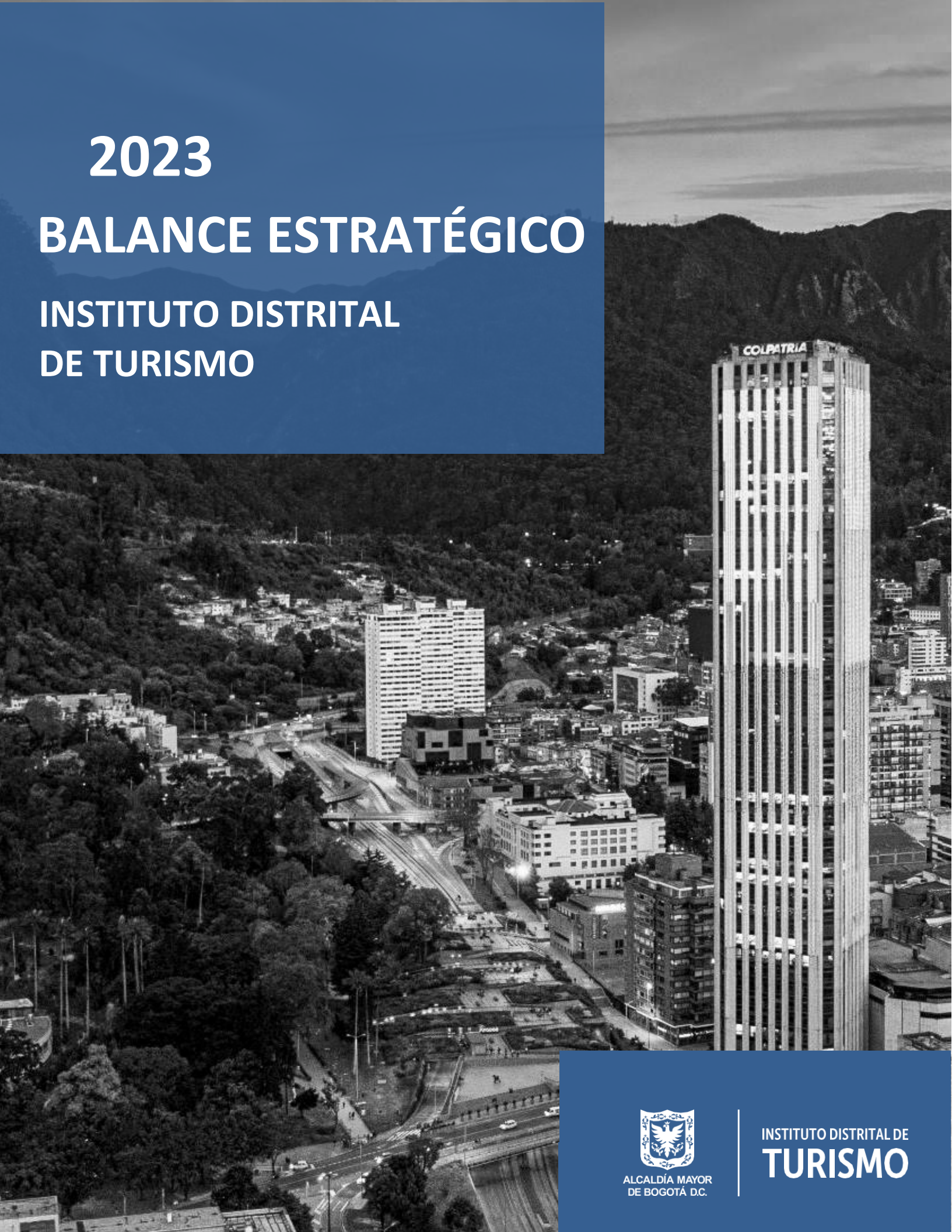


2023

BALANCE ESTRATÉGICO

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

En este documento se destacan las grandes apuestas de la entidad, los principales logros e impactos de la gestión, así como los retos sectoriales que sirven de insumo para la continuidad de políticas y proyectos vitales para la ciudad, y la construcción de nuevos retos.

**PLAN DISTRITAL DE DESARROLLO 2020 – 2024:
UN NUEVO CONTRATO SOCIAL Y AMBIENTAL
PARA LA BOGOTÁ DEL SIGLO XXI.**



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
Capítulo 1. Presentación de la Entidad	5
Capítulo 2. Principales Logros de la Entidad.	9
2.1. ENTREGAMOS UN NUEVO HORIZONTE DE PLANEACIÓN PARA EL SECTOR: POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO 2023-2033. Y DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE.	10
2.2. CONSOLIDAMOS UN ECOSISTEMA DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EL MERCADEO DE BOGOTÁ COMO DESTINO TURÍSTICO	14
2.3. CREAMOS EL FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE BOGOTÁ - FONDETUR PARA ESTIMULAR EL SECTOR DE TURISMO DE LA CIUDAD	15
2.4. ENTREGAMOS EL CÍRCULO CAPITAL DE CALIDAD TURÍSTICA-CCCT Y FORTALECIMOS LA GESTIÓN TERRITORIAL	16
2.5. LOGRAMOS EL REDISEÑO INSTITUCIONAL DUPLICANDO LA PLANTA DE PERSONAL PARA LA RENOVACIÓN Y EL FORTALECIMIENTO DE LA ENTIDAD	17
Capítulo 3. Fortalezas para destacar y mantener	18
3.1 Contamos con un instrumento de planeación a mediano y largo plazo, que permite tener una hoja de ruta y metas claras: La Política Pública de Turismo.	18
3.2. Capacidad técnica a través del talento humano IDT.	19
3.3. Bogotá, como Destino Turístico Inteligente – DTI certificado	19
3.4. Capacidad de producción de contenidos audiovisuales y escritos para la promoción de la oferta turística de la ciudad.	19
3.5. Mecanismo de fomento para el sector turístico, a través del Fondetur.	20
Capítulo 4. Retos y Recomendaciones	21
4.1 Retos:	21
4.1.1. Avanzar en la solución de la problemática identificada en el documento diagnóstico “la baja capacidad del Sistema Distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística y la consolidación de Bogotá-región como destino inteligente y sostenible” a través de las siguientes estrategias	21
4.1.2. Fortalecer la infraestructura tecnológica	21
4.1.3. Fortalecer la infraestructura turística	21
4.1.4. Aumentar el impacto y alcance de los programas y estrategias institucionales para la democratización del turismo	22
4.1.5. Lograr mayores recursos para el mercadeo de ciudad contemplando la posibilidad de generar ingresos	22

4.2. Recomendaciones	22
4.2.1. Mejorar la gestión territorial referente a la entrega de infraestructura y señalización turística	22
4.2.2. Garantizar el cumplimiento del plan de acción de la Política Pública de Turismo en armonía con lo establecido en el POT y con la región metropolitana,	23
4.2.3. Tener en cuenta las experiencias y lecciones aprendidas en el seguimiento de metas e indicadores del actual Plan de Desarrollo	23
4.2.4. Realizar las gestiones respectivas para fortalecer la articulación interinstitucional	23
4.2.5. Mantener las iniciativas establecidas para el Mercadeo de la ciudad	23

TABLA DE IMÁGENES

Imagen 1. Avance promedio en cumplimiento de la Planeación Estratégica 2020-2023	6
Imagen 2: Composición Metas IDT	8
Imagen 3: Avance corte agosto 2023 cuatrienio Metas IDT	9
Imagen 4: Recibimiento reconocimiento que acredita a Bogotá como Destino Turístico Inteligente	12
Imagen 5: Ejes de la Política Pública Distrital de Turismo	13
Imagen 6: Cifras FONDETUR	17

INTRODUCCIÓN

El crecimiento en el sector turístico evidenciado durante los últimos años, expone la necesidad de fortalecerlo, a nivel local y a nivel nacional, en aras de brindar un servicio integral con visión de sostenibilidad y competitividad. Para lograr este objetivo, es necesario reconocer la importancia que tiene el sector turismo en el crecimiento de la economía, como generador de empleo e ingreso de divisas para la ciudad. A través del Instituto Distrital de Turismo - IDT, se orientan y lideran las acciones que permiten consolidar estas metas de ciudad.

Durante la vigencia del Plan Distrital de Desarrollo - PDD 2020-2023, el Instituto Distrital de Turismo, además de concentrarse en el cumplimiento del Plan de Desarrollo Distrital, lideró una estrategia de recuperación orientada a fortalecer el destino, a través de acciones encaminadas a promocionar la ciudad, para obtener la confianza de los turistas y visitantes, apoyar a los empresarios y prestadores de servicios turísticos, apalancar proyectos que permitieran recuperar progresiva y certeramente el sector turismo y contribuir, en buena medida, a la recuperación de la economía de la ciudad, en un escenario de pandemia y post pandemia. Todo ello, con el fin de generar y mejorar las experiencias que permitan avanzar en la construcción de una ciudad incluyente, productiva, inteligente y sostenible.

La estrategia para la promoción del turismo de la ciudad, se ha concentrado en posicionar a Bogotá como un destino turístico inteligente, y al sector turismo como un generador de desarrollo económico y de bienestar en la ciudad. Hoy Bogotá es líder en materia de promoción y gestión turística, gracias a un trabajo coordinado con el sector privado, otros actores del sector público y la academia, dirigido a aunar esfuerzos y mantener al turismo como alternativa de desarrollo sostenible para la ciudad y la región, impulsando nuevos proyectos y actividades, en torno a la gestión del destino y la promoción y mercadeo de la ciudad.

Capítulo 1. Presentación de la Entidad

El Instituto Distrital de Turismo – IDT, entidad pública del orden distrital, fue creado en el año 2007, bajo el Acuerdo 275 del Concejo de Bogotá, adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Los propósitos del Instituto se dirigen fundamentalmente a: i) estimular el desarrollo económico de Bogotá a través de la promoción de la actividad turística y ii) promover las mejores condiciones de sostenibilidad y competitividad de la ciudad como destino turístico.

La entidad plasmó a través de su plataforma estratégica su misión y visión de la siguiente manera:

- Misión

El Instituto Distrital de Turismo promueve el desarrollo integral y fortalecimiento económico de Bogotá, a través del turismo como integrador social, económico y mitigante del impacto ambiental; mediante políticas, planes y proyectos desde las vocaciones locales, la generación de información,

la promoción de ciudad a nivel nacional e internacional como destino competitivo, sostenible, seguro, accesible e incluyente, que se articula con la región para mejorar la calidad de vida de sus habitantes y los actores de la cadena de valor del sector.

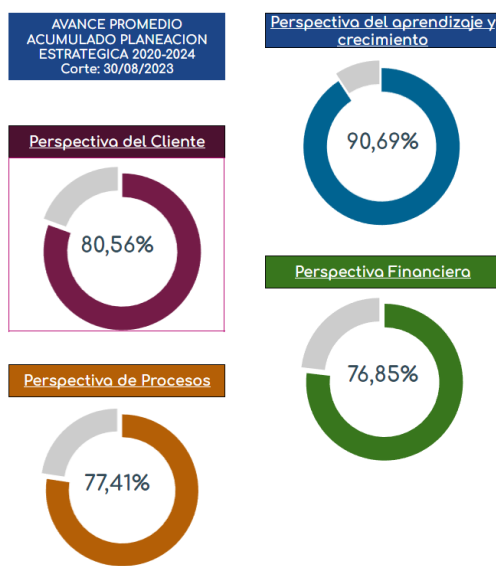
- Visión.

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

- Objetivos estratégicos.

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

Imagen 1. Avance promedio en cumplimiento de la Planeación Estratégica 2020-2023



Fuente: Dashboard, IDT 2023.

Los anteriores resultados son extraídos de la Matriz de Planeación Estratégica de la entidad donde se plasma la gestión total del IDT, enmarcada en cada una de las perspectivas. Como se observa, el mayor impacto, se refiere a la perspectiva de aprendizaje y crecimiento con un 90,69 %. Esto obedece al fortalecimiento del talento humano a través del rediseño institucional y la modernización de la infraestructura física de la entidad.

A inicios de la presente administración, se identificaron una serie de elementos desde el punto de vista administrativo y misional, que eran susceptibles de mejora. Es así que, una de las principales recomendaciones durante el proceso de empalme, consistió en disponer de una mayor asignación presupuestal que permitiera generar planes de acción integrales, para implementar tecnología de punta, generar productos turísticos innovadores, fortalecer la imagen de la ciudad como marca y articular a todos los actores del sector.

Sumado a lo anterior, las recomendaciones de la anterior administración se refirieron a los siguientes asuntos:

A nivel administrativo:

- Aumento de la planta de personal.
- Cambio de la sede administrativa.
- Renovación total de la infraestructura tecnológica (equipos, servidores, impresoras).
- Implementación de los nuevos sistemas de Información presupuestal y contable del distrito.
- Implementación y puesta en marcha del Modelo Integrado de Planeación y Gestión- MIPG.
- Aseguramiento del funcionamiento de la entidad, en condiciones de seguridad y austeridad en el gasto.

A nivel Misional:

- Consolidar la imagen corporativa del sector.
- Asignar recursos para la implementación y seguimiento de la Política Pública de Turismo.
- Incrementar y/o mantener los Puntos de Información Turística, ampliando su cobertura a zonas emergentes para el turismo.
- Fortalecer la infraestructura turística, en atractivos y señales turísticas.
- Institucionalizar el Observatorio de Turismo.

De igual manera, a nivel presupuestal y de metas, la entidad en el Plan Distrital de Desarrollo 2016-2020 “Bogotá mejor para todos”, trabajó para el cumplimiento de siete (7) metas PDD, a través de tres (3) proyectos de inversión. Este plan, logró una ejecución del 98 % del presupuesto asignado, equivalente a \$55.628 millones.

La actual administración, incrementó este presupuesto en un 32 %, es decir \$92.386 millones, que provienen de dos (2) fuentes de financiación¹:

- Recursos del distrito por \$ 81.886 millones, distribuidos en dos (2) unidades ejecutoras: unidad 1, por \$ 66.670 millones y unidad 2, por \$15.216 millones. Esta última, destina recursos, al Fondo de desarrollo Turístico- Fondetur.
- Cupo de crédito por \$ 10.500 millones, destinados únicamente y exclusivamente, para temas de infraestructura turística.

Con el proceso de armonización y la nueva estructura del Plan Distrital de Desarrollo 2020-2024 “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI”, adoptado mediante el Decreto 761

¹ Datos tomados del Plan Indicativo Plurianual con corte al 19/09/2023. Estos datos son a precios constantes.

del 11 de junio del 2020, el Instituto Distrital de Turismo, ejecuta siete (7) proyectos de inversión, asociados a cinco (5) programas y tres (3) propósitos así:

Imagen 2: Composición Metas IDT



Fuente: IDT 2023 -PDD

Al 31 de agosto de 2023, la ejecución acumulada de las metas PDD muestran un cumplimiento promedio de un 85 % en doce (12) de ellas y un cumplimiento promedio, menor al 40 % en tres (3) metas. En el siguiente cuadro se presenta de manera detallada el porcentaje de avance registrado en la ejecución de las metas Plan de Desarrollo durante el periodo 2020 a 2023:

Imagen 3: Avance corte agosto 2023 cuatrenio Metas IDT

PROYECTO	META PLAN DE DESARROLLO / INDICADOR	2020-2024		
		META	AVANCE	
			CORTE: agosto- 2023	AVANCE ACUMULADO
Proyecto 7705 Fortalecimiento del sistema turístico de Bogotá Región	188. Actualizar la política distrital de turismo	100%	98%	98%
	195. Incorporar al menos 10% de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya un 2% con énfasis en bioseguridad	510	472	93%
	192. Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance Regional	6,0	5	83%
	189. Construir o intervenir en Infraestructura al menos tres atractivos turísticos	3,0	2,40	80%
	193. Implementar señalización turística en al menos tres corredores de la ciudad *	3,0	1,2	40%
Proyecto 7706 Implementación de estrategia de mercadeo y promoción	190. Implementar un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad.	2.000.000	1.924.267	96%
	194. Implementar una estrategia de promoción y comunicaciones de corto plazo orientada al cuidado y mantenimiento de la imagen turística de la ciudad y	400.000	519.767	130%
	196. Impulsar 1 programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá.	10	9	90%
	191. Fortalecer la red de información turística de Bogotá Región	1.000.000	333.104	33%
PROYECTO	META PLAN DE DESARROLLO / INDICADOR	2020-2024		
		META	AVANCE	
			CORTE: agosto- 2023	AVANCE ACUMULADO
Proyecto 7707 Desarrollo de estrategias para reducir delitos asociados al turismo	359. Elaborar y poner en marcha una estrategia de orientación y atención integral para visitantes víctimas de delitos en las Zonas de Interés Turístico	1	0,93	93%
	360. Elaborar y poner en marcha una estrategia de prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el contexto turístico.	1	0,83	83%
Proyecto 7708 Herramientas tecnológicas de promoción turística	473. Implementar un portal único de promoción de la oferta turística de Bogotá	1	0,80	80%
Proyecto 7709 Fortalecimiento institucional	502. Elevar el nivel de efectividad en la gestión pública del sector, en el marco de MIPG al menos el 73%	95%	0,0%	0%
Proyecto 7908 FONDETUR	192. Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance regional	148	58,00	39%
Proyecto 7915 Optimización de la producción de la información estadística	460. Integrar los observatorios del sector Desarrollo Económico, como fuente de información para la toma de decisiones	100%	0,57	57%

Fuente: Plan de acción IDT 31/08/2023

Capítulo 2. Principales Logros de la Entidad.

PRINCIPALES LOGROS

De manera previa a la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID 19, “a la ciudad llegaban en promedio cerca de 12 millones 500 mil turistas al año, de los cuales cerca de 1 millón 900 mil eran de origen internacional. Fruto del alto flujo de turistas, Bogotá recibía más de 2.400 millones de dólares anuales de gasto turístico, tasas de ocupación hotelera del 62 % en promedio y empleo cercano al 7 % de la fuerza laboral de la ciudad. En términos del valor agregado, el turismo representaba el 3,2 % de la economía bogotana. Lo anterior, demuestra la importancia del sector en la contribución al desarrollo económico y social de la ciudad” (Observatorio de Turismo de Bogotá).

Por otro lado, Bogotá representaba el 45,5 % del total de flujo de visitantes internacionales en Colombia, de acuerdo con cifras de Migración Colombia, y 40 % del total de los ingresos que el país percibía por el turismo, según estimaciones del Instituto Distrital de Turismo – IDT, usando información de las cuentas satélite de turismo reportadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. La emergencia sanitaria, demostró la importancia estratégica del sector para la ciudad y país, a raíz de las repercusiones significativas que causó, tanto en la oferta, como en la demanda de turismo de origen nacional e internacional en la ciudad.

Para el mes de mayo del 2020, como reacción oportuna ante la emergencia sanitaria, se formuló el Plan de Mitigación, Reactivación y Recuperación del Sector Turístico en Bogotá, conformado por cuatro fases. Las fases 1 “Aislamiento” y 2 “Restricción y Aislamiento”, se desarrollaron durante la vigencia 2020, con el objetivo de mitigar y contener la expansión del virus, así como planear, estudiar, organizar y mitigar los impactos inmediatos; en el 2021 se desarrolló la fase 3 “Reactivación Comercial Progresiva”, orientada a reactivar los servicios y la oferta local – regional y programación anticipada internacional y en el 2022 se desarrolló la fase 4 “Recuperación”, con el propósito de trabajar en pro de la reconstrucción del tejido empresarial, la productividad del sector, la apropiación local y de marca, para recuperar los niveles de demanda existentes antes de la pandemia.

Para el año 2023, se consolidaron acciones que permiten culminar a cabalidad la fase 4 de recuperación, las cuales han generado un impacto positivo en el sector, aumentando el nivel de empleos y recuperando los niveles previos a la emergencia sanitaria, así como, mejorando los indicadores del sector.

A continuación, resaltamos los principales logros de la entidad durante el periodo de gobierno 2020-2023 del PDD “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI”.

2.1. ENTREGAMOS UN NUEVO HORIZONTE DE PLANEACIÓN PARA EL SECTOR: DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE Y POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO 2023-2033.

Con el propósito de avanzar en la consolidación de un programa de turismo sostenible para la ciudad, se acogió el modelo de **Destino Turístico Inteligente - DTI** de la organización SEGITTUR - Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P., 2019, del Gobierno de España, en tanto cumple con los requisitos para poder convertir a la ciudad en un destino turístico innovador, con herramientas e infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantizan el desarrollo sostenible y accesible, facilitando la interacción entre turistas, visitantes y residentes de Bogotá.

La implementación de este modelo inició en el 2021, con una evaluación de la ciudad en cinco (5) ejes, con noventa y siete (97) requisitos y 261 indicadores; alcanzando un cumplimiento promedio del 74 % en el diagnóstico. Luego de la implementación de un plan de mejoramiento, la ciudad alcanzó un cumplimiento del 82,5 % , permitiendo acreditar a Bogotá como Destino Turístico Inteligente – DTI, es decir, un *“destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente”* -SEGITTUR . Esto convierte a Bogotá en la primera ciudad capital, y la primera ciudad de más de 7 millones de habitantes en recibir la certificación a nivel mundial.

Desde la implementación del modelo, se ha trabajado por la construcción de una estrategia orientada a generar valor para los destinos, entre las instituciones y actores que hacen parte de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, como una decisión por desarrollar un turismo más competitivo, incluyente y sostenible.

Con el reconocimiento de la ciudad como Destino Turístico Inteligente – DTI, se contribuye a:

- Generar sinergias entre las diferentes entidades distritales y nacionales, para avanzar de manera conjunta, a la visión del Plan de Bogotá Territorio Inteligente.
- Aportar al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS, a través del desarrollo de productos y servicios accesibles e incluyentes.
- Mejorar la experiencia del visitante en el destino, al disponer de herramientas tecnológicas innovadoras.
- Generar productos especializados y adecuar la oferta.
- Aumentar la calidad en la prestación de los servicios turísticos, apostándole al desarrollo de un Sistema Distrital de Calidad Turística (SIDCAT).
- Integrar los diferentes sistemas de información de la ciudad, para generar información y estudios relevantes, en el proceso de planificación del sector turístico. Esta actividad se encuentra respaldada por el fortalecimiento del Observatorio de Turismo de Bogotá, el cual fue institucionalizado mediante el Acuerdo No. 803 de 2021 del Concejo de Bogotá, como instrumento de gestión pública, a través del cual se consolida, sistematiza, analiza, investiga y divulga la información del sector turístico en la ciudad.
- Visibilizar y posicionar el turismo como dinamizador económico del territorio y de desarrollo social.

Con la inclusión de Bogotá en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, se logró tener acceso a la financiación de la convocatoria del “Programa Turismo Futuro: realización de diagnósticos sobre el nivel de madurez tecnológica de destinos turísticos y elaboración de planes de pre-inversión en tecnología” del Banco Iberoamericano de Desarrollo -BID.

De igual manera y con el fin de seguir consolidando a la ciudad como un DTI, la entidad viene realizando las siguientes acciones y estrategias:

- Aprendiendo de Turismo con el IDT: a través de herramientas tecnológicas, se accede a diecisiete (17) cursos de manera gratuita, sencilla y práctica.
- Certificación Icontec END 183:2022, denominada gestión integral inteligente, que determina las condiciones de accesibilidad para el sector turístico de la ciudad.
- Creación de la primera Red en el país de turismo accesible, para el fortalecimiento de acciones de sensibilización y socialización de la oferta de servicios de turismo accesible existentes en la capital.
- Círculo Capital de Calidad Turística “Altura”, que permite mejorar la calidad de los servicios turísticos a través de buenas prácticas.
- Interacción con el Centro de Estudios Regulatorios para Ciudades Inteligentes, Bogotá Territorio Inteligente, Laboratorio de Innovación Pública de Bogotá, Ideca, Agata y Atenea.

Alcanzar el 90 % de la implementación como Destino Turístico Inteligente, le permitirá a la ciudad seguir aumentando sus índices de calidad en el sector, no solo a nivel nacional sino Internacional, dado que, a través de las múltiples alianzas, se generará un desarrollo turístico sostenible, accesible, tecnológico, innovador, articulado y competitivo para la región, lo que permitirá a la ciudad, seguir haciendo parte de un ecosistema de conocimiento e intercambios de buenas prácticas, para apoyar a los destinos y entidades que ven en el modelo, una herramienta de gobernanza participativa y transversal en la gestión de los destinos.

Imagen 4: Recibimiento reconocimiento que acredita a Bogotá como Destino Turístico Inteligente



Fuente: Twitter IDT 2023

A la par del trabajo adelantado en materia de implementación del modelo de Destino Turístico Inteligente, se construyó la **Política Pública de Turismo**, la cual fue adoptada a través del CONPES D.C No. 26 del 31 de marzo de 2023, “POLÍTICA PÚBLICA DISTRITAL DE TURISMO “BOGOTÁ DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE, INTELIGENTE, RESPONSABLE E INCLUYENTE” 2023-2033”, que, en armonía con este modelo, se convierte en el principal instrumento de planeación de largo plazo para el sector, en la ciudad.

La política permitirá realizar intervenciones interinstitucionales orientadas al fortalecimiento del Sistema Distrital de Turismo, pues proyecta un marco estratégico para el desarrollo turístico de Bogotá - Región en los próximos once (11) años, materializando el modelo de Destino Turístico Inteligente. A través del plan de acción de esta Política, se espera consolidar a Bogotá - Región como un destino turístico auténtico, innovador, responsable e incluyente, que avance en el mejoramiento integral de los productos y servicios turísticos, así como, en la calidad de vida de los sectores, territorios y poblaciones que lo componen.

A su vez, permitirá contar con una adecuación en infraestructura que beneficie la accesibilidad, la inclusión laboral de sectores y poblaciones minoritarias o en situación de vulnerabilidad, y así, reafirmar al turismo como motor de desarrollo económico y social de las comunidades. El uso de tecnologías, se convierte en una herramienta fundamental de la Política Pública Distrital de Turismo, buscando impulsar a Bogotá como un Destino Turístico Inteligente y mejorar la atención de las necesidades de los visitantes y turistas en un mundo cada vez más conectado.

El mapa de la Política Pública Distrital de Turismo contiene cinco (5) ejes fundamentales a desarrollar, dentro de un destino turístico sostenible, inteligente, responsable e incluyente:

Imagen 5: Ejes de la Política Pública Distrital de Turismo





Fuente: www.idt.gov.co 2023

Los factores estratégicos identificados en la Política evidencian la gran oportunidad que tiene la ciudad a través del sector turismo como generador de empleo y fuente de ingresos. Con la implementación del plan de acción de la política, se dará un gran impulso al crecimiento económico de la ciudad, con un impacto que permitirá incrementar el reconocimiento de Bogotá como destino turístico, aumentar los prestadores de servicios turísticos activos en la ciudad certificados en calidad turística, mejorar la participación ciudadana incidente en el Sistema Distrital de Turismo, fortalecer la competitividad turística regional de Colombia y contar con la certificación de Bogotá como Destino Turístico Inteligente en un 90 %.

La implementación de estos programas aporta al cumplimiento de las metas del PDD, Destino Turístico Inteligente meta No.195. *Incorporar al menos 10% de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya un 2% con énfasis en bioseguridad, a través de una de sus estrategias de turismo sostenible y Política Pública de Turismo, meta No. 188. Actualizar la política distrital de turismo, las dos asociadas al proyecto de inversión 7705-Fortalecimiento del sistema turístico de Bogotá Región.*

2.2. CONSOLIDAMOS UN ECOSISTEMA DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EL MERCADEO DE BOGOTÁ COMO DESTINO TURÍSTICO

A través de la implementación de **un portal oficial de turismo de la ciudad** Bogotadc.travel, se logró centralizar en un único sitio web la información de atractivos, prestadores, publicaciones, eventos

y en general la oferta turística de la ciudad, con un diseño de vanguardia y una interfaz amigable con el visitante local, nacional e internacional. Desde el lanzamiento de la nueva versión del portal el 30 de octubre del año 2020, se han registrado 2.598.811 visitas, con un importante alcance en Colombia y países como México, España, Argentina, Perú, Ecuador, Estados Unidos, República Dominicana y Brasil. Cuenta con la inclusión de funcionalidades como consulta de atractivos, directorio de lugares para comer y dormir, construcción de agendas de eventos, **portal de Turismo de negocios – MICE**, reuniones, incentivos, conferencias y eventos (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), con el directorio de proveedores y locaciones para el turismo de reuniones, creación del banco de imágenes de la Ciudad, sitio web Ruta Leyenda el Dorado y Blog.

Así mismo, el Portal se complementa con la plataforma de reserva de planes en la ciudad Plan Bogotá, una herramienta que permite comercializar la oferta de bienes y servicios turísticos de la ciudad y la región, a costo cero de intermediación para los prestadores, logrando convertirse en una herramienta para la reactivación económica del sector y la inclusión productiva de pequeños empresarios. A la fecha, se han vinculado más de 200 empresas de los segmentos de alojamientos, agencias de viajes, restaurantes, entre otros. Los empresarios que han ofrecido paquetes de servicios turísticos, han conseguido que más de 11.000 personas, hicieran reservas de servicios turísticos en la ciudad y se estima que la plataforma ha logrado un reporte en ventas de \$ 330.279.518.

Como parte de la **consolidación de herramientas digitales**, se logró establecer una aplicación **Móvil para Turistas** en donde se brinda información sobre recomendaciones de lugares para comer y dormir, eventos, audioguías, Descubre Bogotá, imperdibles y Plan Bogotá. A la fecha, la aplicación ha sido descargada más de 5.800 veces. Así mismo, la entidad creó el **Banco de Imágenes Abierto**, en donde se encuentra material fotográfico para empresarios, turistas y ciudadanos, a través de la página web promocional <https://bogotadc.travel>, con más de 500 fotos y 50 videos finalizados en alta calidad de la ciudad, disponibles para descarga gratuita y con libertad de derechos de uso, lo cual se convierte en una herramienta vital para la promoción del destino a través del empresariado.

Así mismo se ha logrado consolidar las redes digitales en materia de promoción de ciudad a través de Facebook, Instagram, YouTube, X (Twitter) y TikTok, alcanzando más de 110.913 seguidores, en los más importantes canales de socialización y divulgación de la relevante e imponente oferta turística de Bogotá.

Los logros obtenidos evidencian la importancia de dar continuidad a las estrategias de mercadeo y promoción desarrolladas por la entidad, el posicionamiento del Plan Bogotá y el portal único, le permitirán a la ciudad seguir contando con el reconocimiento a nivel local, nacional e internacional de su oferta turística, que se verá reflejado en el ingreso de recursos para la ciudad a través del sector y su cadena de valor.

Estos logros están asociados a las metas del Plan de Desarrollo: meta 190. *“Implementar un programa de promoción y mercadeo para el turismo en Bogotá orientado en la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad”* y meta 196. *“Impulsar 1 programa de captación y organización de congresos, convenciones, reuniones, viajes de incentivo y grandes eventos para la recuperación de la industria de reuniones en Bogotá”*, del proyecto de inversión No. 7706-Implementación de estrategia de Mercadeo y Promoción; y la meta 473: *“Implementar un portal único de promoción de la oferta turística de Bogotá”* del proyecto de inversión No. 7708 Desarrollo de las herramientas tecnológicas de promoción e información turística de Bogotá.

2.3. CREAMOS EL FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE BOGOTÁ - FONDETUR PARA ESTIMULAR EL SECTOR DE TURISMO DE LA CIUDAD

El Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá – **FONDETUR**, fue creado en cumplimiento de lo establecido en el artículo 122 del Acuerdo Distrital 761 de 2020, con el objetivo de *“Promover, apoyar e impulsar proyectos que aumenten el potencial del sector turístico y su participación en el desarrollo económico y social de Bogotá y la región”*. Su puesta en marcha inició en el año 2021, desde cuando se ha logrado cumplir su misionalidad, mediante la aplicación de una estrategia de participación ciudadana, que, a partir de convocatorias públicas, contribuye a beneficiar aquellas iniciativas que ya están en marcha y que requieren apoyo para mejorar su competitividad o promoción turística.

Los principales impactos de esta estrategia, se evidencian de manera general, en promover el desarrollo social y económico; lograr la implementación de proyectos turísticos conjuntos; impulsar la consolidación de estrategias para el desarrollo de las tipologías de turismo; diseñar proyectos turísticos susceptibles de ser financiados; financiar y cofinanciar la ejecución de iniciativas turísticas en las localidades, fortalecer el tejido empresarial, aumentar las capacidades del talento humano y vincular mujeres, jóvenes, campesinos y otros grupos sociales y comunitarios. A través de Fondetur, se fomenta la formalización de las unidades productivas y las iniciativas de emprendimiento en la ciudad, sumado a la generación de empleo con lo que se impacta, de manera significativa, la actividad turística de la ciudad.

El Fondo ha desarrollado veinte (20) convocatorias desde el 2021, a la fecha el impacto generado por el Fondo se resume en más de \$ 4.950 millones entregados para iniciativas con más de 900 beneficiarios a los cuales, no sólo se les han entregado recursos, sino que se les ha brindado acompañamiento y orientación técnica. Con presencia en diecinueve (19) de las veinte (20) localidades de la ciudad, dentro de este proceso se ha logrado la vinculación directa empresarial de 272 agencias de viajes, 118 guías, cincuenta y cuatro (54) alojamientos, trece (13) atractivos turísticos y 468 empresas directas. Se han seleccionado ocho (8) proyectos especializados en sectores LGBTI y siete (7) proyectos vinculados a firmantes del acuerdo de paz, así como la vinculación directa de veinticinco (25) proyectos liderados por jóvenes, 112 por mujeres y diecisiete (17) por personas mayores.

Fondetur fue reconocido en el 2022, como iniciativa de gestión de destino por el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR) y COTELCO.

Con los resultados obtenidos por el Fondo se espera que la nueva administración de continuidad al proceso, atendiendo la importancia que ha venido tomando en el sector, como una de las herramientas a nivel distrital que permite apoyar directamente a los prestadores de servicio turístico en sus iniciativas e impulsar nuevas propuestas para el desarrollo empresarial y el tejido productivo del turismo.

Imagen 6: Cifras FONDETUR



Fuente: IDT- FONDETUR 2023

Este logro está asociado a la meta del Plan de Desarrollo No. 192 *Implementar al menos 6 productos turísticos, de los cuales 3 sean de alcance regional* con indicador: “Número de proyectos para promover, apoyar e impulsar el desarrollo del sector turístico en Bogotá y la región” del proyecto de inversión 7908 *Administración del Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá - Fondetur*.

2.4. CREAMOS EL CÍRCULO CAPITAL DE CALIDAD TURÍSTICA- CCCT (ALTURA) Y FORTALECIMOS LA GESTIÓN TERRITORIAL

Creamos el **Sistema Distrital de Calidad Turística**, denominado **Círculo Capital de Calidad Turística -CCCT (Altura)**, primero y único en su tipo en Colombia. Este sistema fue diseñado durante el 2021, para lo cual se realizó la validación del concepto con los actores de la cadena de valor como gremios, academia, empresarios y comunidad IDT.

Este círculo contribuye al talento humano del sector, a cualificar su experiencia y conocimiento, y a las empresas, a mejorar continuamente aumentando sus niveles de competitividad, rentabilidad, posicionamiento y satisfacción, teniendo en cuenta sus capacidades operativas, técnicas y financieras a través de tres (3) procesos asincrónicos e independientes que son:

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

Los anteriores procesos permiten incorporar en el ADN de las empresas, la calidad integral, que incluye la gobernanza, sostenibilidad, inclusión, innovación, tecnología y seguridad.

En el 2022, se llevó a cabo la Gala de Lanzamiento del Círculo Capital de Calidad Turística - Altura, con la participación de empresarios del sector, representantes de agremiaciones, de entidades del Distrito y del orden nacional, así como de las organizaciones de acreditación y certificación, interesados en conocer el sistema.

Actualmente, el CCCT cuenta con 3 cohortes para un total de 102 inscritos, de los cuales 40 han accedido al menos a 1 capacitación de los siete ejes, 15 empresarios ya han realizado el diagnóstico de todos los ejes y 5 se encuentran en asistencia técnica, así como desarrollando planes de trabajo para la obtención del eje de Gestión Empresarial. Igualmente, de los 102 empresarios, 15 se encuentran en proceso de obtención del distintivo platino dado que cuentan con alguna certificación nacional o internacional relacionada a los 7 ejes establecidos.

Por otra parte, desde las acciones efectuadas por **Gestión Territorial**, se han generado sinergias entre los actores de la cadena de valor del turismo, fomentando y fortaleciendo la gobernanza en las localidades de Bogotá, a través de las siguientes estrategias en los territorios:

- Turismo como factor de desarrollo comunitario.
- Turismo como factor de desarrollo económico.
- Gobernanza - Fortalecimiento del Sistema Turístico.

Estas estrategias han permitido aumentar la presencia del sector, partiendo de localidades específicas con potencial turístico. Con las acciones en gestión territorial, la entidad logró tener presencia con ocho (8) gestores locales en las veinte (20) localidades de la ciudad, donde se adelantaron diagnósticos de cada una, realizando un análisis que da cuenta de una evaluación sobre la oferta y la demanda, el reconocimiento de los atractivos turísticos, los prestadores de servicios turísticos y las principales problemáticas frente al turismo en aspectos como la gobernanza, ambiente e infraestructura, entre otros. A partir de estos diagnósticos, se generó un plan de trabajo en diecinueve (19) de las veinte (20) localidades, con el fin de fortalecer el turismo en cada una de ellas.

Estos logros se encuentran asociados a la meta PDD 195 "Incorporar al menos 10% de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible", a través de las metas proyecto: 2. Incorporar al menos 510 prestadores de servicios turísticos de la ciudad en el programa de turismo sostenible, que incluya 102 con énfasis en bioseguridad, por medio del proyecto de inversión 7705.

2.5. FORTALECIMOS EL POSICIONAMIENTO DE BOGOTÁ COMO DESTINO TURÍSTICO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL A TRAVÉS DE GRANDES EVENTOS SECTORIALES.

Como parte de la estrategia de mercadeo de la ciudad a través de la marca y promoción turística 2020 – 2024, se buscó posicionar a Bogotá por su oferta turística, como un destino turístico líder en Colombia y Latinoamérica. Se realizaron alianzas con diferentes entidades y organizaciones, como la Cámara de Comercio de Bogotá, Bureau de Convenciones de Bogotá, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre otros aliados estratégicos, que permitieron la realización de eventos especializados de gran importancia para el desarrollo y consolidación del sector turístico de la ciudad, como:

Adventure next 2023 - ATTA

Este evento de carácter internacional fue una de las grandes apuestas de la ciudad en el 2023 que permitió posicionar a Bogotá y a la región en el panorama mundial de los conocedores de turismo de naturaleza y aventura. Para este fin, nos articulamos con diferentes entidades públicas del orden

local, regional y nacional como el Viceministerio de Turismo de Colombia y la RAPE - Región Central (vinculando a sus municipios con vocación de turismo de naturaleza y aventura) por medio de un proyecto presentado y ejecutado a través de FONTUR; así mismo con ATTA, entidad creadora de los Adventure NEXT en el mundo, de naturaleza privada, quien entregó en calidad de captación de evento el Adventure Next Latín América 2023 a Bogotá y la región.

Como resultado de las actividades que fueron programadas, se generaron expectativas en ventas de 6.000 millones de pesos, lo cual se traduce en un aumento de la competitividad, la visibilidad y un aumento de los ingresos de las empresas colombianas que participaron, así como conexiones estratégicas entre empresarios y prestadores para el aumento de las comercializaciones de bienes y servicios ofrecidos por diferentes regiones de Colombia.

El turismo de naturaleza y aventura es una tipología de alta proyección en la región que necesita ser impulsada con eventos de reputación internacional, por ello, durante el desarrollo del evento los delegados, compradores y medios internacionales asistentes fueron partícipes del avance del turismo de naturaleza y de aventura en Colombia y en especial de Bogotá y los departamentos de Cundinamarca, Meta, Boyacá, Huila y Tolima.

Adicional a lo anterior, los participantes tuvieron la oportunidad de observar esta experiencia de turismo, como instrumento de paz que fortalece la cadena de valor de los empresarios y promueve la conservación de los recursos naturales y culturales del país.

RVMBO

La rueda de negocios RVMBO que se viene desarrollando por tercer año consecutivo de manera articulada con el sector privado, tuvo como aliados principales a la Cámara de Comercio de Bogotá, y el Bureau de Convenciones de Bogotá; en esta versión que reunieron los segmentos MICE y Vacacional se contó con 39 empresarios que conocieron la oferta de ciudad; así mismo la agenda académica coliderada por la Cámara de Comercio de Bogotá contó con la participación de 163 empresarios de la ciudad y cerca de 100 participantes en la rueda de negocios en calidad de vendedores, los cuales tuvieron más de 800 citas de negocios. Esta articulación público-privada es un factor clave de éxito, ya que brindar espacios que permitan a los empresarios de la ciudad y la región conocer y comercializar sus productos turísticos, genera competitividad para el destino y articulación entre los empresarios. RVMBO se consolida como el evento anual de comercialización más importante de la ciudad.

ANATO

La participación de Bogotá, en la versión 42 de la Vitrina Turística de ANATO 2023, se llevó a cabo a través de una alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá en el marco del memorando de entendimiento que tiene el IDT con esta entidad. La feria en total contó con la asistencia de 38.000 visitantes aproximadamente, y el stand de Bogotá con la presencia de 3.376 visitantes. En este espacio se contó con 43 empresas de Bogotá-Región, quienes mostraron oferta en segmentos como naturaleza, cultura, bicicleta, aviturismo, Ruta Leyenda el Dorado, entre otros; y aliados como Jardín Botánico, RAPE, Museo Arqueológico MUSA, Salitre Mágico, El Aquelarre, Distrito San Felipe y Café Caffa. Estas 43 empresas tuvieron cerca de 1.010 citas, con opciones de negocios estimadas en cerca de 1.000 Millones de pesos.

Adicionalmente, las alianzas estratégicas han desempeñado un papel fundamental en el posicionamiento y la promoción de Bogotá a nivel nacional e internacional. Estas colaboraciones con actores estratégicos del sector, como aerolíneas, hoteles, restaurantes y organizaciones internacionales, han tenido un impacto significativo en varios aspectos clave:

1. Optimización de Recursos: Las alianzas han permitido la optimización de recursos al aprovechar la experiencia y los activos de socios estratégicos. Esto ha resultado en una asignación más eficiente de los recursos disponibles para promocionar la ciudad a través de los diferentes eventos organizados por la Subdirección de Mercadeo.

2. Eventos de Talla Internacional: Gracias a estas alianzas, Bogotá ha sido sede de eventos de gran envergadura, como la destacada convención SATW, que reunió a más de 250 profesionales escritores y comunicadores del turismo de Norteamérica. Esto no solo permitió aumentar la visibilidad de la ciudad, sino que también fortaleció la reputación de Bogotá como destino de interés para eventos internacionales -MICE.

3. Viajes de Prensa Internacional: La colaboración con aerolíneas, hoteles, restaurantes y atractivos turísticos ha facilitado la organización de viajes de prensa internacionales y la invitación de empresarios a las ruedas de negocios de RVMBO. Estos viajes han permitido que empresarios, periodistas y medios como Good Morning Washington, entre otros, experimenten la oferta turística de Bogotá de primera mano, lo que se traduce en mayor comercialización de Bogotá, cobertura mediática y promoción como destino turístico.

4. Fomento de la Diversificación Turística: Las alianzas también han desempeñado un papel clave en la diversificación de la oferta turística de la ciudad. El exitoso encuentro mundial de tejo en 2023, que contó con la participación de siete cuerpos diplomáticos y diversos actores del sector, contribuyó significativamente a enriquecer la oferta turística de Bogotá y promover el turismo cultural en la ciudad.

5. Es importante destacar que, dentro del trabajo de alianzas con los principales aliados del sector, el Aeropuerto Internacional El Dorado, ha tenido un impacto significativo en el fortalecimiento de la conectividad aérea de Bogotá como destino turístico internacional. Esta colaboración ha generado una serie de beneficios clave:

- Aumento de la conectividad aérea: La asociación con el Aeropuerto Internacional El Dorado ha contribuido al aumento de la conectividad aérea de Bogotá. Esto ha llevado a la atracción de nuevas aerolíneas y rutas internacionales, lo que facilita el acceso de viajeros de todo el mundo a la ciudad.

- Participación en Eventos Internacionales: La ciudad de Bogotá ha participado en eventos internacionales de relevancia, como Routes Américas 2022, realizado en San Antonio, Texas. Esta participación brindó una plataforma importante para promover Bogotá como destino turístico y generar oportunidades de colaboración con actores clave de la industria de la aviación.

- Captación y Organización de Eventos Internacionales del Mundo de la Aviación. Además de participar en eventos, el IDT junto con OPAIN vienen trabajando en la organización de Routes Américas 2024. Un evento programado del 19 al 21 de marzo del próximo año y que atrae la atención de actores globales de la aviación y contribuye a consolidar a Bogotá como un destino de interés para las aerolíneas y la comunidad turística internacional en general.

En síntesis, estas alianzas estratégicas han sido fundamentales para impulsar el turismo en Bogotá, fortaleciendo su presencia en el escenario nacional e internacional, atrayendo eventos de relevancia y diversificando la oferta turística. Estas colaboraciones continuarán siendo una estrategia efectiva para promover el crecimiento y desarrollo sostenible de la industria turística en la ciudad.

Capítulo 3. Fortalezas para destacar y mantener

Con el actual Plan de Desarrollo, el Instituto Distrital de Turismo – IDT, tuvo el reto de cumplir quince (15) metas y superar grandes desafíos, como la falta de reconocimiento de la entidad, así como la crisis producida a partir de la emergencia sanitaria, que afectó de manera significativa al sector, disminuyendo los indicadores alcanzados en años anteriores. Esto fue posible, a través del desarrollo de las siguientes actividades.

3.1 Contamos con un instrumento de planeación a mediano y largo plazo, que permite tener una hoja de ruta y metas claras: La Política Pública de Turismo.

Con la Política Pública, Bogotá - Región se consolida como un destino turístico auténtico, innovador, responsable e incluyente, que contribuirá al mejoramiento integral de los productos y servicios turísticos, así como, en la calidad de vida de los sectores, territorios y poblaciones que lo componen. Esta Política Distrital orienta estratégicamente a Bogotá – Región a generar un desarrollo en materia sostenible, orientado a sumar a todos los actores y ciudadanía, en la puesta en marcha de la misma. Con su implementación, se busca la adecuación en infraestructura que beneficie la accesibilidad, la inclusión laboral de sectores y poblaciones minoritarias o en situación de vulnerabilidad y con esto reafirmar al turismo como motor del desarrollo económico y social de las comunidades.

La implementación y seguimiento del Plan de acción de la política debe **ser una prioridad para la nueva administración**, por la importancia que tiene para el sector, el impacto en la generación de empleos y nuevas oportunidades para la ciudad.

3.2. Capacidad técnica a través del talento humano IDT.

Desde hace varios años la entidad venía manifestando la necesidad de hacer un rediseño Institucional que le permitiera fortalecer y potencializar su capacidad de gestión del destino Bogotá y afrontar los retos crecientes para el sector de turismo. En 2022, esta administración logró realizar un **Rediseño Institucional**, mediante el cual se logra potenciar el talento humano en materia de gestión del conocimiento y comunicaciones mediante la creación de una nueva estructura organizacional.

El rediseño reconfigura y moderniza las áreas existentes, transformándolas en Subdirección de Desarrollo y Competitividad, Subdirección de Mercadeo, Subdirección de Planeación, Subdirección de Gestión Corporativa. Así mismo, crea una nueva área misional, la Subdirección de Inteligencia y Gestión de las Tecnologías de la Información, dependencia que une el Observatorio de Turismo de Bogotá y el área de tecnología y sistemas, en la búsqueda de un fortalecimiento para la toma de

decisiones de la industria turística de la ciudad. Además, eleva la capacidad de la Oficina Jurídica y crea la Oficina Asesora de Comunicaciones, para fortalecer la gestión contractual y de divulgación del Instituto. Esta nueva estructura, moderniza y robustece a la entidad, para contribuir al desarrollo del sector.

Ese proceso, modernizó la estructura organizacional y de la planta de personal del IDT, atendiendo criterios de razonabilidad, proporcionalidad y prevalencia del interés general, espíritu sobre el cual se fundamentan las reformas de las entidades del Estado. Como resultados del Estudio de Rediseño Institucional, se crearon cuarenta y cinco (45) nuevos cargos, duplicando en el 100 % los empleos existentes e incentivando la generación de empleos: 82 % de nivel profesional, 9 % de nivel técnico, 5 % de nivel Asesor, 2 % del nivel asistencial, 2 % del nivel directivo y la provisión de un (1) empleo de carrera administrativa para personas en condición de discapacidad.

Este proceso permite mejorar la capacidad técnica y humana del instituto para hacer frente a las nuevas necesidades del sector, contribuyendo al desarrollo del mismo. Potencializando no solo su misionalidad si no permitiendo cumplir con los objetivos asociados al logro de los programas y proyectos de cada PDD. La entidad ha iniciado una etapa de modernización y actualización de sus procesos, permitiéndole avanzar en la implementación y fortalecimiento de cada una de sus estrategias.

Complementando lo anterior, la actual administración realizó el **cambio de sede administrativa**, actividad que se logró en el 2022, trasladando la entidad a unas instalaciones modernas en el Centro Internacional, cercano a las otras entidades relevantes del sector, con espacios ideales de trabajo, excelente iluminación y cumplimiento de todas las normas de accesibilidad, de seguridad y salud en el trabajo, que han permitido mejorar las condiciones laborales de sus funcionarios y colaboradores, así como, la prestación del servicio a los ciudadanos.

3.3. Bogotá, como Destino Turístico Inteligente – DTI certificado.

Implementado en un 82.5 %, lo que le permitirá a la ciudad contar con una red estratégica que brinda respaldo en gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, tecnología e innovación, vinculando a más de noventa (90) actores públicos y privados, y capacitando a más de 1200 estudiantes y empresarios, siendo pioneros y fundadores de la Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes y creando la primera red de turismo accesible y el primer sistema de calidad turística de Colombia, así mismo, convirtiéndose en un referente a nivel regional.

Gracias a esta iniciativa se han realizado mejoras para la gestión transparente y rendición de cuentas, la planificación sectorial, la articulación de actores, la medición y análisis del sector, los canales para la participación ciudadana y el fortalecimiento de los prestadores de servicios turísticos y actores conexos al turismo. Así mismo, se han implementado iniciativas de economía circular, transición energética, uso eficiente de recursos, protección al patrimonio cultural, fortalecimiento de comunidades y de la seguridad turística; impulsando iniciativas que coadyuvan a la eliminación de barreras de información y comunicación, brindando servicios que permitan el disfrute y aprovechamiento del turismo a residentes, turistas y visitantes.

El Observatorio de Turismo, ha sido una herramienta fundamental para el avance de la entidad en esta estrategia, con la generación de análisis y estadísticas que le han permitido orientar la toma de decisiones y aportar al cumplimiento de los requerimientos del modelo.

3.4. Capacidad de producción de contenidos audiovisuales y escritos para la promoción de la oferta turística de la ciudad.

A través de la estrategia de mercadeo de Bogotá como destino turístico, se estableció un equipo de trabajo de agencia creativa IN HOUSE, integrada por colaboradores interdisciplinarios, así como con equipos tecnológicos para producción de contenidos, que ha permitido la producción de un mayor número de piezas promocionales, reducir los costos asociados a esta producción y lograr un mayor impacto con proyectos de gran envergadura como videos en 360 grados, guías especializadas y contenido para publicidad y redes. Esto ha contribuido a la optimización de los recursos asignados a la promoción de ciudad y potenciar las otras iniciativas como la participación en ferias, realización de eventos especializados, los planes de medios y la estrategia digital. Desde su establecimiento, la agencia ha logrado las siguientes cifras:

- 18.592 clips de vídeo en bruto.
- 13.300 fotografías.
- 450 fotografías disponibles en Banco Digital, Bogotadc.travel
- Más de 17 mil horas de grabación hasta la fecha.
- 352 proyectos de video realizados: 131 contemplando procesos de pre, pro y posproducción y 221 proyectos de video fueron realizados contemplando sólo el proceso de posproducción.
- 2 producciones de calidad cine para domo 360.
- 7 guías especializadas.
- 170 videos finalizados y más de 5.000 piezas gráficas desarrolladas.
- 4 audioguías temáticas que contienen 48 archivos de audio
- 9 podcast

La entidad inició desde el 2018, una estrategia digital enfocada en fortalecer y mejorar el sistema de recolección de información de los turistas que visitan la ciudad. La iniciativa, enfocó sus esfuerzos en diseñar una aplicación que facilitara al turista conocer y programar su estadía en la ciudad y orientarse en sus desplazamientos. A un clic se encuentran una variedad de planes al alcance de la mano, mediante la oferta de la agenda de ciudad para que los visitantes y turistas exploren, conozcan y disfruten de Bogotá.

El impacto que ha generado la agencia In House y el portal único web, Bogotadc.travel, ha contribuido a posicionar a Bogotá como un destino turístico competitivo e innovador que ha permitido fortalecer al sector, es importante continuar con la agencia In House y seguir fortaleciendo el Portal Bogotadc.travel.

3.5. Mecanismo de fomento para el sector turístico, a través del Fondetur.

En ejercicio de su misión, el Instituto Distrital de Turismo – IDT ha trabajado y consolidado una estrategia ciudadana denominada Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá – FONDETUR, la cual, desde su puesta en marcha en el año 2021, a permitido el fortalecimiento de la actividad turística en Bogotá, a partir de programas y proyectos orientados a la Gestión del Destino, la Promoción y Mercadeo de Bogotá y el monitoreo del comportamiento de oferta y demanda en la ciudad.

De esta manera, FONDETUR ha logrado impactar el sector turístico de la ciudad mediante el desarrollo de 21 convocatorias que han permitido entregar alrededor de 5 mil millones de pesos a

más de 900 beneficiarios. Uno de los principales efectos, ha sido el impulso del mercado y la promoción del desarrollo de actividades turísticas en la ciudad, a través, de estímulos que constituyen un apoyo significativo para las pequeñas empresas o negocios permitiendo mejorar la calidad de los productos y servicios.

FONDETUR logró establecer una metodología de trabajo pertinente para el sector turístico de la ciudad, mediante procedimientos prácticos y herramientas de fácil acceso para la población más vulnerable. El Fondo, debería ser una estrategia que continúe en la ciudad, dado que satisface las diferentes necesidades en temas turísticos, siendo el único fondo de su especie, que ofrece una solución innovadora para la ciudad.

FONDETUR se ha convertido en un sello característico en la ciudad. Los beneficiarios de las convocatorias han ganado mayor reconocimiento en el sector, generando confianza entre proveedores y posibles clientes. Contribuyendo a la probabilidad de cerrar nuevos negocios, acuerdos comerciales, participar de nuevos eventos y espacios, logrando adquirir nuevas competencias que se ven reflejadas en nuevos productos y propuestas para el sector.

Para la ciudad de Bogotá, el FONDETUR es una estrategia que impacta directamente la competitividad, sostenibilidad y productividad del sector turismo, aumentando la innovación de productos, servicios y procesos del sector, logrando ser más competitivos a nivel región.

Capítulo 4. Retos y Recomendaciones

4.1 Retos:

4.1.1. Avanzar en la solución de la problemática identificada en el documento diagnóstico “la baja capacidad del Sistema Distrital de Turismo para el fomento de la actividad turística y la consolidación de Bogotá-región como destino inteligente y sostenible” a través de las siguientes estrategias:

- Articulación con entidades a nivel distrital, territorial y regional para el desarrollo de programas de fortalecimiento a la cadena de valor en temas como: la consolidación de productos turísticos; fortalecimiento empresarial, comercialización y promoción, con el fin de contar con una oferta turística atractiva, que responda a las necesidades actuales del sector. Esto permitiría articular las líneas estratégicas actuales: Promoción y Mercadeo Turístico, Desarrollo y Competitividad e Inteligencia y Gestión de la Información, con lo que plantee la nueva administración.
- Integración y consolidación de un Sistema Metropolitano de Turismo y un modelo de gobernanza para la gestión y desarrollo de los destinos que conforman la región metropolitana sostenible.

4.1.2. Fortalecer la infraestructura tecnológica

Organizar y optimizar los procesos de la entidad a través de la adquisición de software y hardware que puedan garantizar los requerimientos mínimos de seguridad de la información, asociado a la implementación al 100 % del Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información, para lograr obtener un puntaje arriba de 90 puntos en la herramienta de autodiagnóstico utilizada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones- MINTIC. Así como, consolidar un sistema de información turística que represente de forma completa una herramienta que apoye la toma de decisiones del sector turístico de la ciudad, con un contenido actualizado, de calidad y de interés para los usuarios que la consulten.

4.1.3. Fortalecer la infraestructura turística:

- Aumentar la presencia de atractivos turísticos: aunque la ciudad y su entorno regional cuentan con una oferta privilegiada de atractivos turísticos, es necesario identificar y proyectar nuevas oportunidades de turismo a través de espacios que representen la identidad de la ciudad, como monumentos, tiendas de marca ciudad, y contemplar la proyección de un gran atractivo turístico que impacte y beneficie a Bogotá como destino turístico competitivo.
- Generar una estrategia para el mantenimiento eficiente y efectivo de las señales turísticas instaladas en la ciudad, así como, la instalación de cámaras de seguridad y campañas de apropiación para el fomento de la conservación de las mismas, dado que son objeto constante de vandalización.
- Fomentar alianzas estratégicas con la región metropolitana, para adelantar procesos de señalética y acciones en conjunto que permitan visibilizar los atractivos turísticos.

4.1.4. Aumentar el impacto y alcance de los programas y estrategias institucionales para la democratización del turismo, a través de iniciativas de capacitación, formación y alcance de mercados nacionales y extranjeros, ampliando la oferta institucional, generando nuevas oportunidades de ingresos y desarrollo a las comunidades mediante el turismo en zonas que no son tradicionalmente turísticas, potencializando y revalorando características propias del destino, con prácticas culturales ancestrales, como el Encuentro Mundial del Tejo desarrollado por la entidad en el 2023.

Para democratizar el turismo, es fundamental incluir siempre la dimensión ambiental y el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales de la ciudad garantizando la sostenibilidad, es así que, es necesario contar con mayores recursos dado que los esfuerzos actuales son insuficientes para las necesidades del sector y de la ciudad.

De igual manera, es importante promover y ampliar la participación ciudadana con los actores que conforman el sector, con el fin de lograr mayores impactos en la implementación de las estrategias institucionales.

Así mismo, se sugiere establecer la gobernanza y la sostenibilidad, como ejes estratégicos de la gestión del turismo en el Distrito Capital; resaltando el turismo comunitario, como factor influyente en la generación de ingresos, adaptándose a las actuales condiciones, lo que puede convertirse en una oportunidad de desarrollo, y mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Una de las estrategias que mayor impacto ha tenido, es la entrega de incentivos y estímulos a través de las convocatorias de Fondetur, por lo que es fundamental fortalecer al equipo técnico y administrativo para la estructuración y seguimiento de las mismas. El fondo desarrolla una función social importante, por lo que es indispensable ampliar la cobertura del mismo, con mayores canales de difusión y accesibilidad a las propuestas. De igual manera, se deben estructurar convocatorias más atractivas soportadas en la analítica de los datos del sector, con el fin de identificar mejor las necesidades y la población objetivo de las mismas.

4.1.5. Lograr mayores recursos para el mercadeo de ciudad y evaluar la posibilidad de generar ingresos, que permitan un mayor alcance y cobertura de mercados objetivos, mayor divulgación y promoción del destino; no solo a nivel presupuestal, sino a través de alianzas estratégicas que promuevan el intercambio de experiencias, lecciones aprendidas y mayores oportunidades para el sector en la ciudad, al igual que, contar con una mayor oferta de comercialización donde el sector privado se pueda vincular.

4.2. Recomendaciones

4.2.1. Mejorar la gestión territorial referente a la entrega de infraestructura y señalización turística, teniendo en cuenta que esto depende de la suscripción de convenios o contratos con terceros que pueden generar multiplicidad de trámites y desafíos de gestión innecesarios durante su ejecución. Esto se lograría a través del fortalecimiento de la planeación conjunta y de sinergias con los diferentes actores territoriales que permitan hacer más eficiente la implementación de controles y seguimiento para la entrega y mantenimiento de infraestructura turística.

4.2.2. Garantizar el cumplimiento del plan de acción de la Política Pública de Turismo en armonía con lo establecido en el POT y con la región metropolitana, contemplando las implicaciones que conlleva para el ordenamiento territorial de la ciudad y su articulación con las demás entidades distritales para la ejecución y el seguimiento de las acciones contempladas.

4.2.3. Tener en cuenta las experiencias y lecciones aprendidas en el seguimiento de metas e indicadores del actual Plan de Desarrollo. Lo anterior, con el fin de optimizar los reportes que se realizan en los diferentes sistemas, sobre los indicadores de los proyectos formulados, para que esté conectada la información en todos los aplicativos de seguimiento a nivel distrital y nacional.

4.2.4. Realizar las gestiones respectivas para fortalecer la articulación interinstitucional que permita una visibilización mayor del IDT, generando sinergias y trabajo coordinado con los demás sectores como movilidad y cultura, que vaya en pro del sector y de la economía del turismo en la ciudad.

4.2.5. Mantener las iniciativas establecidas para el Mercadeo de la ciudad, que permitan la visualización y cobertura de mayores productos y servicios turísticos que ofrece la ciudad, esto es, es el portal único WEB del IDT, www.bogotadc.travel resaltando la estrategia de “Plan Bogotá”, que favorece el desarrollo económico de la ciudad y las finanzas de los prestadores de servicios de los diferentes segmentos. A su vez, es importante seguir ampliando y fortaleciendo el ecosistema digital y el liderazgo del IDT para impulsar la transformación tecnológica del sector de cara a nuevas innovaciones como la inteligencia artificial, el internet de las cosas, la realidad aumentada, entre otros.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO