de los cuales el 79% del mercado internacional y el 75% del mercado nacional viene a la ciudad por razones de negocios.

A este posicionamiento contribuye el desarrollo de un mercado en expansión por ser Bogotá un eje de negocios cada vez más fuerte y referente regional clave. Bogotá es la sexta ciudad más grande de América Latina y principal centro económico y de desarrollo del país y ocupa el octavo puesto entre las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina<sup>1</sup>, es también epicentro de múltiples negocios y anfitriona de un número creciente de eventos y convenciones nacionales e internacionales de muy buen nivel.

<sup>1</sup> América Economía. Ranking 2010 Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina





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

- ✓ **Bogotá es referente a nivel nacional, en acciones de promoción y gestión de destino:** durante 2010, se formuló el Plan Maestro de Infraestructuras y Servicios turísticos, el Plan integral de seguridad turística y de la Red de Destinos Seguros de Iberoamérica, la puesta en marcha del Plan de señalización turística vial y peatonal y de la Red de Turismo accesible, el Plan de mercadeo turístico de la ciudad y se llevó a cabo el proceso para la definición de la marca ciudad; en todas estas acciones, Bogotá es pionera en el país, lo que le ha permitido definir estrategias para la consolidación y posicionamiento de Bogotá como destino turístico sostenible.
- ✓ **Bogotá tuvo el mejor record en posicionamiento como destino turístico:** la coyuntura favorable por la que atraviesa Bogotá como destino turístico no pasa desapercibida para los medios de comunicación en el mundo. Los más influyentes como New York Times, USA Today, BBC de Londres, y los más reconocidos medios de América registran y destacan las bondades turísticas de Bogotá. A diciembre de 2010, el balance del trabajo con la prensa fue de 135 periodistas internacionales y nacionales que visitaron Bogotá y que representan un valor de registro en medios con notas favorables sobre turismo en Bogotá por poco más de 2 millones de dólares. Al cierre del año se valoró el free press nacional e internacional en cerca de 3 millones de dólares, que apunta directamente al posicionamiento del sector y de Bogotá como destino turístico sostenible.
- ✓ **Bogotá es sede de eventos cada vez más importantes, que hacen de la ciudad el noveno destino en América Latina en turismo Corporativo en el ranking de IICA,** logro que será superado en el 2015 cuando se proyecta que Bogotá sea la quinta ciudad de Latinoamérica más importante en captación de eventos.
- ✓ **Bogotá, es la ciudad de Colombia en la cual se han concentrado las más grandes apuestas en inversión Hotelera:** 20 nuevos proyectos hoteleros en operación entre 2009 y 2013, con inversión extranjera y nacional (inversión aproximada de 800 millones de dólares), y marcas de renombre con estándares de talla mundial, que generarán un stock de 10 mil empleos directos, una vez estén todos en operación y que dejarán a la ciudad una capacidad instalada de cerca de 17.000 habitaciones, mayoritariamente en segmentos de lujo y superior. Dicha inversión evidencia un reconocimiento empresarial de una tendencia clara de mayor demanda de servicios turísticos en la ciudad así como una mayor confianza en el país y particularmente en la ciudad.



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

- ✓ **Bogotá es una ciudad con más y mejores prestadores de servicios turísticos:** al cierre de 2010, se encontraban inscritos en el Registro Nacional de Turismo cerca de 3.200 prestadores de servicios turísticos (entre agencias de viaje y turismo, establecimientos de alojamiento, guías de turismo, establecimiento de gastronomía, entre otros), que de acuerdo con las estadísticas del Viceministerio de Turismo generan por año cerca de 30.000 empleos directos y según cálculos del IDT, cerca de 90.000 indirectos, esto es de un impacto en ingresos familiares a una población del orden de 500.000 residentes en Bogotá.

Estas cifras no incluyen los establecimientos de comercio que se benefician de uno de los principales atractivos del turismo en Bogotá como son las compras, ni los servicios de salud y los espectáculos culturales que motivan también en forma creciente la visita de turistas nacionales e internacionales a la Capital. Con ellos, fácilmente las cifras podrían ser mucho mayores. De hecho, cuando se miran los datos de empleo en Bogotá para el sector de comercio, hoteles y restaurantes, la población ocupada ascendió a cerca de un millón de empleos en los primeros nueve meses del 2010, esto es el 28% del total del empleo que genera Bogotá, siendo este sector el principal generador de empleo de la ciudad.

## 2.4 Proyectos de inversión

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

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



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

## 2.5 Balance de la gestión por proyecto



### 2.5.1 Proyecto 0436 - Bogotá Internacional, Turística y Atractiva.

#### 2.5.1.1 Objetivo General

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

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



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

### 2.5.1.2 Ejecución presupuestal

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
4.268.625.000	4.257.389.970	99.74	5.115.721.824

### 2.5.1.3 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Participar en 50 eventos de promoción turística directa	9	29	322%	El IDT recibió invitaciones para participar en Eventos nacionales e internacionales, los cuales no estaban previstos en la planeación inicial.
Acompañar 35 eventos que atraigan turistas a la ciudad.	7	13	186%	Por la vocación que tiene la ciudad hacia el turismo de negocios, agremiaciones y entidades públicas y privadas invitan al IDT a acompañar eventos nacionales e internacionales, por lo cual durante el 2010 el IDT acompañó 13 eventos.
Atender 50 viajes de familiarización de agentes de viajes y periodistas.	8	27	338%	El IDT por medio de su Subdirección de Promoción, genera alianzas claves, en búsqueda de un objetivo común, fortalecer el sector turístico y a su vez atraer flujos de visitantes hacia la ciudad Región, dar a conocer las fortalezas, y proyectar una imagen real del destino, por lo cual en alianzas estratégicas con Entidades públicas y privadas, se adelantaron 27 viajes de familiarización
Desarrollar 5 campañas de promoción turística.	2	3	150%	En el transcurso del año 2010 se realizó el lanzamiento y mantenimiento de 3 campañas enunciadas a continuación: "100 mil historias por contar" y "Ven Bogotá, no te quedes atrás", además de la campaña de Navidad.  La campaña de navidad es de especial importancia para continuar consolidando a Bogotá como un destino turístico interesante para la época de Navidad y fin de año.
Atraer la realización de 25 eventos a realizarse en Bogotá.	9	15	375%	Se sobre pasó la meta establecida con la gestión realizada de manera articulada con el Bureau de Convenciones de Bogotá, en cumplimiento de las obligaciones establecidas en el convenio 149 de 2009.
Operar 23 Puntos de Información Turística.	18	23	128%	En los PIT's se brinda información turística de la ciudad y sobre los diferentes prestadores de servicios turísticos y de servicios complementarios fomentando así, la generación de ingresos y empleo para Bogotá - Región Capital que permitan que Bogotá se consolide como destino atractivo, competitivo y





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

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				<p>sostenible.</p> <p>Durante el año 2010 la dinámica del programa de PITs continuó fortaleciéndose con diferentes servicios complementarios a disposición de los usuarios como son los PIT Virtuales y los PITs Itinerantes, que se implementaron en el segundo semestre del año.</p> <p>Los recorridos peatonales gratuitos, la participación en eventos nacionales e internacionales, la presencia en la ciclovía y en diferentes ferias y fiestas a lo largo del territorio nacional y la atención en los PITs fijos, hacen que se esté reconociendo el liderazgo del programa a nivel Nacional.</p>
Elaborar propuesta de marca de ciudad.	1	1	100%	<p>El 7 de diciembre Bogotá conoció su nuevo sello: Bogotá es más.</p> <p><b>BOGOTÁ</b></p> <p>La Marca es una herramienta que hace parte de la estrategia de posicionamiento internacional orientada a facilitar la atracción de inversión, turismo, eventos y oportunidades económicas para la ciudad, sus residentes y visitantes.</p> <p>Bajo el concepto BOGOTÁ ES MÁS (+) se crea un sistema que fortalece los diferentes frentes de la marca, haciendo uso de las connotaciones de la expresión MÁS, como significado de grandeza, sumatoria, diversidad, crecimiento y optimismo.</p> <p>Se ejemplifica el concepto a través de percepciones como: Bogotá es MÁS cultura, Bogotá es MÁS verde, Bogotá es MÁS rock, Bogotá MÁS futuro, opciones que pueden adaptarse a todas las necesidades de comunicación de la marca.</p> <p>La Marca Ciudad es el resultado de un esfuerzo público-privado liderado por el Instituto Distrital de Turismo y la Cámara de Comercio de Bogotá, con el apoyo y la facilitación de Invest in Bogotá</p>



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
www.bogotaturismo.gov.co

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Elaborar 4 Guías turísticas (temática ciudad)	3	5	167%	En marzo se recibió la Guía Gastronómica "Visto Bueno".  En junio se recibió la Guía Histórica y Turística del Centro de Bogotá  En julio se recibió la Guía Especializada del Bicentenario.  En septiembre se recibió el libro "La historia de frente - Arquitectura de Bogotá" y en diciembre Se recibió la Guía Limite Visual, elaborada por la firma española Limite Comunicación. Se elaboraron 20.000 ejemplares, 10.000 para distribución por parte del IDT en Bogotá y 10.000 para distribución por parte de la compañía en Madrid
Rediseñar y mantener en operación una página web institucional de turismo de Bogotá.	1	1	100%	La firma INGENIAN SOFTWARE realizó el rediseño y la actualización de la página web <a href="http://www.bogotaturismo.gov.co">www.bogotaturismo.gov.co</a>  En la actualidad se cuenta con el servicio de hosting y mantenimiento de la misma.
Participar en la implementación y operación de un portal web transaccional de turismo.	1	1	100%	En febrero 2010, se lanzó el portal " <a href="http://www.esbogotá.com">www.esbogotá.com</a> ", el cual ha estado en funcionamiento.

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

### 2.5.2.1 Objetivo General

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

Esta gestión implica realizar acciones que abarquen la amplia gama de temas relacionados con la actividad turística en Bogotá, toda vez que son múltiples los factores que intervienen en desarrollo de la misma.





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

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

### 2.5.2.2 Ejecución presupuestal

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
2.151.028.000	2.142.951.129	99.62	1.279.317.008

### 2.5.2.3 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Desarrollar 4 investigaciones para identificar y caracterizar oferta y demanda turística en Bogotá.	1	1	100%	Se cuenta con resultados del censo de hoteles del periodo junio de 2009-mayo 2010, ciclo inicialmente pactado con el DANE para esta investigación.  Tanto el sector como la entidad contarán con información de la oferta hotelera de la ciudad, lo cual se constituye en un insumo importante para toma de decisiones y direccionamiento de acciones y recursos.  Se adelanta recolección de periodo Junio - Diciembre para así contar con información del ciclo 2010.
Diseñar 10 portafolios de productos turísticos de Ciudad - Región.	3	4	133%	Un portafolio de producto turístico es la presentación organizada de la oferta (atractivos y servicios) que ofrece un destino en una temática específica. Desde la Subdirección de Gestión de Destino, se apoya el alistamiento del producto y la Subdirección de Promoción y mercadeo, en conjunto con el sector privado organizan los paquetes que se incluyen. El IDT diseñó en 2010, los siguientes 4 portafolios de productos turísticos: "Bogotá el mejor destino turístico de 2010 (para Ecuador)", "Ruta Bicentenario", "Bogotá el mejor destino turístico de 2010 (para Lima Perú)" y "Parque Natural de Chicaque y Orquídeas del Tequendama", como un desarrollo de la región capital que jalone el producto especializado con eje en Bogotá para el mercado nacional e internacional que obligatoriamente pasa por la ciudad en buena medida





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

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				por las conectividad.
Asesorar 500 empresas de turismo para mejorar su productividad y competitividad.	160	262	164%	A corte 31 de Diciembre de 2010, el IDT ha asesorado a 262 prestadores de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, empresas de transporte terrestre automotor, entre otros), para que éstos incorporen criterios de calidad y sostenibilidad en sus procesos, que da un nivel de cumplimiento del 164%, frente a lo programado para la vigencia 2010.
Capacitar 2.000 personas en cultura turística y gestión de destino.	850	1.054	124%	El IDT inicialmente había programado esta meta, en 2.000 personas capacitadas en gestión turística y gestión de destino. Debido a los resultados obtenidos en 2009, año en donde se superó la meta establecida, la meta se incrementó a 3.000 personas. Frente a esta nueva meta, en 2010, el IDT ha capacitado a 1.054 personas.
Producir 8 boletines semestrales de estadísticas de turismo en Bogotá	3	2	67%	Se encuentran en proceso de diagramación los capítulos con la información disponible del primer semestre de 2010. Se espera culminar con la publicación en febrero de 2011.  La información que se publica periódicamente en los boletines de estadísticas se constituye en insumo para la toma de decisiones y análisis de la actividad turística de la ciudad.  Los boletines de estadísticas semestrales se encuentran disponibles en la sección de estadísticas de la página <a href="http://www.bogotaturismo.gov.co">www.bogotaturismo.gov.co</a>
Producir 40 boletines virtuales mensuales de estadísticas de turismo en Bogotá.	12	14	117%	Al cierre de 2010, se encuentran culminados los boletines mensuales hasta octubre, pues la información de noviembre y diciembre no ha sido publicada por las entidades responsables en su totalidad.  La información que se publica periódicamente en los boletines de estadísticas se constituye en insumo para la toma de decisiones y análisis de la actividad turística de la ciudad.  Los boletines de estadísticas mensuales se encuentran disponibles en la sección de estadísticas de la página <a href="http://www.bogotaturismo.gov.co">www.bogotaturismo.gov.co</a>



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Formular 2 propuestas para adecuación de escenarios de interés turístico de Bogotá	1	2	200%	<p>Se llevó a cabo mediante convenio IDT- IDRD-Jardín Botánico y la Fundación Humedal La Conejera, la restauración ecológica y se implementaron obras de mejoramiento de los jardines en el borde del camino a Monserrate con la instalación de una estación de monitoreo ambiental.</p> <p>Se hizo la restauración ecológica, recuperación de playas e islas como posaderos de aves, construcción de un observatorio de aves en el Parque La Florida con su respectiva señalización.</p> <p>Se seleccionaron 2 senderos turísticos de interpretación ambiental señalizados en el Verjón Bajo.</p> <p>Se adecuaron las plataformas para el avistamiento de aves en la Florida, lo cual facilitará la práctica de este tipo de turismo.</p>
Asesorar 90 emprendimientos para creación y formalización de empresas	20	20	100%	<p>La asesoría a los emprendimientos se realiza a través del programa Bogotá Emprende de la Cámara de Comercio de Bogotá. El Instituto realizó la convocatoria y selección de las 20 ideas de negocio que iniciaron el proceso durante el cual el IDT asiste técnicamente todo lo relacionado con turismo y proyección dentro del sector.</p> <p>Esta actividad permite la creación de nuevos productos o servicios destinados al turismo, aumentando la competitividad del sector y generando con ello desarrollo económico e inclusión social.</p>
Señalar 3 zonas turísticas de Bogotá.	1	1	100%	<p>Se formuló y entregó a la ciudad el Plan de Señalización Turística Peatonal y Vial de Bogotá con la articulación interinstitucional de 12 Entidades Distritales y 3 del orden Nacional y con base en orientaciones del Consejo de Gobierno Distrital en cabeza del Alcalde Mayor.</p> <p>Se señaló cultural y turísticamente el Centro Histórico con la Ruta Oficial del Bicentenario en alianza con la SDCRD: 65 pendones - 12 tótem 15 globos y un sello permanente.</p> <p>La SDP expidió Resolución 1758 del 22 de septiembre de 2010 por la cual se incorporan los elementos que harán parte del Plan de Señalización Turística Peatonal del Distrito Capital en la Cartilla de Mobiliario Urbano de Bogotá, D.C. Se tramita para su aprobación ante Comité Distrital de Patrimonio.</p>





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

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
				<p>Se avanzó en el proceso precontractual del proceso licitatorio para implementar la señalización turística peatonal de la zona prioritaria Centro Histórico y su interconexión Centro Internacional – 76 señales.</p> <p>Para que el IDT pudiese ejecutar esta obra, fue necesario suscribir los convenios interadministrativos 115 con la SDM, el DADEP, el IDU y el IDT y el 124 entre el IDU y el IDT, necesarios y previos para adelantar el proceso licitatorio. Este proceso no se llevó a cabo debido a que, de acuerdo con el cronograma, la licitación se adjudicaría el 29 de diciembre, lo cual significaba un riesgo en caso de presentarse solicitudes de ampliación de términos en el proceso y el IDT aceptó la recomendación de la Secretaría Distrital de Hacienda de no continuar el proceso, decisión que implicó para el IDT liquidar el convenio 124 de 2010 y trasladar los recursos al proyecto 436 ante las necesidades de inversión del mismo.</p>

### 2.5.3 Proyecto 444 - Fortalecimiento Institucional.

#### 2.5.3.1 Objetivo General

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

#### 2.5.3.2 Ejecución presupuestal

APROPIACION	EJECUCION	%	RESERVAS
842.083.000	842.060.607	100	379.334.045





### 2.5.3.3 Ejecución de metas físicas

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Proveer 100 por ciento de los elementos de tecnología, infraestructura y dotación necesarios para el cumplimiento de las funciones institucionales.	100%	100%	100%	Se suministraron los elementos de tecnología, infraestructura y dotación necesarios para el cumplimiento de las funciones institucionales.
Realizar 100 por ciento de seguimiento al plan estratégico institucional.	100%	100%	100%	El seguimiento al Plan estratégico se realizó de manera continua, lo cual permitió alcanzar un alto nivel de ejecución de las metas programadas, así como una excelente ejecución presupuestal y giros.
Identificar y actualizar 100 por ciento de los componentes del modelo de operación por procesos.	100%	100%	100%	En el modelo de operación del Instituto Distrital de Turismo se definieron 11 procesos de los cuales 2 son estratégicos, 2 son misionales, 6 son de apoyo y 1 es de evaluación.  En la actualidad se encuentra implementado el Sistema Integrado de Gestión (SIG), y la entidad avanza en su consolidación y mantenimiento, a fin de certificar el sistema bajo la Norma NTC GP-1000 en el 2011.
Actualizar 100 por ciento de los procesos institucionales.	100%	95%	95%	En desarrollo del mantenimiento y actualización del Sistema de Gestión de Calidad, se ha actualizado el 95 % de la documentación correspondiente.
Desarrollar 100% de los programas de capacitación anuales programados.	100%	100%	100%	De acuerdo con el artículo 36 de la ley 909 de 2004 y el artículo 66 del Decreto 1227 de 2005 el Instituto Distrital de Turismo, mediante Resolución No 030 de 2010 adoptó el Plan de capacitación para la vigencia 2010, en los siguientes temas:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo efectivo del tiempo.</li> <li>• Construcción de indicadores de gestión</li> <li>• Reuniones efectivas</li> <li>• Promoción de eventos según mercado objetivo.</li> </ul> Dichas capacitaciones, cumplieron los objetivos propuestos por la entidad, de brindar herramientas a los servidores para mejorar su desempeño laboral. La participación y calificación de estas capacitaciones por parte de los funcionarios se hizo a través de los formatos de asistencia y evaluación.



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

DESCRIPCION	META	LOGROS	AVANCE	OBSERVACIONES
Implementar 100 por ciento de sistema de integrado de información administrativa proyectado.	100%	95%	95%	El estado de avance del 95%, corresponde a la documentación e implementación del Sistema Gestión de Calidad. En cuanto a la fase de auditorías se realizó una por parte de la Alcaldía Distrital en el marco del Premio Distrital a la Gestión más los seguimientos realizados por el área de control interno. Para el año 2011 se fortalecerá la auditoría interna a todo el SGC.



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

### 3. Información de gestión por procesos

Con la creación del Instituto Distrital de Turismo (IDT), mediante el Acuerdo 275 de 2007, como un establecimiento público del orden distrital, adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, se busca el reconocimiento nacional e internacional para Bogotá como destino turístico sostenible. De esta manera, el IDT ha venido funcionando como la entidad encargada de participar en la formulación de las políticas públicas de turismo y la ejecución de las mismas a través de planes, programas y estrategias, dirigidos a la atracción de turistas, visitantes e inversión sectorial, fortalecimiento de las condiciones del destino turístico, mejoramiento de la productividad empresarial y adelantando acciones de promoción en mercados nacionales e internacionales, con miras a consolidar una imagen atractiva de la ciudad y la región.

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

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

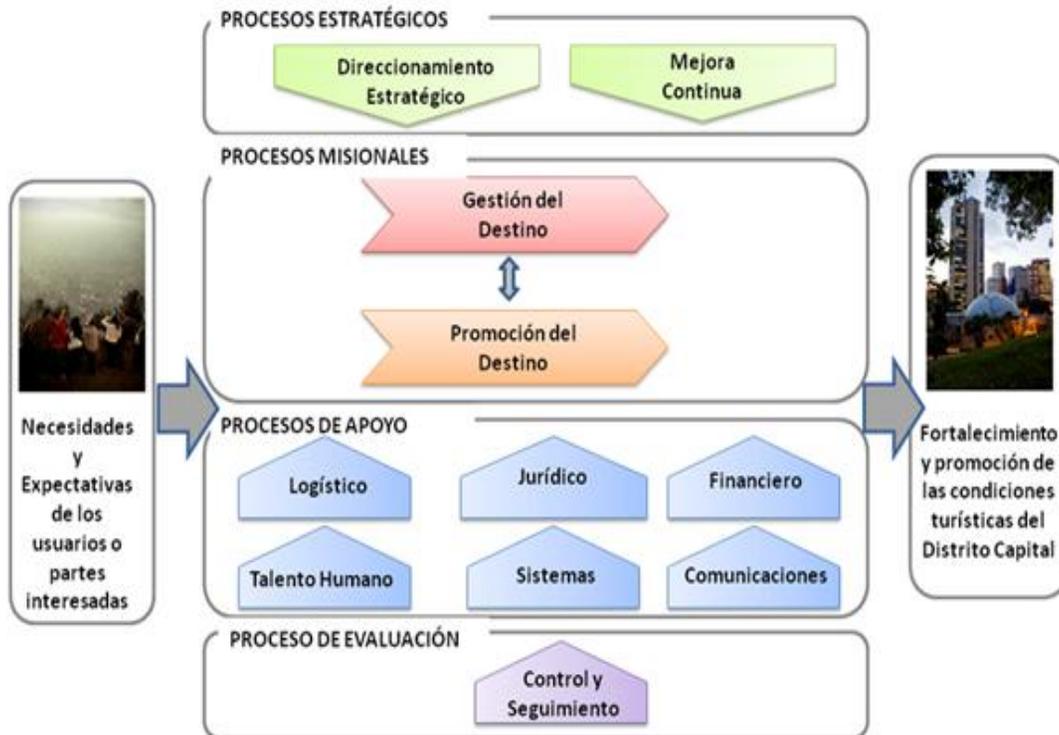
En la actualidad, se encuentra implementado el Sistema Integrado de Gestión (SIG), y la entidad avanza en su consolidación y mantenimiento, a fin de certificar el sistema bajo la Norma NTC GP-1000 para 2011.

A continuación se presenta la información de la gestión y resultados del Instituto Distrital de Turismo durante el año 2010 analizada por procesos:





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



### 3.1 Procesos Estratégicos

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

#### 3.1.1 Proceso Direccionamiento estratégico

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

**Líder del proceso:** Dirección General.

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



## Acciones y resultados:

### a) Plan Maestro de Infraestructura y Servicios Turísticos (PMIST)

- Planteamiento de los requerimientos del sector turismo en el marco de modificación del POT, presentado a la Secretaría Distrital de Planeación (SDP).
- Entrega del documento y cartografía de Diagnóstico del PMIST, acorde con los alcances establecidos por la SDP, y el acompañamiento de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, para su revisión y comentarios.
- Desarrollo del documento de formulación del Plan Maestro de Infraestructura y servicios turísticos en articulación con el grupo encargado de revisión POT de la SDP. Dicho documento fue radicado en la Secretaría Distrital de Planeación (SDP), el 6 de octubre de 2010.
- Definición de 24 zonas de interés turístico para la ciudad, de las cuales se priorizaron 5, en las cuales se enfocarán los recursos para mejorar su competitividad.

### b) Creación del Sistema Distrital de Gestión Turística

- Resolución 185 de 2009 de la Secretaría de Desarrollo Económico, por la cual se organiza el Sistema Distrital de Gestión Turística.

Si bien esta Resolución organiza este Sistema, el IDT recoge la observación de la Secretaría General de que dada la composición mixta del Comité Distrital de Competitividad Turística (sector público y sector privado) y la combinación de funciones operativas de articulación y gestión (propias de una Comisión Intersectorial) y consultivas (propias de un Consejo Consultivo), sugiere replantear esta instancia y enfocarla en alguno de los dos roles o integrarla a las existentes en temas relacionados directamente. Ante esta observación el IDT decide en concordancia con las necesidades del sector turístico en la implementación de las políticas, estrategias y programas distritales necesarias para su gestión, proponer la eliminación de este Comité Distrital de Competitividad Turística y la creación de la Comisión Intersectorial de Turismo del Distrito Capital.

De esta gestión se logra que la Secretaría de Desarrollo Económico acepte este planteamiento y la Secretaría General encuentre viable la creación de una Comisión Intersectorial de Turismo del Distrito Capital que de conformidad con la



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

Circular 049 de 2010 “Racionalización y armonización de instancias de coordinación por sector” se debe materializar con la creación de esta Comisión e indica la necesidad de modificar el Decreto 546 de 2007 en lo relacionado con la Comisión Intersectorial de Integración Regional y Competitividad Turística en lo referente al turismo, lo cual debe hacerse mediante concertación con sus integrantes. En este sentido, la SDDE como presidente de esta comisión lo presentará en el 2011 y al IDT le corresponde adelantar la justificación de este requerimiento para que pueda contarse en el 2011 con esta comisión para el sector del turismo que facilite y apoye la gestión en la ciudad dada la transversalidad del mismo.

### **c) Diseño e implementación del plan integral de seguridad turística.**

A partir de la formulación del plan se continuó la fase de socialización para validar las propuestas que permitieron que el plan fuese presentado en el Consejo de Seguridad Turística de la ciudad y trazar la ruta de compromisos de organizaciones públicas y privadas así como de los empresarios. La ejecución de este plan apunta a incidir en la modificación de las percepciones de seguridad de la ciudad y en este orden su propósito es mejorar la información de Seguridad Turística, para tomar decisiones acertadas y para mejorar la percepción de seguridad del destino. Mejorar la coordinación interinstitucional y propiciar la corresponsabilidad para mejorar las condiciones de seguridad integral, en las zonas turísticas de la ciudad.

Como se trata de acciones que inciden en el mejoramiento de destino en el proceso misional de gestión de destino se describen los logros específicos y las actividades respectivas.

### **d) Observatorio turístico.**

- Puesta en marcha del Observatorio Turístico de Bogotá
- Se presentó conjuntamente con Cotelco Capítulo Bogotá, a partir de la metodología diseñada por el IDT, un proyecto al Fondo de Promoción Turística para la realización del Estudio de satisfacción de visitantes de la ciudad. El proyecto se encuentra en proceso de evaluación en el Fondo de Promoción.
- Se desarrolló con una periodicidad mensual la encuesta a viajeros, en Convenio con el DANE. Los resultados de esta investigación serán divulgados en 2011 una vez culmine el proceso de expansión de datos, análisis de información y elaboración de informes tanto mensuales como consolidado anual.
- Se desarrolló con una periodicidad mensual la encuesta en hoteles, en Convenio con el DANE. Los resultados de esta investigación están disponibles hasta mayo



de 2010, para la información de junio a diciembre se firmó nuevo Convenio, se avanzó en la recolección de información de los meses de junio y julio.

- En alianza con el Observatorio de Culturas de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte se realizó caracterización de visitantes en el marco de:
  - Festival Iberoamericano de Teatro
  - Festival Rock al Parque
  
- Se desarrolló en Convenio con la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo – ANATO, el Censo de Agencias de viajes.
- Se dio inicio a trabajo conjunto con la división de Estudios Sectoriales de la Aeronáutica Civil para avanzar en la definición de términos para un convenio interadministrativo con miras a la formalización de entrega de información de movilidad aérea y la realización de estudios en la materia.
- En el marco del programa de Puntos de Información Turística, se coordinó la producción y reportes de estadísticas de consultas, así mismo se acompañó en el proceso de diseño y actualización de información para los Puntos de Información virtuales.
- En materia de publicaciones de estadísticas de turismo se culminaron y publicaron en la página web de la entidad las siguientes:
  1. Boletín mensual Turismo en Cifras: Enero a Octubre de 2010
  2. Boletín semestral 2009-I
  3. Boletín semestral 2009-II
  4. Anuario 2009

#### **e) Programa de cooperación internacional**

En materia de cooperación internacional el IDT participó en el proyecto de Cooperación Colombia Costa Rica en el componente de aprendizaje de experiencias de para el desarrollo del ecoturismo.

Así mismo el IDT llevó a cabo tres eventos que contaron con la participación de expertos internacionales a saber:

- Encuentro Internacional de Seguridad Turística en el cual se impulsó la iniciativa de acuerdo para conformar la Red de Destinos Turísticos Seguros y concretar esta labor en el 2011. En este evento se contó con delegados de las ciudades de



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

Medellín, Quito Ecuador, Guayaquil Ecuador, Buenos Aires. Lima Perú, y el delegado de los Miembros Afiliados de la OMT ofreció su gestión para la vinculación de las ciudades de Barcelona y México D.F.

- VIII seminario Internacional “El Turismo de Colombia de Cara al Mundial de Fútbol Sub 20, impacto económico y social en la realización de eventos internacionales para las ciudades y destinos”. Este evento se realizó en alianza con la Organización Mundial de Turismo, COTELCO y el IDT y contó con el apoyo y patrocinio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Fondo de Promoción Turística de Colombia. En este caso se tuvo la participación de conferencistas internacionales de España, Argentina, Canadá, Brasil y Colombia.
- Encuentro de empresas turísticas comprometidas con la calidad, la sostenibilidad y la protección de los niños, niñas y adolescentes de la explotación sexual comercial asociada a los viajes y el turismo. Este evento se realizó en alianza con UNICEF y el apoyo de la Fundación RENACER y la Secretaría Distrital de Integración Social y tuvo la participación de expertos de Costa Rica, Canadá y Colombia.

### 3.1.2 Proceso Mejora continua

**Este proceso tiene como objetivo:** contribuir al fortalecimiento de los procesos mediante el apoyo y seguimiento a la generación de acciones en la entidad y una gestión documental adecuada del Sistema de Gestión Integrado.

**Líder del proceso:** Asesor de Planeación y Sistemas

**Lineamiento Estratégico de Política:** Fortalecimiento Institucional.

**Acciones y resultados:**

#### a) Sistema Integrado de Gestión

Los avances significativos en materia del Sistema Integrado de Gestión para el año 2010 en la Entidad se relacionan a continuación:

- **IDT referente Distrital por sus buenas prácticas e implementación del SIG:** El Premio Distrital a la Gestión, es un incentivo al buen desempeño institucional, mediante el cual, la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Veeduría Distrital realizan una evaluación integral y reconocen los avances que han logrado las entidades distritales en materia de la sostenibilidad del sistema





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

integrado de gestión, mejoramiento de los procesos y procedimientos, mejores prácticas desarrolladas por las entidades, percepción de los usuarios sobre los bienes o servicios y la participación de servidores, contratistas y directivos.

En el año 2009, el IDT obtuvo la gestión de oro, y en el año 2010 la gestión de plata. Estos resultados, reflejan la consolidación del sistema integrado y de cómo mediante dicha participación se logró convertir a la entidad en referente de buenas prácticas a nivel distrital.

- **Generación base de conocimiento sobre los métodos de trabajo:** Desde Julio de 2009 a la fecha se inició un proceso de actualización documental con el cual se generó la base de conocimiento sobre el quehacer institucional, que permite alinear los equipos de trabajo, cumplir la normatividad vigente, incrementar la comunicación interna y promover la mejora continua. Para lo anterior, se desarrollaron sinnúmero de reuniones con los diferentes grupos de trabajo, para conocer, identificar, documentar y mantener las buenas prácticas; logrando tramitar 318 solicitudes producto de las necesidades de los diferentes procesos, lo que evidencia la conciencia y el compromiso asumidos para que los documentos reflejen la realidad institucional.
- **Incrementar la competencia de los servidores públicos y contratistas:** Como logro representativo se encuentra el programa de capacitación desarrollado hacia toda la entidad, el cual permitió que los servidores públicos y contratistas conocieran temas enmarcados en el Sistema Integrado de Gestión y Modelo Estándar de Control Interno, lo cual generó un mayor compromiso hacia la mejora continua. Es de destacar que estas capacitaciones han estimulado la participación activa de los equipos de trabajo y en el marco del Premio a la Gestión en el 2009 se recibió la gestión de bronce en el criterio de Evaluación de Servidores Públicos. También esta estrategia ha logrado generar espacios de reflexión y de socialización.

Durante el 2010 se realizaron las siguientes capacitaciones:

- **Febrero:** Implementación sistema integrado de gestión de calidad.
- **Marzo:** Política Ambiental del SIG.
- **Abril:** Acciones Correctivas y Preventivas.
- **Junio/Julio:** Construcción de Indicadores de Gestión.
- **Junio/Julio:** NTC GP 1000, MECI, Reforma Administrativa, Servicio al Ciudadano, Ideario Ético.
- **Agosto:** Descripción y simulacro de auditoría interna.



- **Septiembre:** Etapas de administración del riesgo y aplicativo.

### **b) Sistema de Información SI-Capital**

Dentro de la etapa de sistematización de los procesos del IDT con la adquisición de la herramienta del sistema de Si Capital, el logro más sobresaliente en el 2010, fue la completa parametrización e implementación de los módulos PREDIS, PAC, OPGET, PERNO, SISCO, SAE/SAI, LIMAY Y CORDIS.

Dentro de los logros más importantes se tienen:

- Puesta en producción del módulo de CORDIS (Correspondencia), desde el mes de marzo, Sistema con el cual actualmente se lleva toda la correspondencia Interna y externa de la entidad.
- Puesta en producción del módulo de PREDIS (Presupuesto), Desde el mes de Abril. El paralelo con Secretaria de Hacienda es idéntico.
- Generación de las órdenes de pago oficiales del IDT desde el módulo de OPGET (Tesorería). En este módulo también se logró la generación del archivo plano para solicitar los recursos a Secretaría de Hacienda por cuenta única distrital y el registro de los ingresos desde el módulo de OPGET.
- Manejo del sistema de PAC, en donde se valida la información con los módulos de PREDIS y OPGET.
- Puesta en producción del sistema de PERNO (Personal y Nómina) desde el mes de Diciembre con la información depurada.
- Parametrización y personalización del módulo SISCO en la parte pre-contractual y contractual de la modalidad de contratación de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión acorde con los procesos de calidad con que cuenta el Instituto.
- Se inició la contabilización de las cuentas cero desde el módulo de PREDIS y contabilización de los ingresos desde OPGET a LIMAY (Contabilidad).

### **c) Gestión ambiental**

La Gestión Ambiental del Instituto Distrital de Turismo durante el año 2010 tuvo los siguientes avances y logros:



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

- Concertación del Plan Institucional de Gestión Ambiental PIGA del IDT con la Secretaría Distrital de Ambiente, mediante Acta del 28 de junio, bajo los nuevos lineamientos del Decreto 456 de 2009. Durante 2010, en el Distrito Capital, sólo 9 de las 92 entidades concertaron el PIGA.
- Se firmó un Acuerdo de corresponsabilidad con la Asociación de Recicladores Pedro León Trabuchi, que recoge los residuos reciclables en la entidad dando cumplimiento al Decreto 400 de 2004 y directiva 009 de 2006.
- El indicador de Gestión Ambiental de material reciclable aceptado se mantiene en 99%, lo cual indica que la separación en la fuente y los puntos ecológicos se utilizan de manera eficaz.
- El IDT se unió al apagón Ambiental Distrital todos los meses, dando cumplimiento al acuerdo 403 de 2009, los días 8 de cada mes.
- El IDT se ubicó en el top 10 de las entidades más interesadas en mejorar su desempeño ambiental, noticia destacada en la página de la Secretaría Distrital de Ambiente:  
<http://www.secretariadeambiente.gov.co/sda/libreria/php/noticias08.php?id=1459>
- El IDT obtuvo reconocimiento el domingo 28 de Noviembre, evento en el cual se llevó a cabo la premiación a las acciones ambientales más votadas en Bogotá, en el encuentro “O Tomamos Conciencia o No Tomamos Nada” que lideró la Secretaría Distrital de Ambiente. El Instituto Distrital de Turismo recibió un reconocimiento gracias a que fue la acción más votada con 3141 votos, en la categoría Empresas - Agua con la postulación de su programa aH<sub>2</sub>Orrando.
- En el Programa –Tala = + árboles = el planeta gana, la entidad logró reducir en 50% el consumo de resmas de papel limpio.
- Se realizaron las siguientes capacitaciones, entre otras actividades para fortalecer los Programas PIGA y la cultura ambiental en el IDT:
  - Consejos prácticos Uso Eficiente de Energía.
  - Consejos prácticos Uso Eficiente de Energía.
  - Capacitación Programa PIGA Uso eficiente de Agua
  - Capacitación a los miembros del COPASO
  - Socialización sobre los planes PIRE y PIGA
  - Manejo Integral de residuos



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17

## 3.2 Procesos Misionales

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

### 3.2.1 Proceso Gestión del Destino

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

**Líder del proceso:** Subdirección de Gestión de Destino.

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

#### Acciones y resultados:

a) **Asesoría a prestadores de servicios turísticos en calidad y sostenibilidad, digitalización, ética,**

Se alcanzaron los siguientes resultados en la asesoría de prestadores de servicios turísticos beneficiados en el programa de calidad y sostenibilidad del turismo:

- 12 hoteles asesorados en la implementación de las normas NTSTS 002 y NTSH 006 en convenios con Cotelco.
- 65 restaurantes con 60% de cumplimiento en la norma técnica sectorial NTSA 007, Buenas Prácticas de Manufactura, en convenio con Acodres y la SDDE.
- 5 empresas de transporte turístico especializado preparadas para la certificación en la norma técnica sectorial NTSAV 009 calidad en el transporte terrestre.
- 40 prestadores de servicios turísticos de la ciudad formados en cultura exportadora (9 seminarios) en convenio con la SDDE y PROEXPORT.
- 16 Empresas de turismo de la localidad de Teusaquillo (restaurantes, agencias, hoteles y transporte terrestre) asesorados en la implementación de las NTS TS



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

002, 003, 004 y 005 y 70 Empresarios y comunidad receptora capacitados en Bilinguismo en tres niveles de aprendizaje.

- 23 Guías Profesionales de Turismo certificados en la NTS de Calidad turística, 24 en Ecoturismo y 29 en Primeros Auxilios básicos; 24 evacuación, rescate y contraincendios, 27 reanimación, en convenio con el Círculo de Guías de Bogotá.
- 53 Mipymes participantes en la conformación del plan de acción de mejoramiento en madurez digital, 49 de estas Mipymes de turismo fueron certificadas en niveles de madurez digital a través del convenio con la SDDE y Fundación Sinertic. 13 empresas de la localidad de Teusaquillo en proceso de certificación.
- Más de 250 personas sensibilizadas como anfitriones de ciudad en el programa de Cultura Turística.
- 120 conductores asesorados en temas turísticos.
- 25 guías profesionales de turismo formados en el aprendizaje del inglés en el programa *Talk to the world* (niveles A1 y A2) con apoyo de Invest in Bogotá
- 21 jóvenes en condición de vulnerabilidad formados como guías profesionales de turismo.
- 47 guías profesionales de Turismo actualizados en temáticas de arquitectura de ciudad y patrimonio cultural de Bogotá, en convenio con la Fundación Escuela Taller.
- Más de 500 personas sensibilizados en criterios de calidad y sostenibilidad en el marco de los convenios con Cotelco, Acodres, Acoltes y Alcaldía Local de Teusaquillo.

**b) Mejoramiento de gestión turística de Bogotá (Plan Maestro de Infraestructura y servicios Turísticos y Señalización Turística)**

- Un Plan Maestro de Infraestructura y Servicios Turísticos formulado –PMIST el cual tuvo el acompañamiento de la SDP y la participación de la SDDE y del sector privado. En el proyecto se buscó dar respuesta a los requerimientos del sector turismo y en consecuencia se adelantaron las siguientes actividades:
  - Propuesta de ajustes para incluir en la propuesta de modificación del POT,
  - Documento y cartografía de Diagnóstico del PMIST, acorde con los alcances establecidos por la SDP, y el acompañamiento de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, para su revisión y comentarios.





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

- Desarrollo del documento de formulación del Plan Maestro de Infraestructura y servicios turísticos en articulación con el grupo encargado de revisión POT de la SDP. Dicho documento fue radicado en la Secretaría Distrital de Planeación (SDP), el 6 de octubre de 2010.
  - Definición de 24 zonas de interés turístico para la ciudad, de las cuales se priorizaron 5, en las cuales se enfocarán los recursos para mejorar su competitividad.
- 
- Plan de Señalización Turística Peatonal y Vial de Bogotá: proceso exitoso de coordinación interinstitucional adelantado con más de una docena de instituciones (IDT /SDDE/ SDM/ DADEP/SDP-Taller del Espacio Público/Unidad Técnica de Apoyo de la Comisión Intersectorial del Espacio Público), Viceministerio de Turismo, Secretaria Distrital de Medio Ambiente, IDPC entre otras.
    - Señalización de la Ruta del Bicentenario en Bogotá y gestión en el 2011 para la señalización permanente de la Ruta.
    - Suscripción convenio Interinstitucional No.115 de noviembre de 2010 para la señalización turística vial y peatonal de Bogotá (IDT/SDM/IDU/DADEP)
    - Suscripción convenio Interinstitucional No.124 de noviembre de 2010 para la señalización turística vial y peatonal de Bogotá (IDT/IDU) el cual fue necesario anular.
    - Inclusión en la Resolución 1758 del 22 de septiembre de 2010 de la SDP de los elementos que harán parte del Plan de Señalización Turística Peatonal del Distrito Capital en la Cartilla de Mobiliario Urbano de Bogotá, D.C.
    - Avance en la gestión de aprobación del Comité Distrital de Patrimonio Cultural de las señales propuestas en el espacio público.
    - Avance en el proceso precontractual del proceso licitatorio para implementar la señalización turística peatonal en la zona prioritaria Centro Histórico y su interconexión Centro Internacional lo cual fue necesario aplazar para el 2011 tal como se explicó en el cuadro de metas.
  - 4 colegios vinculados al programa de Colegios Amigos: Colegio Manuela Beltrán en la localidad de Teusaquillo, Colegio La Candelaria en la localidad de la Candelaria y Colegios El Salitre y Nueva Colombia en la localidad de Suba, con



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17

cada colegio, aproximadamente se impacta 2500 personas locales que a su vez conocen y se preparan para recibir al visitante o el turista adecuadamente.

- Formulación proyecto para vincular jóvenes de sectores vulnerables en el desempeño de labores técnicas con base en hoteles y restaurantes. Cotelco, FUP, SDDE e IDT para buscar su ejecución en el 2011 y búsqueda de recursos con aliados estratégicos. Se propone que se desarrolle un proyecto piloto para 100 personas en artes y oficios de la hotelería.

### **c) Seguridad turística**

- Socialización y validación del Plan Integral de Seguridad Turística, aprobado por el Consejo de Seguridad Turística de la ciudad en el mes de agosto.
- Desarrollo de un compromiso de corresponsabilidad con los hoteles de la ciudad (IV estrategia del plan).
- Suscripción del Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional No 106 entre el IDT y la Secretaría de Gobierno para implementar el Plan Integral de Seguridad Turística de Bogotá – PIST, con el fin de mejorar la seguridad en las zonas turísticas de la ciudad y de esa manera consolidar una Ciudad Global y hacer efectivo el Derecho a la Ciudad.
- Diseño e impresión de la “Guía de recomendaciones” para visitar Bogotá, con un tiraje de 20.000 unidades, 5.000 de las cuales fueron distribuidas en los PIT y en hoteles de Bogotá, Transmilenio y el aeropuerto.
- Realización del Encuentro internacional de seguridad turística con participación de Bogotá, Medellín, Quito, Guayaquil, Lima y Buenos Aires cuyos participantes recibieron la versión preliminar del Acuerdo para constituir una red internacional de destinos turísticos seguros.

### **d) Mejoramiento de atractivos turísticos**

- Restauración ecológica, jardines en el borde del camino a Monserrate y señalización, mediante Convenio IDRD-Jardín Botánico-IDT y Fundación Humedal La Conejera. También se construyó un aula de monitoreo ambiental que podrá servir como punto de información turística.



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

- Restauración ecológica de la zona lago del parque La Florida y construcción de mirador de avistamiento de aves en el marco del convenio IDRD, Jardín Botánico, IDT, Fundación Humedal La Conejera.
- 2 senderos turísticos de interpretación ambiental señalizados en el verjón bajo, convenio con Alcaldía Local de Chapinero, SDDE, Fundación Humedales e IDT.
- Identificación de atractivos prioritarios para el desarrollo del turismo de naturaleza en Bogotá – Región: Humedal La Conejera (Suba), Parque ecológico Matarredonda (Verjón Alto), Parque natural Chicaque (Soacha), Orquídeas del Tequendama (San Antonio del Tequendama), Parapente Paraíso (Sopó), JAFA Turismo de aventura (Tobia), Chitavindá (Villeta).
- 140 personas sensibilizadas en temas de ecoturismo, aviturismo y turismo sostenible y servicio al cliente, estas personas son propietarios de atractivos, empleados de atractivos, vendedores ambulantes de algunos atractivos y personas de las zonas de influencia de los atractivos.
- Proceso preparatorio para formación tecnológica y especialización para guías de aviturismo, programa pionero en el país, en acciones conjuntas IDT, Sena y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para el cual se seleccionaron 30 personas que comenzarán el programa en enero de 2011.
- Generación de material promocional de apoyo al desarrollo del turismo de naturaleza en Bogotá y la región, material distribuido en la Vitrina turística de ANATO 2010 realizada en Corferias en el mes de febrero.
- Primer portafolio de Turismo Naturaleza que se generó a partir del trabajo con operadores, del cual surgieron 2 paquetes armados por Panamericana de Viajes, incluyendo a Chicaque y Orquídeas del Tequendama; próximamente se lanzará un paquete que incluye el Humedal La Conejera como atractivo para el avistamiento de aves.

#### **e) Fortalecimiento a emprendimientos turísticos**

- 20 Planes de negocios formulados y aprobados del Grupo 3 de emprendimientos en turismo.
- 1 encuentro empresarial de proveeduría de compradores y prestadores de la cadena turística realizado el 22 de junio de 2010.



- 30 empresas inscritas y asesoradas a través de programas a la medida en turismo.

**f) Proyecto Bogotá Turismo accesible**

- Implementación de la Red de turismo accesible en la ciudad, 27 instituciones vinculadas, 85 instituciones adscritas, 195 personas que conforman la red virtual.
- Propuesta para el diseño de protocolos de servicios para la atención al cliente en empresas turísticas de los segmentos de jóvenes, adultos mayores y población en condición de discapacidad, contrato 132 de 2010 con la Universidad Nacional en ejecución y adhesión de la localidad de Teusaquillo para su aplicación.
- Reconocimiento al IDT con el V Premio "Turismo Accesible" de la Universidad de Nebrija de Madrid (España) por su trabajo "Bogotá Destino Turístico Accesible, Una Apuesta de Ciudad para Todos", por ser uno de los trabajos con mayor aplicación práctica a la realidad con personas con algún tipo de discapacidad.

**g) Prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes asociados a viajes y turismo.**

- Sensibilización de más de 300 personas vinculadas a empresas prestadoras de servicios turísticos, emprendimientos y participantes del programa de cultura turística.
- Distribución de 1.000 ejemplares del Código Ético Mundial del Turismo, entre agentes públicos y privados del sector turístico.
- Realización el 2 de diciembre del evento: "Ética y Responsabilidad Social Empresarial; un compromiso con la sostenibilidad turística de Bogotá", en asocio con UNICEF y con el apoyo técnico de la Fundación Renacer.
- Acompañamiento a prestadores de servicios interesados en la afiliación a The Code, organización Internacional que certifica a empresas turísticas responsables en la prevención de la ESCNNA alrededor de todo el mundo.
- Producción de un Kit de material pedagógico sobre la ESCNNA asociada a turismo para que los prestadores de servicios turísticos de la ciudad tengan una herramienta de capacitación a su disposición, de fácil acceso y con información

útil, práctica y de sencilla comprensión y disponible en el portal de turismo de Bogotá desde diciembre.

- Realización del primer estudio de caracterización y georeferenciación de la ESCNNA asociada al turismo en Bogotá D.C, en el marco de un convenio suscrito con la Secretaría Distrital de Integración Social y las Fundaciones Renacer y Esperanza.
- Formulación de preguntas para incluir en encuestas a viajeros para conocer su percepción sobre la información que se ofrece de Bogotá en torno a referentes de “turismo sexual”.
- Realización de taller con Policía de Turismo para difundir la Ley 1336 y las obligaciones de los Prestadores de Servicios Turísticos para prevenir la ESCNNA.
- Conceptualización de la sana competencia entre agentes del sector turístico y definición de lineamientos para la realización de un video para promover prácticas de competencias leal en el sector.

#### **h) Más y mejores productos turísticos**

- Gestión para la implementación del Clúster de turismo de negocios en la ciudad.
- A partir del análisis de las condiciones de la oferta y la demanda turística de Bogotá, la dinámica del sector en la ciudad, así como el contexto y evolución del turismo en el país y en la región, el IDT decidió que su estrategia debería estar orientada prioritariamente al fortalecimiento del turismo de negocios. En este sentido, el IDT propuso la constitución del clúster de turismo de negocios, con el fin de articular a los prestadores de servicios turísticos, a las empresas de apoyo y las relacionadas con el sector, de manera que se organicen alrededor de propósitos comunes que contribuyan a posicionar a Bogotá como la ciudad más competitiva del país para el mercado corporativo y diversifiquen los productos turísticos de la capital.
- Reuniones con el sector privado del turismo donde se presentó la estrategia institucional, así como se les invitó a generar propuestas y alianzas público privadas en función del clúster, con ocasión de la Copa Mundial Sub-20 de la FIFA Colombia 2011.
- Identificación y recopilación de experiencias nacionales internacionales exitosas en materia de conformación de clúster de turismo de negocios, que definirán la estrategia de intervención del IDT para el 2011.



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

- Identificación de los escenarios más propicios de Bogotá que cumplieran con las adecuaciones requeridas para ser incluidas en la Ruta Mutis.
- Alistamiento de oferta para el producto turístico Bicentenario y desarrollo de la ruta turística respectiva, Estrategia para la celebración del Bicentenario la cual estuvo integrada por varios componentes: 1) Estructuración del guión. La contratación de expertos para elaborar el guión la realizó la SCRD. 2) La impresión de la guía "Ruta Oficial - Bicentenario en Bogotá" estuvo a cargo de IDPC. 3) Por su parte, el IDT fomentó los recorridos turísticos (mapas de los recorridos se pueden consultar en internet al link <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/bicentenario/ruta%20del%20bicentenario.php>), realizó el evento de socialización del Guión con Prestadores de Servicios Turísticos e instaló pendones en los lugares estratégicos indicados. El lanzamiento de la estrategia se realizó el 14 de julio de 2010 en el Claustro de San Agustín con la presencia del Señor Alcalde Mayor de Bogotá y realización del recorrido de la ruta el 14 de la inauguración formal de la Ruta.
- Desarrollo de la ruta Turismilenio, en cooperación con Transmilenio, proyecto diseñado de trabajo conjunto y en espera de la aplicación y operación por parte de Transmilenio para el 2011.
- Actualización del Inventario de Atractivos Turísticos de Bogotá: se identificó un total de 461 atractivos y/o recursos turísticos en la ciudad de Bogotá, y se elaboraron los formatos respectivos conforme con la metodología de inventarios del Viceministerio de Turismo, adicionalmente se colgó la información de los atractivos en un aplicativo web el cual se puede consultar en el siguiente link [www.atractivosbogota.gov.co](http://www.atractivosbogota.gov.co)

#### **i) Asistencia técnica y desarrollo local**

- Tres mesas locales de competitividad turística en operación (Usaquén a través de la ULDE, Teusaquillo a través de un convenio con empresarios de la Localidad y Fontibón a través del convenio 615 con la FEC (Fundación empresarios por Colombia).
- Propuesta y puesta en marcha de la coordinación para el desarrollo local teniendo como base los lineamientos de la Política Distrital de Turismo.
- Conformación del Clúster turístico local de La Candelaria.
- Asistencia técnica en la formulación de proyectos para el desarrollo local orientado a la vocación turística de las localidades priorizadas.
- Alianzas con la alcaldía de Teusaquillo para desarrollar proyectos locales en turismo como: fortalecimiento de la competitividad (con la Universidad Externado



de Colombia), asesoría y acompañamiento a 13 empresas turística en la aplicabilidad de las TIC

### 3.2.2 Proceso Promoción del Destino

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

**Líder del proceso:** Subdirección de Promoción.

**Lineamiento Estratégico de la Política:** Mercadeo y Promoción.

#### **Acciones y resultados:**

##### **a) Campañas de Promoción turística**

- **Campaña 100 mil historias por contar.**

- ✓ En enero 14 de 2010, se lanzó la campaña, "100 mil historias por contar".
- ✓ En el segundo trimestre del año se avanzó en el desarrollo de la campaña "Bogotá, 100 mil historias por contar", mediante diferentes acciones (presencia en la Vitrina Turística de Anato, publicación de testimonios en [www.esbogota.com](http://www.esbogota.com), producción de tres comerciales de 30 segundos (Referencias: Patricia Shultz, Allende y Ellie) y sus reducciones a 20 segundos; pauta en TV por cable. Avance en la producción de otras referencias de comerciales; tres (3) comerciales tácticos de 10 segundos (Referencias: Agatha Ruiz, Visbal y W y Yandel); tres (3) cuñas de 30 segundos (Referencias: Patricia Shultz, Allende y Ellie). Avance de mecánica de un concurso sobre "100mil historias". Elaboración de ocho (8) cápsulas, subidas a la página web. Creación de una "fan page" en Facebook para generar tráfico a la página. Diseño de tres (3) avisos para impresos (Ref.: Patricia Shultz, Allende y Ellie).
- ✓ En 3 meses que estuvo la campaña masiva al aire con TV internacional (3 referencias de comerciales: Patricia, Allende y Ellie), en México, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Ecuador, Chile, Belice, Honduras, Nicaragua, República Dominicana, Venezuela, Surinam, Perú, Brasil, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Chile y Argentina, prensa en Perú, Internet con amplia cobertura y redes sociales, se logró lo siguiente:

1. En la página de [esbogota.com](http://esbogota.com), se subieron 60 historias en español y 16 en inglés.
2. En el perfil de facebook se logró el contacto con 360 amigos y 292 grupos.
3. En el brand page de facebook se tuvo un total de 1.322 fans y un total de 5'307.233 miembros de grupos y páginas intervenidas a 31 de agosto del año en curso.

- **Muchos ya lo están viviendo: Ven Bogotá, no te quedes atrás.**

Como resultado de un amplio análisis sobre la necesidad de contar con una herramienta que se ajustara más a la nueva estrategia de promoción de ciudad, en septiembre de 2010 se lanzó la campaña **Ven a Bogotá, no te quedes atrás**, invitando de manera directa a los turistas internacionales a conocer a Bogotá como destino corporativo complementado con el disfrute de ciudad. Las piezas diseñadas hacen referencia a cuatro segmentos turísticos; cultura, rumba, gastronomía, compras; ligándolo siempre con la característica básica que se quiere resaltar y evidenciando que muchos ya lo están viviendo. La campaña busca incrementar el número de turistas internacionales en un 10% frente al 2009.

La campaña invita de una forma más directa a todos los turistas internacionales y nacionales a disfrutar de la variada oferta turística de la ciudad, a través de un mensaje que cuestiona y despierta el interés de muchos, que desconocen o que no han vivido experiencias en Bogotá.

Para los residentes de Bogotá el mensaje es: **Vive Bogotá, no te quedes atrás**, complementado con el **“muchos ya lo están viviendo”**

Para los mensajes con cobertura por fuera de Bogotá, el mensaje es: Muchos ya lo están viviendo. Ven a Bogotá no te quedes atrás.

La campaña se divulgó a través de Tv con 2 referencias de comerciales, Entretenimiento y Cultura en cable internacional y nacionalmente que cubría los siguientes países: México, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Ecuador, Chile, BÉLICE, Honduras, Nicaragua, República Dominicana, Venezuela, Surinam, Perú, Brasil, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Chile y Argentina. En canales como: ESPN, ESPN+ y ESPN HD. TURNER. FOX. Discovery medios.

Así mismo, los comerciales fueron pautados en los circuitos cerrados de centros empresariales, restaurantes y hoteles de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla.

Se hicieron free cards con la imagen de la campaña, que están presentes en centros empresariales, restaurantes y hoteles de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, con el propósito de tener pieza de impacto y recordación.

Como punto de conexión con los turistas que llegan, se logró un branding en los aeropuertos de Bogotá y Cartagena, a través de módulos en las salidas y llegadas nacionales e internacionales.

En internet, se tuvo una pauta en los principales portales internacionales y nacionales.

Otro medio de gran importancia por el perfil de lectores es la revista de entretenimiento de Avianca, con la cual se logró un paquete de seis (6) avisos, donde se publicaron varias referencias de la campaña. De igual forma, en las pantallas de los aviones de los vuelos internacionales de Avianca, Taca y Aerogal se presentan las cápsulas referentes a los segmentos turísticos de Cultura, Rumba, Gastronomía y Compras. En los vuelos receptivos que llegan a Bogotá se presenta el video de Bogotá en el momento del aterrizaje.

En el último mes del año se continuó con la comunicación de la campaña VEN A BOGOTA - NO TE QUEDES ATRAS a través de diferentes piezas. En esta época, con énfasis en la temporada vacacional.

- **Campaña de Navidad**

Teniendo como sombrilla la campaña “Ven a Bogotá no te quedes atrás”, se diseñó la campaña en navidad, manteniendo la misma estructura, pero con imágenes y mensajes propios para la comunidad turística que busca en esta época elegir un lugar para pasar esta temporada.

Por esto se potencializó la pauta que se tenía en los medios actuales de la campaña, adicionando algunos.

En Televisión, se tuvo un formato diferente a través de secciones en las noticias o en programas especiales, mientras la presentadora lee un texto, se presentaba una imagen fija de la campaña. Los canales fueron: Telecaribe, Teleoriente, Telecafé, Telepacífico, Teleantioquia. La pauta fue del 15 de noviembre al 10 de diciembre.



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

Se publicaron avisos en la revista Semana, Avianca tradicional, Avianca entretenimiento, revista de turismo especializada como: Revista Ladevi y Turismo Hoy, publicadas en la última semana de noviembre.

Se pautó una cuña de radio en emisoras de ciudades que generan tráfico hacia Bogotá, a nivel nacional como: en la "W". A nivel regional en el eje cafetero, Antioquia. Santander, costa especialmente Barranquilla. El período de la pauta fue desde el 15 de noviembre al 15 de diciembre. De igual forma se realizaron para Bogotá free cards con la referencias de la campaña.

Dentro de esta campaña están los recorridos peatonales gratuitos para la navidad, que se realizaron del 8 al 28 de diciembre, para lo cual se hizo un volante informativo.

También en diciembre se publicó una agenda de navidad con las diferentes actividades del mes: iluminación de la ciudad, recorridos navideños y el calendario de actividades.

## **b) Construcción marca ciudad**

El Convenio 196 de 2008 entre el IDT, CCB, e Invest in Bogotá se suscribió para definir una estrategia general de mercadeo de ciudad, desarrollar un proceso de prospectiva de ciudad, identificar proyectos estratégicos sectoriales y definir la Marca Ciudad.

En una primera fase la firma INPOLIS desarrolló los siguientes productos que fueron entregados durante el año 2010, y a su vez, algunos de ellos representaron un insumo para la construcción de la marca ciudad:

- ✓ Metodología, plan de trabajo y cronograma para el desarrollo de la estrategia de mercadeo de ciudad.
- ✓ Diagnóstico inicial del posicionamiento de la ciudad y metodología para actualización y ampliación.
- ✓ Listado de proyectos estratégicos para la ciudad.
- ✓ Propuesta de estructura organizacional del proyecto con perfiles y funciones.
- ✓ Descripción de los Talleres temáticos de sensibilización: Método, resultados y conclusiones.
- ✓ Bogotá en la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO: proyecto adicional prioritario estipulado en el Convenio.



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17

El proceso de construcción de la Marca Ciudad tuvo las siguientes etapas:

- Campaña “Bogotá Busca su Marca”: con el fin de obtener la percepción y opiniones de la gente acerca de la ciudad; se hizo a través de una consulta ciudadana, con el apoyo de la Casa Editorial El Tiempo.
- Convocatoria para el diseño gráfico de la marca: a través de una convocatoria pública dirigida a agencias de publicidad.
- Elección de un jurado conformado por expertos nacionales e internacionales para evaluar las propuestas.
- Preselección de cinco propuestas creativas de marca ciudad
- Realización de focus group entre cinco grupos poblacionales para analizar las propuestas preseleccionadas.
- Estudio y análisis por parte del jurado
- Selección de la marca ciudad

Está en proceso la elaboración del Manual de Uso de la misma, que debe entregar en enero la agencia ganadora. Este es un documento indispensable para el correcto uso y aplicación de la marca.

Esta es la marca oficial que representará a la capital colombiana dentro y fuera del país y le permitirá posicionarse.



Su lanzamiento se realizó en la Alcaldía Mayor, el 7 de diciembre de 2010. Bajo el concepto BOGOTÁ ES MÁS (+) se crea un sistema que fortalece los diferentes frentes de la marca, haciendo uso de las connotaciones de la expresión MÁS, como significado de grandeza, sumatoria, diversidad, crecimiento y optimismo.

Se ejemplifica el concepto a través de percepciones como: Bogotá es MÁS cultura, Bogotá es MÁS verde, Bogotá es MÁS rock, Bogotá MÁS futuro, opciones que pueden adaptarse a todas las necesidades de comunicación de la marca. La Marca Ciudad es el resultado de un esfuerzo público-privado liderado por el Instituto Distrital de Turismo y la Cámara de Comercio de Bogotá, con el apoyo y la facilitación de Invest in Bogotá.

### c) Plan de mercadeo turístico de Bogotá

La consultoría contratada en el año 2009 con la empresa ISG de Colombia sirvió de base para determinar el Plan de Mercadeo Turístico de Bogotá y sus estrategias para la promoción de Bogotá como destino turístico en el mediano plazo.





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

Una de los resultados de dicho Plan, fue la definición de los mercados prioritarios sobre los cuales hacer énfasis en acciones promocionales. Están determinados por el tiempo en horas de vuelo (menos de 3 horas con conexión directa aérea hacia Bogotá) y/o el perfil de la demanda. Son:

- Perú
- Ecuador
- Venezuela
- Argentina
- Chile
- México
- Brasil
- Estados Unidos
- España

El plan recomendó que para promocionar a Bogotá en los diferentes mercados objetivo se debían realizar acciones en dos frentes:

- Una estrategia pull, que combina las acciones dirigidas al turista potencial para conseguir su interés a través de publicidad, comunicación on-line y publicity.

Esta estrategia se desarrolló a lo largo del año 2010 a través de las campañas publicitarias en televisión, radio, prensa, revistas especializadas e internet llevadas a cabo en los mercados objetivos.

- Acciones push, dirigidas a presentar y convencer a los ofertantes e intermediarios del sector turístico (trade) a través de la organización de fam trips, workshops, ferias especializadas, campañas publicitarias en medios especializados y campañas conjuntas con los operadores de Bogotá.

Para llevar a cabo estas acciones push se trabajó conjuntamente con dos aliados estratégicos (Avianca y Proexport) para la promoción del destino en dichos mercados. Las acciones desarrolladas con estos aliados se refieren principalmente a la presencia del destino en ferias especializadas de turismo, la realización de viajes de familiarización de agentes de viajes mayoristas, viajes de prensa de periodistas pertenecientes a medios importantes en cada uno de los países y workshops -presentaciones de destino en los mercados objetivo.

De manera independiente y sin la participación de Avianca y Proexport, el IDT estableció un acuerdo de promoción conjunta con el mayorista peruano Destinos Mundiales que hace referencia a pauta en medios especializados de turismo, material pop y capacitaciones al trade.





A continuación se detallan las acciones en cada uno de los mercados objetivo:

MERCADO	ALIADO	ACCIONES
PERU	DESTINOS MUNDIALES	Manuales de Vacaciones
		Workshop
		Coleccionable "Vamos" Periódico El Comercio
		Avisos revista especializada de Turismo "Impreso"
		Feria SIT
	PROEXPORT - LAN	Fam Trip
	AVIANCA	Press Trip
	COTELCO	Press Trip
ECUADOR	PROEXPORT- AERO REPUBLICA	Workshops Quito y Guayaquil
	PROEXPORT	Fam Trip
	PROEXPORT-AVIANCA	Fam Trip Mayoristas
BRASIL	AVIATUR	Fam Trip
	PROEXPORT	Participación en feria de turismo ABAV
	AVIANCA	Fam Trip
CHILE	PROEXPORT-ADS MUNDO - COCHA	Presentación de destino para fuerza de ventas de ADS Mundo (Almuerzo 50 Pax) y Cocha (Almuerzo 25 Pax)
	PROEXPORT	Visitas Clientes Corporativos
ARGENTINA	PROEXPORT	Participación en la Feria de Turismo FIT
	AVIANCA	Fam Trip
	COTELCO	Press Trip
MEXICO	PROEXPORT	Fam Trip
		Participación en feria FITA 2010
	AEROMEXICO	Fam Trip
EL SALVADOR, GUATEMALA, HONDURAS	AVIANCA	Fam/Press Trip
USA	PROEXPORT	Press Trip
	AVIANCA	Fam Trip
VENEZUELA	GRUPO OVER-PROEXPORT	Fam/Press Trip
CENTROAMERICA	AVIANCA	City Tour



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

MERCADO	ALIADO	ACCIONES
ESPAÑA	PROEXPORT	Fitur 2010
BARRANQUILLA	AERO REPUBLICA	Desayuno agencias de viajes y almuerzo Fondos de Empleados, cajas de compensación y cooperativas
PEREIRA	AIRES	Desayuno agencias de viajes
CARTAGENA	AVIANCA	Presentación de destino
		Press Trip
	CORPORACION FESTIVAL DE CINE	Festival Internacional de cine Cartagena
CALI	AIRES	Desayuno agencias de viajes y almuerzo Fondos de Empleados, cajas de compensación y cooperativas
BUCARAMANGA	AIRES	Desayuno agencias de viajes
MEDELLIN	AIRES	Desayuno agencias de viajes y almuerzo Fondos de Empleados, cajas de compensación y cooperativas
COLOMBIA	ANATO	FERIA ANATO
	PROEXPORT	Rueda internacional de negocios DESTINO COLOMBIA
		Press Trip Bicentenario
GUATEMALA	AVIANCA	Press Trip

Las actividades identificadas en el plan de mercadeo han permitido en todos los mercados identificados un incremento de los visitantes al comparar el ingreso de turistas en el 2009 frente al 2010 periodo enero –Octubre, según datos del DAS. Es de destacar el aumento de Brasil y Argentina que se encuentran por encima del 35%, indicando que son mercados interesantes para continuar trabajando en 2011. El incremento de Ecuador, Chile y México igualmente es representativo al indicar un incremento del 20%. El caso de Venezuela, mercado que presenta un descenso de casi el 20% es fácilmente deducible por la crisis económica del país y las relaciones geopolíticas.

De igual forma, llama la atención el comportamiento del mercado del Perú, mercado en el que se tuvo mayor intervención de actividades de promoción y sin embargo las cifras no lo reflejan, manteniendo el mismo número de pasajeros.

#### d) Puntos de Información Turística (PIT) y recorridos turísticos

Durante el año 2010 la dinámica del programa de PITs continuó fortaleciéndose con diferentes servicios complementarios a disposición de los usuarios como son los PIT



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

Virtuales y los PITs Itinerantes, que fueron implementados en el segundo semestre del año.

Los recorridos peatonales gratuitos, la participación en eventos nacionales e internacionales, la presencia en la ciclovía y en diferentes ferias y fiestas a lo largo del territorio nacional y la atención en los PITs fijos, hacen que se esté reconociendo el liderazgo del programa a nivel nacional.

A continuación se verán los datos acumulados entre enero y diciembre del comportamiento de los PITs y un comparativo con el año anterior:

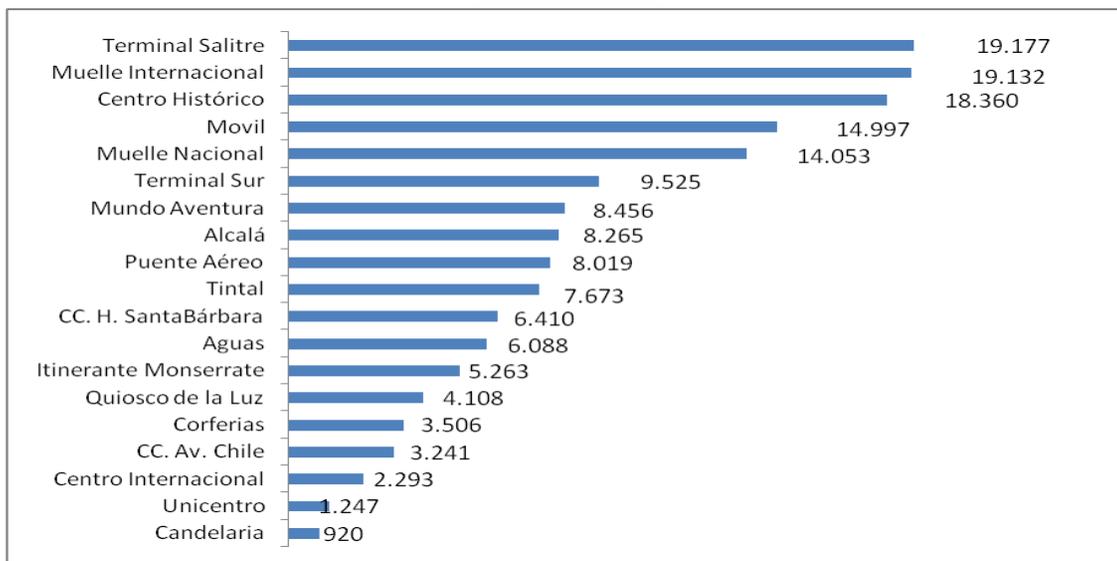
	2009	2010	Diferencia	%Variación
Enero	9.679	15.304	5.625	58,12
Febrero	9.011	12.533	3.522	39,09
Marzo	9.030	11.153	2.123	23,51
Abril	10.894	10.798	-96	-0,88
Mayo	11.657	11.663	6	0,05
Junio	11.445	13.535	2.090	18,26
Julio	13.490	14.609	1.119	8,30
Agosto	13.386	14.644	1.258	9,40
Septiembre	10.858	15.588	4.730	43,56
Octubre	11.388	14.484	3.096	27,19
Noviembre	11.918	12.259	341	2,86
Diciembre	13.542	14.163	621	4,59
<b>Acumulado</b>	<b>136.298</b>	<b>160.733</b>	<b>24.435</b>	<b>17,93</b>

El acumulado del año fue de 160.733 consultas entre los meses de enero y diciembre de 2010, que comparado con el año anterior (136.298 consultas) presenta una diferencia de 24.435 consultas que representa un incremento de 17.93 %. A continuación se muestra el detalle del número de consultas en los diferentes Puntos de información fijos:





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



En los PITs relacionados anteriormente se atendieron entre enero y diciembre 160.733 consultas donde se observa la importancia y el reconocimiento principalmente de los PITs del Muelle Internacional que entró a operar el 31 de diciembre de 2009, Terminal de Transporte del Salitre y el Centro Histórico donde se iniciaron los recorridos peatonales gratuitos.

**El PIT Móvil** con 14.997 consultas hizo presencia en diferentes ferias y fiesta en el país, relacionadas a continuación:



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

CIUDAD	EVENTO	MES
PASTO	Festival de Blancos y negros	Enero
MANIZALES	Feria de Manizales	Enero
BARRANQUILLA	Carnaval de barranquilla	Enero
CARTAGENA	Campaña Cartagena	Febrero
BOGOTÁ	Parque de la 93	Febrero
BOGOTÁ	Museos, Jardín Botánico	Febrero
BOGOTÁ	Parque Lourdes, Zona Rosa, Parque de la 93	Marzo
BOGOTÁ	Parque de la 93	Marzo
BOGOTÁ	Parque Lourdes, Zona Rosa, Parque de la 93	Marzo
BOGOTÁ	Festival Iberoamericano de Teatro	Abril
VALLEDUPAR	Festival Internacional de la leyenda Vallenata	Abril
IBAGUE	Encuentro Nacional de autoridades turísticas	Mayo
NEMOCON	Campaña Nemocon	Mayo
MESITAS	Evento Turístico Internacional de Orquídeas	Mayo
ZIPAQUIRA	Campaña Zipaquirá	Mayo
MONTENEGRO - QUINDIO	Campaña Parque Nacional del Café	Junio
QUIMBAYA-QUINDIO	Campaña Quimbaya	Junio
SALENTO	Campaña Salento	Junio
IBAGUE	Festival Folclórico Colombiano	Junio
ESPINAL	Festival Folclórico Colombiano	Junio
HONDA	Festival Folclórico Colombiano	Junio
BOGOTÁ	Jardín Botánico, Museo del Oro, Zona T Plaza de Bolívar	Julio
BOGOTÁ	Apoyo evento Bicentenario	Julio
BOGOTÁ	corferias, Andrés Carne de Res, Parque Lourdes, centro comercial Gran Estación	Julio
MEDELLÍN	Feria de las Flores	Agosto
BOGOTÁ	Maloka, Parque Jaime Duque, Panaca, Museo Nacional, Parque Mundo Aventura	Agosto
BOGOTÁ	Feria Internacional del Libro	Agosto
BOGOTÁ	Feria del Hogar	Septiembre
TUNJA	Campaña Boyaca	Septiembre
RAQUIRA	Campaña Boyaca	Septiembre
CHIQUINQUIRA	Campaña Boyaca	Septiembre
PARQUE NACIONAL DEL CHICAMOCHA	Campaña Santander	Septiembre
BARICHARA	Campaña Santander	Septiembre
BUCARAMANGA	Campaña Santander	Septiembre
BOGOTÁ	Evento Bicentenario Almacenes Éxito	Septiembre
BOGOTÁ	Día Mundial Del Turismo	Septiembre
CHIQUINQUIRA	Caravana Cotelco	Septiembre
BARBOSA	Caravana Cotelco	Octubre
BUCARAMANGA	Caravana Cotelco	Octubre
BOGOTÁ	Museo del Oro, Zona T, Museo Nacional, Corferias, Parque de la 93, Plazoleta de los Artesanos	Octubre
TOCANCIPA	Parque Jaime Duque	Octubre
ZIPAQUIRA	Catedral de Sal	Octubre
BOGOTÁ	Museo del Oro, Parque Lourdes, Museo Nacional, Parque de la 93, Plazoleta de los Artesanos, Gran Estación, Maloka	Noviembre



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
www.bogotaturismo.gov.co

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

Los PIT Itinerantes (Candelaria y Monserrate) iniciaron labores en el mes de mayo de 2010. Estos itinerantes son informadores debidamente uniformados ubicados en el Santuario de Monserrate y en el Centro Histórico apoyando a los turistas con información turística de la ciudad de manera proactiva.

### **Eventos y ciclovia de 2010**

El programa de PITs tiene presencia los días domingo en la tradicional ciclovia bogotana entre las 7 am y las 2 pm ubicado en la carrera 7 con calle 72, por su ubicación estratégica cercana a diferentes hoteles de la ciudad. Así mismo se han atendido diferentes eventos con la instalación del Sky Line como la Vitrina Turística de Anato, Rock al Parque, Día mundial del Turismo, entre otros eventos. A diciembre de 2010, el programa atendió 12.934 consultas entre los atendidos en ciclovia y eventos.

### **Recorridos Turísticos peatonales 2010**

	Nacionales	Extranjeros	Total
Enero	456	484	940
Febrero	270	327	597
Marzo	884	257	1.141
Abril	286	352	638
Mayo	123	213	336
Junio	213	228	441
Julio	909	84	993
Agosto	202	441	643
Septiembre	158	289	447
Octubre	484	265	749
Noviembre	157	311	468
Diciembre	719	223	942
	<b>4.861</b>	<b>3.474</b>	<b>8.335</b>

Durante 2010, 8.335 participaron en los recorridos peatonales, el 42% corresponden al grupo de extranjeros, quienes en su mayoría ya tienen referenciado en sus guías el





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

programa de los recorridos y van directamente al PIT del Centro Histórico para inscribirse.

De las 8.335 personas que realizaron los recorridos, 2.201 fueron atendidos en los recorridos temáticos especializados así: 612 en el recorrido de Semana Santa, 746 en el recorrido de vacaciones de mitad de año, 275 en el recorrido de brujas y espantos y 568 en la temporada de Navidad.

### **PIT Virtual 2010**

Como continuación al fortalecimiento del programa, se lanzó en el mes de julio la actividad de **PIT Virtual**, que consiste en unos Kioscos interactivos que proveen información turística a los usuarios. Estos están ubicados en sitios como Hotel la Fontana, Hotel Casa Dann, Museo del Oro, Estación de Transmilenio de Av. Jiménez y Centro Comercial El Retiro.

En el periodo comprendido entre julio y noviembre de 2010 se atendieron desde los PIT Virtuales 2.538 consultas.

### **Resumen general a diciembre de 2010**

	Consultas	Recorridos	Eventos	P. Virtual	Total
Enero	15.304	940			<b>16.244</b>
Febrero	12.533	597	511		<b>13.641</b>
Marzo	11.153	1.141	111		<b>12.405</b>
Abril	10.798	638	104		<b>11.540</b>
Mayo	11.663	336	59		<b>12.058</b>
Junio	13.535	441	1.001	529	<b>15.506</b>
Julio	14.609	993	1.250	520	<b>17.372</b>
Agosto	14.644	643	1.220	400	<b>16.907</b>
Septiembre	15.588	447	6.531	297	<b>22.863</b>
Octubre	14.484	749	1.596	301	<b>17.130</b>
Noviembre	12.259	468	396	228	<b>13.351</b>
Diciembre	14.163	942	155	263	<b>15.523</b>
	<b>160.733</b>	<b>8.335</b>	<b>12.934</b>	<b>2.538</b>	<b>184.540</b>

184.540 consultas se atendieron dentro del proyecto de PITs entre enero y diciembre de 2010. Este acumulado representa las 4 fuentes que son las consultas, los recorridos, los eventos en los que se participa y los PITs Virtuales.



## **Línea de Atención Turística 018000 127400**

En agosto de 2010 entró en servicio esta línea, cuyo objeto es brindar el servicio de información turística de manera gratuita a nivel nacional las 24 horas del día. La operación de esta línea se apoya en la línea 195 con su Call Center en la noche y en el día es atendida por los informadores bilingües de los PIT.

### **e) Fortalecimiento de las páginas web de turismo de Bogotá**

- Mejoramiento de la página institucional de turismo [www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co) con una revisión y actualización de su diseño y contenidos.
- Creación de la página [www.esbogota.com](http://www.esbogota.com) mediante convenio con la Cámara de Comercio y el Bureau de Convenciones como portal transaccional de servicios turísticos.

### **f) Logo IDT**

Con el fin de tener una imagen corporativa, de mayor recordación y posicionamiento institucional se creó en el mes de agosto, un logotipo con sus aplicaciones a diferentes piezas. El logo se presentó a la Agencia en Casa de la Alcaldía Mayor, que aprobó su uso a nivel internacional. A nivel nacional, el logo puede acompañar el logo del sector de Desarrollo Económico pero usado en marca de agua.

### **g) Ferias y eventos**

Como una estrategia de mercadeo de ciudad se participó en 27 ferias nacionales e internacionales de promoción turística directa, así:





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

MES	EVENTO
Febrero	Feria Internacional de Turismo de Madrid FITUR 2010
	XXIX Vitrina Turística de ANATO
	Destino Colombia 2010
Abril	Dos eventos de promoción de Bogotá como destino turístico en Barranquilla
	Evento de promoción de Bogotá como destino turístico en Pereira
	Evento de promoción de Bogotá como destino turístico en Cartagena
Mayo	Evento de promoción de Bogotá como destino turístico en Cali
	Evento de promoción de Bogotá como destino turístico en Bucaramanga
	Evento en Cali para cooperativas, cajas de compensación y fondos de empleados.
	Salón Internacional de Turismo de Lima SIT 2010
Junio	Dos Workshops en Quito
	Dos Workshops en Guayaquil
	Evento en Medellín dirigido a agencias de viajes
	Evento en Medellín para fondos de empleados, cooperativas y cajas de compensación.
Agosto	Presentación de Destino inauguración vuelo Avianca San Salvador – Bogotá, agentes de viajes y periodistas de Centroamérica
	Reunion con Operadores Mayoristas
	Participación en la Feria de las Flores con el PIT Móvil
Septiembre	Feria Internacional de Turismo de las Américas FITA MEX 2010
	Día Mundial del Turismo
Octubre	Workshop con el Mayorista American Reps en Lima
	Presentación de Destino Con El Mayorista Destinos Mundiales Lima
	Feria ABAV 2010
Noviembre	II Salón Colombia de ANATO con la participación de agentes de viajes y touroperadores de todas las regiones del país, en Bucaramanga
	II Salón Colombia de ANATO con la participación de agentes de viajes y touroperadores de todas las regiones del país, en Barranquilla



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

De igual forma, el IDT apoyó 13 eventos culturales de ciudad, dentro de los cuales están:

MES	EVENTO
Febrero	Festival Internacional de Cine de Cartagena.
Abril	Festival Iberoamericanos de Teatro -Paquetes turísticos
Mayo	Concierto de Aerosmith
	Concierto de Sting
Junio	Bicentenario de la Independencia -Paquetes turísticos (año bicentenario)
Julio	Inauguración Ruta Bicentenario - Plaza de Bolívar
	Feria de las Colonias - Corferias
	Edición número 16 de Rock al Parque 2010.
Agosto	Festival de Salsa al Parque 2010
	Feria Internacional del Libro
Septiembre	15 años del Festival Jazz al Parque
	Macrorueda del Cluster de la moda
	Expogestión 2010 en el recinto de Corferias

#### h) Fam y Press Trip

El lineamiento adoptado para los Fam y Press Trip, contempla las siguientes actividades, dependiendo del tiempo y de perfil del participante:

1. Tarjeta de bienvenida personalizada y material promocional en las habitaciones de los participantes.
2. Presentación de Destino Bogotá.
3. Presentación y Visita de inspección del hotel que apoya el viaje.



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

4. City Tour centro histórico.
5. Visita a la Catedral de Sal – Zipaquirá y a Monserrate.
6. Tours: Compras Outlet, Rumba, gastronomía, Cultura.
7. Traslados requeridos según agenda

Los viajes de familiarización, permiten que los comercializadores presentes en la cadena de distribución visiten Bogotá, para que de manera vivencial conozcan los atractivos turísticos y por supuesto la infraestructura de los prestadores de servicios turísticos, de congresos y convenciones de Bogotá.

En el transcurso del año se realizaron diecinueve (19) Fam Trip, con una participación de 330 agentes de viajes, en alianza estratégica con entidades públicas, privadas o mixtas, con el fin de hacer un trabajo conjunto de promoción de los atractivos turísticos relevantes de Bogotá - Región a saber:

MES	ORIGEN	NUMERO PARTICIPANTES	TIPO
FEBRERO		83	Agentes de Viaje y Periodistas internacionales
	Cali, Medellín, Cúcuta y Bucaramanga	9	Agentes de Viaje
ABRIL	Brasil	12	agentes de viajes brasileros
	E.E.U.U	7	Misión facilitadores de Turismo de Salud de Estados Unidos.
		15	Invitados internacionales de la Secretaría de Medio Ambiente participantes en el Simposio Internacional de Urbanis
JUNIO	Italia, Uruguay, España	6	Grupo expertos internacionales
AGOSTO	Salvador	36	Agentes de Viajes
SEPTIEMBRE	Republica Dominicana	56	Agentes de viajes internacionales



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

MES	ORIGEN	NUMERO PARTICIPANTES	TIPO
OCTUBRE	México	10	Empresarios internacionales
	México	12	Operadores internacionales mayoristas
	Brasil	12	Operadores internacionales mayoristas
	Perú	6	Operadores internacionales mayoristas
NOVIEMBRE	E.E.U.U	5	Operadores internacionales mayoristas
	Argentina	10	Agentes de viajes internacionales mayoristas
	Ecuador	12	Agentes de viajes internacionales mayoristas
	Brasil	10	Operadores internacionales mayoristas
	Venezuela	18	Agentes de viajes internacionales
	Guatemala	7	Grupo Avianca - Taca
DICIEMBRE	Ecuador	4	Cancillería de Ecuador
<b>TOTALES</b>		<b>330</b>	

Vale la pena destacar que gracias a la gestión de la Subdirección de Promoción y mercadeo con los diferentes operadores turísticos, los cuales se vincularon a la realización de estos Fam se logró un ahorro de Treinta y Nueve Millones Seiscientos Veinte Mil Seiscientos Pesos M.cte (\$39.620.600).



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

## PRESS TRIP

En 2010 se realizaron 8 press trip con la participación de 36 periodistas generadores de opinión nacional e internacional como se relaciona a continuación:

MES	ORIGEN	NUMERO PARTICIPANTES	TIPO
MAYO	Barranquilla, Cartagena, Perú	3	Periodistas canales regionales y prensa escrita del Perú
	Argentina	3	Periodistas canal Cosmopolitan TV.
JULIO	Cartagena, Pereira, Barranquilla, Medellín, Neiva, Bogotá	7	Periodistas Nacionales (tema Bicentenario)
	E.E.U.U.	1	Periodista National Geographic
	México	7	Periodistas para vuelo inaugural de Aeroméxico
SEPTIEMBRE	E.E.U.U.	1	periodista internacional del medio Recomend Magazine
OCTUBRE	Perú	4	Periodistas Internacionales del Diario El Comercio, La República, Perú 214 y T- News
DICIEMBRE	Cartagena	10	Periodistas Nacionales de los medios Telecaribe, El Universal, RCN Radio, Canal Cartagena y Comunicaciones AV
TOTALES		36	

Al igual que en los Fam Trip, se contó con el apoyo de los operadores turísticos para la realización de estos Press Trip, logrando un ahorro de Diez Millones Doscientos Ochenta y Un Mil Pesos M.cte (\$10.281.000).



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

En resumen, en 2010 se realizaron **19 Fam trips** o viajes de familiarización de agentes de viajes y **8 press Trip**, con una participación de 366 personas, el IDT logró alianzas con los operadores turísticos para la atención de estos viajes, teniendo como resultado una gestión equivalente a un ahorro de Cuarenta y nueve millones Novecientos Un Mil seis cientos pesos M/Cte. **(\$49'901.600)**.

El número de viajes de familiarización tuvo un aumento del 20% frente al 2009.

### **i) Captación de eventos**

- Estado de candidaturas: a través de la gestión del Bureau de Convenciones de Bogotá, se logró que de las 52 candidaturas para eventos a las cuales estaba postulada Bogotá, se ganaran 31 y se perdieran 5, Se encuentran en procesos 16, tal como se muestra en la siguiente tabla:





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

	CANDIDATURAS 2010	GANADA	PERDIDA	EN PROCESO
1	Ia III Conferencia Regional Latinoamericana IRF	X		
2	Congreso Latinoamericano De Fibrilacion Auricular	X		
3	Conferencia Mundial de Economía y Gestión de Medios de Comunicación	X		
4	IX Congreso Matilde Espinosa de Perez	X		
5	Parada del Mundial de Ski acuático	X		
6	Congreso Latinoamericano de la Mujer	X		
7	III Congreso Iberoamericano de Turismo Religioso.	X		
8	V Congreso Latinoamericano de Santuarios Religiosos.	X		
9	Congreso de la federacion de piedras preciosas		X	
10	XI Congreso Latinoamericano de Relaciones Publicas	X		
11	II Foro Internacional de migración y paz	X		
12	III Encuentro Latinoamericano de la IFA	X		
13	IV Congreso Latinoamericano de Musicoterapia	X		
14	IV Congreso Latinamericano de Neurociología	X		
15	Reckitt Beckinser Assembly	X		
16	III Congreso Iberoamericano de Trabajo Infantil	X		
17	17 Congreso Mundial de Gestión Humana ACRIP- MUNDIAL 2014			X
18	Reunión de Presidentes Continentales de la WACS		X	
19	Copa culinaria de las Americas			X
20	II Congreso Latinoamericano de Masoterapia		X	
21	Congreso de Cocinas Andinas			X
22	Asamblea Federacion de Ingenieros Electricos de Puerto Rico		X	
23	Asociacion de Banqueros Hipotecarios de Puerto Rico			X
24	Congreso Mundial de petroleos			X
25	Congreso Latinoamericano de Diabetes			X
26	III Congreso Internacional de Editores científicos			X
27	International Networkers Team			X



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

	CANDIDATURAS 2010	GANADA	PERDIDA	EN PROCESO
28	XVII Congreso de Sicoología Animal			X
29	Red Bull Air Race			X
30	II Congreso de arritmias cardiacas			X
30	Congreso Anual de Hemodiamia			X
31	Latin American Shared Services congress	X		
32	XVII Conferecia internacional en modelacion fisica y Geotecnia			X
33	Encuentro Latinoamericano y del Caribe de ventanillas uicas de comercio exterior	X		
34	8vo Foro de liderazgo en Infraestructura	X		
35	Colombia Compite	X		
36	FEPAL	X		
37	Asamblea Latioamericana de TGIF	X		
39	AAPG - ice			X
40	World petroleum Council		X	
41	II Congreso Interacional de investigacion educativa	X		
42	Congreso de ciencia tecnologia en inocuidad de alimentos	X		
43	Reunion Latinoamericana de TPO'S	X		
44	XVII Bienal internacional de sicologia comparativa	X		
45	XVI Cogreso Latinoamericano de Diabetes	X		
46	Networking For life	X		
47	IAAPA - ACOLAP	X		
48	III Congreso De Creatividad Y Estrategia	x		
49	World Skills Americas	x		
50	XVII Encuentro feminista de Latinoamerica y el Caribe	x		
51	Alta Security Summit			X
52	Asamblea LAtinoamericana de Lufthansa			X



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
[www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co)

MC-F12  
Fecha vigencia: 2011-01-17



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

- **Eventos Realizados:** son los eventos que por gestión del Buro de Convenciones de Bogotá se llevaron a cabo de la ciudad durante el año 2010, algunos se captaron durante 2009 y algunos corresponden a 2010:

	EVENTO	FECHA	PARTICIPANTES
1	III Conferencia Regional Latinoamericana IRF	nov-10	400
2	Congreso Latinoamericano De Fibrilacion Auricular	oct-10	98
3	Conferencia Mundial de Economía y Gestión de Medios de Comunicación	jun-10	
4	IX Congreso Matilde Espinosa de Pérez	nov-10	85
5	IV Congreso Latinoamericano de Musicoterapia	jun-10	78
6	IV Congreso Latinoamericano de Neurociología	jun-10	
7	Reckitt Beckinser Assembly		37
8	III Congreso Latinoamericano de Inocuidad en alimentos	ago-10	464
9	II foro Internacional de migración y paz	sep-10	390
10	III Encuentro Internacional contra el trabajo infantil	nov-10	1000
11	8vo Foro Latinoamericano de Liderazgo en infraestructura	ago-10	580
12	Colombia Compite	feb-10	1250
13	Encuentro Latinoamericano y del Caribe sobre ventanillas de comercio exterior VUCE	feb-10	
14	III Latin American Shared Services Congress	feb-10	117
15	Congreso Latinoamericano de Psicoanálisis -FEPAL	oct-10	567
			<b>5.066</b>

A continuación se presenta un Cuadro Resumen sobre el número de eventos realizados en 2008, 2009 y 2010:

	2008	2009	2010
EVENTOS INTERNACIONALES	15	21	35
EVENTOS NACIONALES	4	6	4



Calle 70 No. 7 - 40. Teléfono: 2 17 07 11 Fax: 2 17 07 11 Ext 201 - 335  
www.bogotaturismo.gov.co



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

Como se aprecia en el cuadro, en el 2010 se presentó un incremento en la realización de eventos internacionales del 67%. Mientras que en los nacionales se presentó una variación negativa de 33%. Este incremento en los eventos internacionales impacta positivamente la cadena productiva del sector.

## j) Material Promocional

La realización y distribución de piezas promocionales genera beneficios en dos vías: a) para el IDT y para los generadores de información, pues estos logran cumplir con su misión de comunicar a su público objetivo, y, b) para el usuario final, representado en residentes, visitantes y turistas de Bogotá, quienes se benefician con la información recibida.

Durante el año 2010 el IDT adelantó la actualización y reimpresión de guías y mapas turísticos en español y en inglés, siendo estos los principales productos de consumo por parte de los usuarios. Se hicieron también: volantes informativos sobre la entidad y algunos de sus servicios como los nuevos PIT, la oferta de recorridos temáticos, los plegables TurisMilenio y la Ruta del Bicentenario.

El siguiente cuadro presenta la distribución de piezas promocional en 2010, comparativamente con el año 2009. el volumen de material producido y distribuido durante el año:

MES	2009	2010
Enero	21.974	21.787
Febrero	23.399	31.375
Marzo	14.009	20.419
Abril	11.058	29.363
Mayo	33.891	28.648
Junio	37.453	31.147
Julio	19.996	60.317
Agosto	19.899	59.100
Septiembre	37.082	100.225
Octubre	46.424	70.926
Noviembre	41.957	37.123
Diciembre	24.881	59.059
	<b>332.023</b>	<b>549.489</b>



En 2010 se presentó un incremento de distribución de material del 65% frente al año 2009.

Adicionalmente, con el fin de contar con material especializado en diferentes aspectos de la oferta turística de la ciudad, el IDT adquirió algunas guías o publicaciones realizadas por reconocidas firmas editoriales. Estas son:

- **Guía Gastronómica “Visto Bueno” – Puntos Suspensivos Editores.**

Contenido: Publicación que califica y ofrece información de una selección de 200 restaurantes de la ciudad, establecida por profesionales del tema. Posee una evaluación de restaurantes basada en tres conceptos esenciales: calidad, ambiente y servicio y la información se presenta dividida por las principales zonas gastronómicas de Bogotá.

- **Guía Histórica y Turística del Centro de Bogotá – El Ancora Editores.**

Contenido: Esta es la guía del centro ampliado de Bogotá, que responde a lo indicado en el Decreto 492 de 2007 que adopta, entre otros, el área de acción del Plan Zonal del Centro donde están las localidades de La Candelaria, Santa Fe, Los Mártires y parte de la localidad de Teusaquillo. La guía cubre el área comprendida entre la Calle 1ª y las Calles 39 y 45, y entre la Avenida Circunvalar y la Carrera 30.

- **Libro Bogotá de frente: Arquitectura de Bogotá - Letrarte Editores.**

Contenido: la diversidad de Bogotá en cuanto a arquitectura colonial, republicana, religiosa, neoclásica, moderna y contemporánea hace que muchos de sus ejemplos constituyan verdaderos hitos de referencia tanto para turistas comunes como especializados. Este libro muestra la arquitectura de Bogotá como uno de sus principales atractivos turísticos. La editorial realizará además unos eventos en torno del libro que fortalecerán la presencia y promoción de Bogotá en diferentes escenarios.

- **Guía Turística Límite Visual**

Contenido: guía visual/cultural de especiales características estéticas y visuales. Ilustrada por excelentes fotógrafos y dibujantes. Posee imágenes, cartografía y maquetas que hacen de esta un valioso documento de información y de viaje. Es una guía elaborada por un escritor reconocido, lo que brinda valor agregado al material.

### k) Feria de servicio al ciudadano

Es uno de los canales de atención ciudadana que busca fortalecer el acercamiento de la administración Distrital a la comunidad. Es así como la Dirección Distrital de Servicio al Ciudadano, dependencia de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá, en coordinación con las Entidades Distritales y la Policía Metropolitana han estructurado el proyecto “Feria de servicio al ciudadano”.

Durante el 2010, el Instituto Distrital de Turismo en cabeza de la Subdirección de Promoción y mercadeo, hizo presencia en 8 Ferias de Servicio al Ciudadano, en donde se brindó de manera gratuita, información turística sobre la ciudad capital, al igual que sobre la oferta de atractivos y posibilidades de actividades culturales, deportivas, recreativas que ofrece la ciudad y su entorno regional.

### 3.3 Procesos de Apoyo

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

#### 3.3.1 Proceso Financiero

**Este proceso tiene como objetivo:** administrar los recursos financieros de la organización promoviendo la eficiencia en la realización de las actividades de la entidad.

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

#### **Acciones y resultados:**

- La ejecución presupuestal de la Entidad en 2010 alcanzó el 98.20%. En funcionamiento, se ejecutó el 91,44% de los recursos y en inversión el 99,67%. En inversión se mejoró la ejecución frente a lo registrado en 2009. En términos generales, la entidad alcanzó en 2010 la mejor gestión presupuestal de su historia.
- Se dio cumplimiento a los lineamientos formulados por la Resolución 357 del 23 de Julio de 2008, de la Contaduría General de la Nación, en la que se adopta el procedimiento de control interno contable y de reporte del informe anual de evaluación a dicha Contaduría, con corte a 31 de diciembre de cada periodo contable, y establece las acciones mínimas de control que deben realizar los

responsables de la información financiera, económica, social y ambiental en los entes públicos, con el fin de garantizar razonablemente la producción de información contable confiable, relevante y comprensible.

- El Instituto Distrital de Turismo acogió a lo dispuesto en la circular No. 03 de 2010, constituyó las reservas de inversión para 2011 por \$1.098 millones, que representan el 15.13% del total de los recursos apropiados para los proyectos de inversión, dando cabal cumplimiento con los lineamientos y recomendaciones de la Circular 20 de 2008 de la Dirección Distrital de presupuesto.
- Se avanzó en la completa parametrización e implementación de los módulos PREDIS, PAC, OPGET, PERNO, SISCO, SAE/SAI, LIMAY Y CORDIS.

### 3.3.2 Proceso Jurídico

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

**Líder del proceso:** Asesor Jurídico

#### Acciones y resultados:

- A continuación se presenta un cuadro resumen en el que se muestra la contratación realizada por la entidad a través de la Asesora Jurídica en el periodo 2010:

CONTRATACIÓN REALIZADA	CANTIDAD
Contratos de Consultoría	0
Licitaciones Públicas	0
Contratación Directa	101
Contratos de Interventoría	1
Selección Abreviada	29
Convenios de Asociación	6
Convenios Interadministrativos	10
Contratos Interadministrativos	2
<b>Total Contratación 2010</b>	<b>148</b>

- Durante la vigencia 2010, la entidad dio respuesta a 248 derechos de petición presentados por particulares, Honorables Concejales de Bogotá e instituciones públicas y privadas del Distrito y la Nación.

### 3.3.3 Proceso de Comunicaciones

**Este proceso tiene como objetivo:** desde la comunicación externa, posicionar al Instituto Distrital de Turismo (IDT) ante la opinión pública y el sector del turismo, como la fuente de información y opinión confiable acerca del turismo de Bogotá y desde la comunicación interna, articular al interior de la organización mecanismos que permitan interiorizar el direccionamiento de la entidad, fortalecer el clima organizacional y la cultura de la calidad.

**Líder del proceso:** Asesor de Comunicaciones.

#### **Acciones y resultados:**

Como resultado del apoyo que se brinda a los procesos misionales, las siguientes son publicaciones realizadas a lo largo del año 2010:

- 652 notas free press nacional que representaron \$3.123.041.090
- Alianzas con páginas-revistas turísticas: redacción y envío de artículos, noticias, informes, encuestas, etc: La República, Portafolio, El Tiempo, Portal Colombia travel (Proexport), Bolivariano, Turismo Hoy, entre otras.
- Fortalecimiento de medios de comunicación interna como la intranet, con la creación de InformaT, revista virtual con un novedoso diseño de circulación semanal que resalta los eventos realizados dentro y fuera del IDT y articula las políticas no solo del Instituto sino del distrito en general. (Ejemplo: PIGA (Plan Institucional de Gestión Ambiental), Día Mundial del Turismo (Turismo Accesible), alianzas estratégicas con Transmilenio, etc.)
- El proceso de comunicación interna participó en el Premio Distrital a la Gestión 2010 con las mejoras del editor de contenidos (Asesora de Comunicaciones) que garantiza estándares de alta calidad en la información divulgada dentro y fuera de la entidad y con la creación de InformaT, la revista virtual de la Intranet, lo que aportó a que el IDT se ubicara en el segundo lugar de la categoría Entidades pequeñas. Dichas mejoras surgieron de la necesidad de generar mecanismos de comunicación interna que garantizaran la calidad, innovación, efectividad y veracidad del mensaje a comunicar.
- Interacción con gremios, entidades del Distrito y nacionales para la articulación en comunicaciones de las acciones que adelanta el IDT y que generaron impacto en la opinión pública. (Ejemplo: Día Mundial del Turismo, Marca Ciudad, etc.)



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

- Se facilitó material fotográfico a las agencias nacionales e internacionales a través del Sistema de Archivo Fotográfico (SAF) para el posicionamiento de Bogotá a nivel nacional e internacional. De igual manera se atendieron solicitudes de videos.
- En alianza con Transmilenio, se exhibieron durante más de dos meses, 84 fotografías del Sistema de Archivo Fotográfico (SAF) en 21 estaciones del sistema de transporte desde la AV Jiménez hasta la calle 127, por la troncal de la Caracas (4 fotos por estación).

### 3.3.4 Proceso de Talento Humano

**Este proceso tiene como objetivo:** garantizar personal competente para la realización de las actividades que contribuyen al cumplimiento de la misión del IDT.

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

#### **Acciones y resultados:**

- Creación de 14 nuevos cargos en la planta de personal, alcanzando una planta de personal de 30 cargos, dando cumplimiento a los preceptos contenidos en la Ley 909 de 2004 y sus Decretos Reglamentarios, respecto a la provisión de empleos de planta de Carrera Administrativa.
- Articulación de los Planes de Capacitación, Bienestar Laboral y Salud Ocupacional, garantizando la coherencia con las necesidades de la Entidad y generando puntos de control. En este sentido, apoyó a la Dirección General de la Entidad en la consecución de una nueva sede que permitiera un espacio más amplio y con mejores condiciones para los puestos de trabajo.
- Participación en los programas generados desde la Secretaría General de la Alcaldía Mayor, tales como “Bogotá Bicentenario”, “Simulacro de evacuación” y “La ruta del Ideario Ético.
- Implementación de mecanismos que permitieron la consolidación de resultados y el análisis de los mismos. Se depuró el sistema de liquidación de nómina Perno que se llevará en paralelo durante el 2011 hasta una consolidación final.



### 3.3.5 Proceso de Sistemas

**Este proceso tiene como objetivo:** definir e implementar políticas, estrategias y proyectos de tecnología de información y de comunicaciones (TIC), que permitan optimizar los procesos del Instituto Distrital de Turismo.

**Líder del proceso:** Asesor de Planeación y Sistemas

**Lineamiento Estratégico de la Política:** Fortalecimiento Institucional

**Acciones y resultados:**

- Parametrización e implementación de los módulos PREDIS, PAC, OPGET, PERNO, SISCO, SAE/SAI, LIMAY y CORDIS. del sistema SI-CAPITAL.
- Rediseño y actualización de la página web [www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co).
- Mejora de la plataforma tecnológica de la entidad.
- Puesta en marcha de la plataforma de tecnología de la nueva sede.
- Desarrollo del software de Administración de Riesgos.
- Implementación y puesta en marcha del software Red de Turismo Accesible en la plataforma Moodle.
- Administración de la plataforma Moodle de la red de turismo accesible.
- Independencia de los servicios de DNS, de los Firewall que permitieron el rendimiento de la Red.
- Realización de actividades de configuración para la consolidación del mapa informático de la entidad.

### 3.3.6 Proceso Logístico

**Este proceso tiene como objetivo:** recibir, custodiar, entregar y controlar los bienes administrados por el Instituto Distrital de Turismo para el adecuado funcionamiento de los diferentes procesos.

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

**Lineamiento Estratégico de la Política:** Fortalecimiento Institucional

### Acciones y resultados:

- Suministro de bienes y servicios, de acuerdo a las necesidades de las diferentes áreas del Instituto, y en consideración del presupuesto asignado por cada rubro para la satisfacción de las mismas.
- De acuerdo con el Decreto 514 de 2006 y 545 de 2009 y compromisos frente al Plan de Desarrollo Bogotá Positiva para Vivir Mejor (Programa Gestión Documental Integral), el Instituto cumplió con la Organización de documentos correspondiente a los años 2007 y 2008, con las siguientes actividades:
  - ✓ Puesta en producción del sistema CORDIS para la gestión de comunicaciones, con los procedimientos e instructivos para el uso y manejo del sistema.
  - ✓ Creación de formatos relacionados con la gestión de documentos (formato único de inventario, planillas de correspondencia y de control de documentos, tablas de retención documental y de actos administrativos y comunicaciones oficiales de mas uso en la entidad, con sus respectivos instructivos) y divulgación en la intranet de la entidad.
  - ✓ Socialización y capacitación a gestores de correspondencia de cada una de las dependencias de la entidad en el uso y manejo del sistema distrital de Correspondencia CORDIS.
  - ✓ Socialización de los procedimientos, formatos e instructivos y divulgación de los documentos en la Intranet de la Entidad.
- Realización de las primeras transferencias documentales primarias bajo los lineamientos establecidos.
- Actualización de las TRD, según la última reestructuración de la entidad (en proceso).
- Establecimiento y realización de las brigadas de aseo para los archivos de la Entidad, de acuerdo con el Protocolo de Aseo y Limpieza del Archivo de Bogotá.
- Seguimiento a la aplicación del procedimiento de correspondencia por parte de los gestores de correspondencia y realización de la encuesta de satisfacción de usuarios del sistema CORDIS, esta última realizada por Planeación y Sistemas.

### 3.4 Procesos de Evaluación

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

#### 3.4.1 Proceso de Control y Seguimiento

**Este proceso tiene como objetivo:** realizar seguimiento, evaluación y control periódico a los procesos institucionales, mediante indicadores que midan su eficacia eficiencia y efectividad, con el fin de fortalecer continuamente la gestión de la Entidad.

**Líder del proceso:** Asesor de Control interno-Asesor de Planeación y Sistemas.

#### Acciones y resultados:

- En cumplimiento al Programa Anual de auditorías para la vigencia 2010, se realizaron auditorías de gestión y de cumplimiento a la implementación de procedimientos actualizados, modificados y nuevos, así:
  - Proceso de Mejora Continua,  
Procedimientos: De Control de Documentos, Acciones y de Correspondencia.
  - Proceso de Talento Humano,  
Procedimientos: Desarrollo del Talento Humano, Provisión y desvinculación de Talento Humano.
  - Proceso de Comunicaciones,  
Procedimiento: Comunicaciones.
  - Proceso Financiero.
  - Proceso de Gestión del Destino.

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

- Se concertaron Planes de Mejoramiento, a los cuales se les viene realizando el seguimiento de cumplimiento a las acciones, por parte del área de Control Interno.





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

- En el proceso de Administración y Gestión de Riesgos, se capacitó a los gestores con Perfil 1, Usuarios, y a los Líderes de los Procesos, con Perfil 2 de seguimiento, en la herramienta colgada en la Web del Instituto, en las etapas de la administración del riesgo, así:
  1. Etapa Establecimiento del Contexto,
  2. Etapa Identificación, Análisis y Evaluación de Riesgos
  3. Etapa Valoración y Tratamiento de Riesgos.
  4. Etapa Evaluación y Seguimiento.
- Además, en relación con la administración del riesgo, se evaluó sobre la efectividad del manejo de los riesgos, se realizó el seguimiento a las Acciones preventivas y correctivas abiertas por cada dependencia, dejando observaciones en el Aplicativo para Control y seguimiento.
- Participación en el Premio Distrital a la Gestión 2010, en donde se evaluó integralmente el desarrollo de Mejores Prácticas presentadas, con el aplicativo de administración y gestión de riesgos, éste criterio fue evaluado en tres fases hasta obtener un puntaje de 150 puntos, de los cuales, el IDT obtuvo 142, llegando a la fase final de este componente de evaluación del premio.
- Se realizó el informe de las Hojas de vida de los indicadores de cumplimiento al Plan Anual Operativo- POA, programado para la vigencia de 2010.
- Se realizaron dos actividades lúdica dinámicas de aprendizaje, a través del Juego " El Control en Nuestras Manos" a todos los servidores del Instituto, con el fin de motivar y afianzar la Cultura de Autocontrol, el cual regula y mejora los resultados. También se preparó la información para la campaña de Autocontrol, para fortalecer el compromiso Institucional.

