

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

PERFIL DEL PROYECTO

“DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES DE ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE BOGOTÁ D.C.”

Plan de desarrollo:	BOGOTÁ CAMINA SEGURA
Sector:	Desarrollo Económico
Entidad:	221 - Instituto Distrital de Turismo
Estrategia:	BOGOTÁ CONFÍA EN SU POTENCIAL
Programa:	21. Bogotá Ciudad Portuaria
Producto PMR:	01 Destino competitivo y Sostenible, 08 Desarrollo de acciones de mercadeo turístico de la ciudad enfocadas en eventos para empresarios y pauta digital.
Componentes:	-Implementar procesos de apropiación de ciudad y formación en un segundo idioma dirigidos a personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico. -Implementar una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como plataforma turística nacional e internacional.
Proyecto de inversión:	O230117350220240112 Desarrollo de estrategias de mercadeo y fortalecimiento de capacidades de actores de la cadena de valor del turismo para mejorar el posicionamiento a nivel nacional e internacional de Bogotá D.C.
Código BPIN	2024110010112
Versión:	No. 5 del 29/12/2024

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	4
2	ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL	5
2.1	Antecedentes	5
2.2	Situación actual	6
3	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	8
3.1	Problema central	8
3.2	Causas del problema	9
3.2.1	Causas directas	9
3.2.2	Causas indirectas	9
3.3	Efectos del Problema	9
3.3.1	Efectos directos	9
3.3.2	Efectos indirectos	9
3.4	Árbol de problemas	10
4	FORMULACIÓN DE OBJETIVOS	11
4.1	Árbol de Objetivos	11
4.2	Objetivo General	12
4.3	Objetivos específicos directos	12
4.4	Objetivos específicos indirectos	12
5	JUSTIFICACIÓN	12
5.1	Justificación de la necesidad de hacer el proyecto	12
5.2	Identificación de la estructura en el Plan de Ordenamiento Territorial	13
5.3	Identificación en Planes Maestros	14
5.4	Estudios que respaldan la información del proyecto	14
5.5	Aspectos institucionales y legales	15
6	GRUPOS DE INTERÉS E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES	16

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

7 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN AFECTADA Y POBLACIÓN OBJETIVO

	19
7.1 Población afectada por el problema	19
7.2 Población objetivo de la intervención	19
7.3 Estrategias de participación ciudadana	19
8 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	20
9 NIVELES DE REQUERIMIENTO DE LAS ENTIDADES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO	21
10 ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	21
11 ESTUDIO DE NECESIDADES	24
12 CADENA DE VALOR DE LA ALTERNATIVA SELECCIONADA	26
13 ANÁLISIS DE RIESGOS	27
14 IDENTIFICACIÓN DE INGRESOS Y BENEFICIOS	29
15 INFORMACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	30
15.1 Flujo de inversión del proyecto	30
15.2 Costos por meta	31
15.3 Fuentes de financiación	31
16 INDICADORES	32
16.1 Indicadores de producto	32
16.2 Indicadores de gestión	33
17 METAS DEL PROYECTO	33
17.1 Metas Plan de Desarrollo	33
17.2 Metas Proyecto de Inversión	34
17.3 Definición y descripción de las metas proyecto	34
18 INFORMACIÓN DEL GERENTE	35
19 CONTROL DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO	36

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Distrital de Turismo - IDT como entidad pública y adscrita a la Secretaría de Desarrollo Económico tiene como finalidad la ejecución de las políticas y planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible.

En relación con lo anterior, la realización de este proyecto tiene como objetivo principal Implementar estrategias de mercadeo y fortalecer las capacidades de actores de la cadena de valor del turismo para mejorar el posicionamiento de Bogotá a nivel nacional e internacional.

El presente proyecto se realizará en el marco del Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Camina Segura”, a través de la estrategia - Bogotá Confía en su potencial y el programa 21. Bogotá Ciudad Portuaria.

Las metas mencionadas anteriormente se implementarán por medio de actividades como son la vinculación de 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo y la estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

2. ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1 Antecedentes

El sector Turismo es estratégico para el desarrollo económico, social y ambiental de Bogotá. Su impacto en la dinamización de la economía, según cifras del DANE al tercer trimestre del 2023, aportó en un 2,8% al PIB de la ciudad. La participación del PIB de turismo frente al PIB de la ciudad es constante y se ubica, en promedio, sobre 2,6 %. Por su parte los valores absolutos presentaron una disminución de -4,3 % entre III-2023 y III-2022, %. Lo anterior responde a la desaceleración económica nacional en 2023, los expertos esperan que el crecimiento del año completo no sea mayor a 2,0 %.

Para el año 2022, el sector turismo generó 87.402 empleos en la ciudad, en promedio mensual, lo que equivale al 2,5% del total de empleos en Bogotá, mientras que en 2023 (corte nov) esté total llegó a 94.171, por lo que se espera que para 2024 esta cifra alcance los 100.000 empleos, teniendo en cuenta las expectativas a nivel país y que, a vez, se mantengan las condiciones del mercado, sin algún choque negativo.

En términos de la demanda de visitantes, el Observatorio de Turismo, a través del informe de “Investigación de viajeros”, convenio interadministrativo celebrado entre el Instituto Distrital de Turismo y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE, el cual realiza la recolección de información de manera mensual y genera resultados anuales desde el año 2011; estimó que la ciudad recibió 12,3 millones de turistas en 2023, de los cuales 1,4 millones fueron de origen internacional, lo que equivale a un 11,2%, lo que significa un crecimiento del 10,1 % en relación con el 2022. Los principales países de origen de los turistas internacionales fueron: Estados Unidos (13,3 %), España (8,8 %), Chile (7,0 %), Ecuador (6,5 %), Argentina (3,4 %), Alemania (2,1 %), Francia (1,8 %), y otros países (56,2 %). La mayor parte de los turistas internacionales visitó Bogotá por motivo de vacaciones, recreación y ocio (38,3 %). Mientras que, como segunda motivación de esta subpoblación fue la intención de visitar a familiares y amigos (30,5 %). La recuperación en la demanda turística en Bogotá es evidente, con el 90%, acercándose así a los niveles registrados en 2019 (pre-pandemia) que dan cuenta de más de 12,4 millones de turistas en la ciudad.

Atendiendo al creciente potencial turístico, es importante dar respuesta oportuna a algunas de las dificultades identificadas durante los procesos de planificación de producto turístico, lo cual puede incidir en la competencia frente a otros destinos. Cabe mencionar que, Bogotá como uno de los destinos líderes en Latinoamérica, presenta algunas barreras para su competitividad en materia de formación de capital humano en bilingüismo, rotación de talento humano, dificultades

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

para la consolidación de instancias de coordinación público-privada, entre otros. Para lo cual, se realizarán programas de fortalecimiento en estos temas.

Por otro lado, se evidencia baja articulación de alianzas estratégicas, y un limitado aprovechamiento de la oferta de cooperación internacional. A su vez, hay un bajo alcance del despliegue de las estrategias de mercadeo de ciudad, lo que deriva en un insuficiente posicionamiento de Bogotá como destino turístico en mercados internacionales.

De otro lado, Bogotá como destino turístico enfrenta importantes desafíos derivados del insuficiente posicionamiento de la ciudad, principalmente a nivel internacional. Con base en los análisis realizados por Euromonitor (proveedor líder de inteligencia estratégica de industrias, países y consumidores a nivel mundial) se puede afirmar que “los viajeros quieren ahora Internet de alta velocidad, opciones de reserva flexibles y espacios para trabajar a distancia”, aspectos que son importantes para aplicar en las diferentes iniciativas que se realicen en Bogotá para el fortalecimiento de estas capacidades en aras de favorecer el posicionamiento en el ecosistema turístico, principalmente a nivel internacional. Igualmente, Euromonitor afirma que la sostenibilidad, las redes de transporte y el impacto social son algunos de los objetivos clave que las ciudades están adoptando hoy en día para aumentar la competitividad, mejorar su oferta turística y ofrecer un viaje fluido al cliente.

2.2 Situación actual

La Política Pública Distrital de Turismo “Bogotá destino turístico sostenible, inteligente, responsable e incluyente” 2023-2033, liderada por el Instituto Distrital de Turismo adoptada mediante el Documento CONPES D.C. No. 26 del 31 de marzo de 2023, tiene como OBJETIVO 1: “Mejorar la gobernanza del Sistema Distrital de Turismo” con PRIMER RESULTADO ESPERADO: “el aumento en el reconocimiento de Bogotá como destino turístico” y como PRIMER PRODUCTO: “beneficiar a Instituciones Educativas Distritales en programas de formación en apropiación de destino, que implica realizar procesos de educación para la promoción de la apropiación de ciudad en estudiantes, enseñando sobre el reconocimiento de la ciudad en su diversidad y la necesidad de ser sus anfitriones. Esto, en complementación de las estrategias de la Política Pública de Cultura Ciudadana, orientadas a la cooperación corresponsable en la construcción de una ciudad y a la convivencia pacífica. Este producto está asociado al ODS 4 y cumple con la meta de ODS 4.7.”

Así mismo, tiene como OBJETIVO 4: “Fortalecer la implementación de los principios de la sostenibilidad turística” con QUINTO RESULTADO ESPERADO: “el aumento de las capacidades locales para la gestión del turismo con el aumento de localidades que cuentan con

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

planes de gestión turística local.” Y como SEGUNDO PRODUCTO: “la realización de procesos pedagógicos turísticos de resignificación del territorio, orientados a la generación de conocimiento especializado, desde la educación y la pedagogía, para que profesores y estudiantes de Instituciones Educativas, puedan incidir, comprender y explicar el Turismo como un elemento de transformación territorial y social. Se asocia con los ODS 8 y 9 y con las metas 8.1, 8.2, 8.b, 9.1, 9.2.”

Teniendo en cuenta los objetivos, resultados y productos de la Política Pública Distrital de Turismo, este proyecto de Educación para el turismo plantea acciones en búsqueda de la apropiación de la ciudad región y de los territorios urbanos y rurales del Distrito, en los estudiantes y/o docentes de las Instituciones Educativas de Carácter Público o Distrital y Privado o Particular de Bogotá Región.

Por otro lado, con el fin de apoyar la consolidación de Bogotá como destino turístico inteligente a partir de una estrategia formativa, se busca ampliar la oferta de contenidos de formación especializada en turismo a través de programas virtuales dentro del portal web www.yoaprendoturismo.gov.co y bilingüismo dirigidos a Prestadores de Servicios Turísticos – PST como agencias de viajes, establecimientos de alojamiento y hospedaje, restaurantes, operadores turísticos, guías de turismo, administradores y propietarios de atractivos turísticos de Bogotá Región, por lo que este documento plantea algunas acciones para lograrlo.

Es importante mencionar que el turismo es un componente de gran importancia para la ciudad, lo que va en línea con el objetivo de posicionar la marca de la capital y articular una narrativa con todos los actores que intervienen en el sector.

Al implementar estrategias de promoción y mercadeo, las mismas cumplen un papel fundamental en la articulación con los diferentes actores públicos y privados; con el fin de que las acciones emprendidas por las distintas instituciones tengan un propósito común y estén coordinados, y sean complementarias al objetivo principal del equipo. Dado que los productos turísticos son intangibles, el posicionamiento de la marca ciudad en el imaginario colectivo, se convierte en una acción de vital importancia, por lo que la combinación acertada de los esfuerzos es necesaria para el incremento sostenido de visitantes en la ciudad.

Es importante mencionar que la presencia de la marca Bogotá y de la riqueza turística de la ciudad ha destacado en importantes ferias internacionales como la Feria Internacional de Turismo Fitur en Madrid, España; la Vitrina Turística de ANATO 2024, International Tourism Berlín y Routes Américas.

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

En Bogotá existe una alta concentración de oferta turística en 4 localidades (Chapinero, La Candelaria, Santa Fe y Usaquén) y los atractivos, recursos y prestadores de Servicios Turísticos se ubican especialmente en esta zona oriental de la ciudad. Este fenómeno invisibiliza las apuestas y procesos de turismo (especialmente comunitario) que se gestan en las otras localidades y que tiene poco apoyo por parte de las autoridades públicas y escaso interés de ser visibilizado por la industria.

Esto implica, la necesidad de fortalecer otras zonas de la ciudad, para que sean prioritarias en las estrategias de promoción y marketing, para lograr una mayor visibilidad que implique a su vez, un mayor número de turistas.

Igualmente, se evidencia la necesidad de crear nuevas aglomeraciones productivas (el fortalecimiento de las actuales), que impliquen la materialización de los principios de un Turismo sostenible, que particularmente reconozcan y visibilicen el turismo comunitario que se gesta mayoritariamente en lugares con poca vocación turística tradicionalmente.

Las comunidades que ven en el turismo un factor de desarrollo socioeconómico, esperan que la adecuada gestión del Sistema Distrital de Turismo, contribuya al mejoramiento de las condiciones materiales y sociales requeridas para que esta actividad prospere y genere empleo, crecimiento e inclusión social.

Como se evidencia, los subsistemas mencionados contribuyen al desarrollo económico, social y ambiental de la ciudad. No obstante, se continúa fortaleciendo estos aspectos y en particular, el ambiental, considerando que es un tema fundamental para el futuro y que puede traer grandes beneficios.

Implementando las siguientes estrategias para impulsar el turismo en Bogotá podría ser más integral, sostenible y efectiva, garantizando que la ciudad no sólo atraiga a un mayor número de visitantes, sino que también mejore la calidad de vida de sus residentes y preserve su riqueza cultural y natural para futuras generaciones.

3 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

3.1 Problema central

Una débil estrategia de mercadeo lleva a un bajo reconocimiento y atractivo de Bogotá entre los turistas nacionales e internacionales. Esto se traduce en una menor visibilidad de Bogotá como destino turístico en comparación con otros destinos competidores, afectando negativamente la

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

afluencia de visitantes y la percepción de la ciudad como un lugar atractivo para el turismo. Por su parte, la ausencia de habilidades en una segunda lengua entre los prestadores de servicios turísticos crea barreras de comunicación con turistas internacionales, dificultando la transmisión de información esencial sobre destinos, servicios y actividades, dado que los turistas que no hablan el idioma local pueden experimentar frustración y confusión, lo que afecta negativamente su experiencia y satisfacción general.

3.2 Causas del problema

3.2.1 Causas directas

- Bajo nivel de apropiación de ciudad y formación en un segundo idioma en los prestadores de servicios turísticos y conexos a la cadena de valor
- Débil estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como plataforma turística nacional e internacional

3.2.2 Causas indirectas

- Limitada capacidad en la atención a visitantes y a turistas que hablan un idioma diferente al español
- Débil estrategia integral para la vinculación de los prestadores de servicio turístico y conexos a la cadena de valor en procesos de apropiación de ciudad
- Limitadas acciones de marketing como publicidad, relaciones públicas, marketing digital, presencia en redes sociales, trabajo B2B y B2C y divulgación de información turística

3.3 Efectos del Problema

3.3.1 Efectos directos

- Baja capacidad de los actores de la cadena de valor del turismo para la atención del visitante y del turista que desincentiva la visita a la ciudad
- Bajo Reconocimiento de Bogotá como Destino Turístico

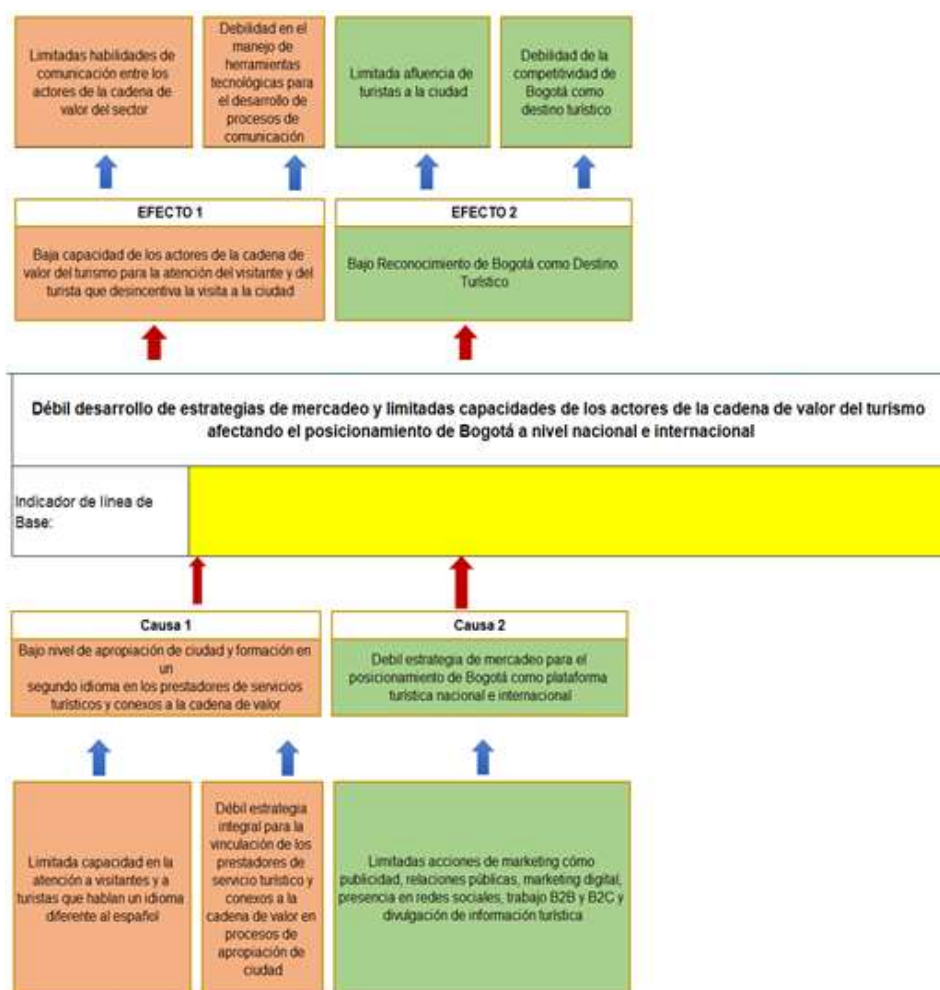
3.3.2 Efectos indirectos

- Limitadas habilidades de comunicación entre los actores de la cadena de valor del sector
- Debilidad en el manejo de herramientas tecnológicas para el desarrollo de procesos de comunicación
- Limitada afluencia de turistas a la ciudad

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

- Debilidad de la competitividad de Bogotá como destino turístico

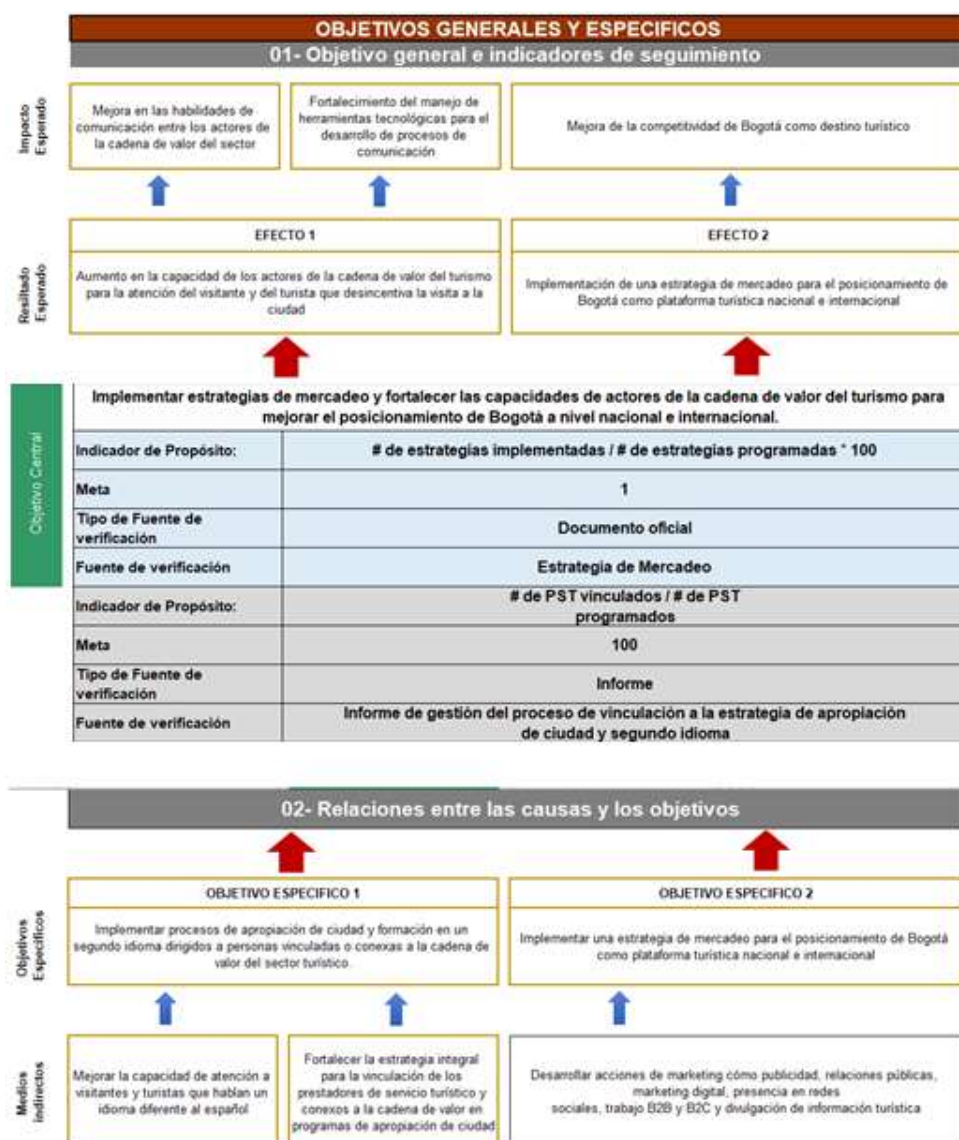
3.4 Árbol de problemas



 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

4.1 Árbol de Objetivos



	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

4.2 Objetivo General

Implementar estrategias de mercadeo y fortalecer las capacidades de actores de la cadena de valor del turismo para mejorar el posicionamiento de Bogotá a nivel nacional e internacional

4.3 Objetivos específicos directos

4.3.1 Implementar procesos de apropiación de ciudad y formación en un segundo idioma dirigidos a personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico.

4.3.2 Implementar una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como plataforma turística nacional e internacional

4.4 Objetivos específicos indirectos

4.4.1 Mejorar la capacidad de atención a visitantes y turistas que hablan un idioma diferente al español

4.4.2 Fortalecer la estrategia integral para la vinculación de los prestadores de servicio turístico y conexas a la cadena de valor en programas de apropiación de ciudad

4.4.3 Desarrollar acciones de marketing como publicidad, relaciones públicas, marketing digital, presencia en redes sociales, trabajo B2B y B2C y divulgación de información turística

5 JUSTIFICACIÓN

5.1 Justificación de la necesidad de hacer el proyecto

Reconociendo que en Bogotá existen instrumentos de planificación que definen una visión para la armonización y el desarrollo del entorno del aeropuerto, es necesario trascender hacia un marco de promoción integral del desarrollo aeroportuario, que garantice la ejecución de los instrumentos formulados y defina acciones intersectoriales complementarias.

Se ha identificado que las ciudades que apuestan al desarrollo aeroportuario despliegan un conjunto integral de medidas e incentivos, buscando favorecer la localización de empresas, la generación de nuevos empleos y la cualificación de la mano de obra, así como la armonización

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

urbanística del entorno y el posicionamiento de los aeropuertos como referente cultural, patrimonial y turístico.

Es por eso que, para garantizar la convergencia entre los instrumentos de planificación territorial y la planeación del desarrollo y la inversión, se requiere un programa integrador que vincule acciones complementarias, articuladas en el marco de una instancia intersectorial, que garantice que la acción coordinada de las entidades públicas, el sector privado, las comunidades del entorno y la academia, configuren un marco de promoción integral del desarrollo aeroportuario en Bogotá.

A través del programa en mención, se fomenta la reactivación económica y el desarrollo turístico, patrimonial, empresarial y logístico de la ciudad, a partir del reconocimiento de la importancia estratégica del Aeropuerto Internacional El Dorado como base de su internacionalización y de la intensificación de sus relaciones comerciales a escala local y global.

Para lograr estos objetivos, el programa articula la planeación del desarrollo social y económico con los instrumentos de ordenamiento y planificación territorial, contribuyendo a la consolidación de una relación funcional y de reciprocidad con el entorno aeroportuario urbano – regional.

En el mismo sentido, el programa busca el posicionamiento del Aeropuerto Internacional El Dorado como patrimonio cultural y turístico de la ciudad, así como favorecer la localización y fortalecimiento del tejido empresarial, la generación de empleo y la consolidación de un entorno de confianza institucional y seguridad jurídica para la inversión.

5.2 Identificación de la estructura en el Plan de Ordenamiento Territorial

(Sombrear las estrategias que aplica)

Estructura	Estrategias			
1. Estructura Ecológica Principal	Sistema de Áreas Protegidas del Distrito Capital	Parques Urbanos	Corredores ecológicos	Área de manejo especial del río Bogotá
2. Estructura Funcional y de Servicios – EFS	Sistema de movilidad	Sistemas de equipamientos urbanos	Sistema de espacio público construido: Parques y espacios peatonales	Sistemas generales de servicios públicos

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Estructura	Estrategias			
3. Estructura socioeconómica y espacial - ESSE	<u>Centralidades de integración internacional y nacional</u>	Centralidades de integración regional	Centralidades de integración urbana	

5.3 Identificación en Planes Maestros

Plan Maestro	Seleccione con X
1. Movilidad, que incluye ordenamiento de estacionamientos.	
2. Acueducto y Alcantarillado	
3. Residuos Sólidos	
4. Energía	
5. Gas	
6. Equipamientos educativos	
7. Equipamientos Culturales	
8. Equipamientos de Salud	
9. Equipamientos de Bienestar Social	
10. Equipamientos deportivos y recreativos	
11. Seguridad ciudadana	
12. Defensa y justicia	
13. Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria	
14. Recintos feriales	
15. Cementerios y Servicios funerarios	
16. Culto	
17. Plan Maestro de Espacio Público	
18. Plan Maestro de Turismo	X

5.4 Estudios que respaldan la información del proyecto

Nombre del estudio	Entidad que realizó el estudio	Fecha
Política Pública Distrital De Turismo “Bogotá Destino Turístico Sostenible, Inteligente, Responsable E Incluyente” 2023-2033	Instituto Distrital de Turismo	2023
Plan de Mercadeo Turístico	Instituto Distrital de	2023

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Nombre del estudio	Entidad que realizó el estudio	Fecha
	Turismo	
Investigación de Viajeros en Bogotá	Instituto Distrital de Turismo	2023

5.5 Aspectos institucionales y legales:

El Instituto Distrital de Turismo (IDT), es un establecimiento público, del orden distrital, adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), creado mediante el Acuerdo 275 del 27 de febrero de 2007; y tiene como objeto la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento de Bogotá como destino turístico sostenible.

Como misión, esta Entidad 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.

El presente proyecto de inversión es liderado por las siguientes Subdirecciones:

- Subdirección de Desarrollo y Competitividad, encargada de:
 - Impulsar el desarrollo de la ciudad como destino turístico atractivo, en condiciones de competitividad, productividad y sostenibilidad.
 - Desarrollar la gestión institucional e interinstitucional y el diseño, ejecución y evaluación de planes, programas y proyectos, que incidan en la oferta turística de Bogotá. Amplía y fortalece el desarrollo del producto turístico sostenible, fomenta la industria, impulsa el desarrollo empresarial, el manejo ambiental y la calidad, para la adecuada gestión de la ciudad y la región, como destino turístico.
 - Buscar la interacción entre los visitantes, la industria que les presta los servicios, la comunidad que los aloja y el entorno en el sentido más amplio (recursos naturales, culturales y sociales). Se enfoca en mejorar las condiciones de competitividad turística de la ciudad para hacer de Bogotá una mejor ciudad para vivir y visitar.
- Subdirección de Mercadeo, encargada de:
 - Dirigir la estrategia de mercadeo a nivel nacional e internacional de Bogotá como destino turístico.
 - Promover y generar alianzas y acuerdos con gremios, entidades públicas, privadas para el posicionamiento de la ciudad, el aumento de la actividad turística, el tiempo de estadía y

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

el gasto de los viajeros en el destino, aportando al desarrollo económico y social de Bogotá, de conformidad con los lineamientos institucionales.

- Diseñar, desarrollar e implementar estrategias de promoción y campañas publicitarias de imagen turística atractiva de Bogotá, de conformidad con los lineamientos institucionales y la política pública.
- Promover la apropiación y utilización de la marca ciudad para contribuir en el posicionamiento de Bogotá como destino a nivel nacional e internacional.

6 GRUPOS DE INTERÉS E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES

Participante	Contribución o gestión
Actor: Otro Entidad: Gremios del sector turístico Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector turismo	Participar en diversas gestiones que contribuyan a la creación de estrategias que impulsen la promoción turística de la capital tanto a nivel regional, nacional e internacional
Actor: Otro Entidad: Procolombia Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector	Participar en acciones conjuntas que permitan el posicionamiento de Bogotá a nivel internacional a través de mecanismos como la implementación de proyectos, la participación en ferias especializadas, workshops, semanas de Colombia en el exterior de manera articulada.
Actor: Otro Entidad: Viceministerio de Turismo Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Articulación, acciones en procura del mejoramiento del sector	Diseño y ejecución de estrategias que fortalezcan la promoción turística de la ciudad

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Participante	Contribución o gestión
Actor: Otro Entidad: Fondo Nacional de Turismo - FONTUR Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Acompañamiento, asesoría y cofinanciación de proyectos enfocados al posicionamiento de la ciudad a nivel nacional e internacional.	Cofinanciación de proyectos nacionales e internacionales para la promoción y el posicionamiento de Bogotá como destino turístico.
Actor: Distrital Entidad: Entidades del Distrito Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Considerando la manera transversal en que se desarrolla el turismo, genera beneficios a la comunidad en relación con la protección y posicionamiento del patrimonio ambiental y cultural de la capital	Los ingresos provenientes del turismo permiten el mejoramiento y el mantenimiento de la calidad de vida de la población local y el sostenimiento de las empresas que realizan la proveeduría de bienes y servicios que son entregados a los turistas
Actor: Otro Entidad: Prestadores de servicios turísticos Posición: Beneficiario Intereses o Expectativas: Aumentar los ingresos por ventas de servicios	Aumentar los ingresos por ventas de servicios y contribuir con el posicionamiento de Bogotá como destino vacacional y de eventos En este grupo de beneficiarios, se tendrán en cuenta prestadores de servicios turísticos con enfoque poblacional diferencial por orientación sexual, identidad de género, grupos étnicos o personas en condición de discapacidad.

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Participante	Contribución o gestión
Actor: Otro Entidad: OPAIN - Aeropuerto Internacional El Dorado Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Consolidar a Bogotá en la región latinoamericana como un hub de conectividad	Desarrollo de estrategias mancomunadas en mercados objetivo internacionales, que contribuirán a un mayor número de vuelos y aerolíneas que se traducirá en más turistas y más ingresos para la ciudad.
Actor: Distrital Entidad: Secretaria Distrital de Desarrollo Económico Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Visión de desarrollo económico de ciudad enfocado en particular al sector turismo	Desarrollo de políticas y normas orientadas al empresariado del sector, adopción de TIC's, así como acompañamiento a los emprendimientos y a los empresarios del sector.
Actor: Departamental Entidad: Cundinamarca Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Posicionamiento turístico de la región en articulación con Bogotá	Técnica, financiera y jurídica
Actor: Otro Entidad: Región Central RAPE Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Impulsar el desarrollo de la industria turística de alto valor agregado para la consolidación de la zona como una zona de alto interés turístico a nivel nacional e internacional.	Técnica, financiera y jurídica que consolide una región dinámica y con ello generar bienestar económico, a través de proyectos como bici región, corredores turísticos, rutas turísticas, y acciones de promoción y mercadeo en conjunto.

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Participante	Contribución o gestión
Actor: Otro Entidad: Invest In Bogotá Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Realizar acciones articuladas para posicionar a Bogotá como el destino preferido para hacer negocios en materia turística en América Latina.	Contribuir al desarrollo socioeconómico, la competitividad y la calidad de vida de Bogotá - Región
Actor: Otro Entidad: Turistas y Visitantes Posición: Cooperante Intereses o Expectativas: Mejorar la percepción de ciudad, por parte de los turistas y visitantes, para el posicionamiento de Bogotá con un destino turístico atractivo.	Incremento del gasto percapita por parte de los turistas y visitantes que llegan a la ciudad.

7 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN AFECTADA Y POBLACIÓN OBJETIVO

7.1 Población afectada por el problema

Se identificó como población afectada un número de 5.048.772 personas que ingresaron por el Aeropuerto Internacional el Dorado, de acuerdo a la Investigación de Viajeros en Bogotá.

7.2 Población objetivo de la intervención

Se identificó como población objetivo un número de 5.048.772 personas que ingresaron por el Aeropuerto Internacional el Dorado, de acuerdo a la Investigación de Viajeros en Bogotá.

7.3 Estrategias de participación ciudadana

Como participantes cooperantes para los procesos de formación se encuentran el Distrito Capital, Gobernación de Cundinamarca, la Región Central RAP-E, las Alcaldías Locales, la Secretaría

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Distrital de Desarrollo Económico, los Gremios y la Academia. La coordinación con estos actores implica la generación de espacios de articulación para el establecimiento de planes de trabajo conjuntos que permitan avanzar en los diferentes frentes durante todo el horizonte del proyecto e impactar a las personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico.

Así mismo, el Instituto Distrital de Turismo realizó la socialización de la propuesta inicial de Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá camina segura” con diferentes instancias y actores del sector. Lo anterior, se desarrolló mediante un diálogo ciudadano, en las cuales participaron gremios del sector, academia, beneficiarios de FONDETUR. La sesión se realizó el 9 de abril y contó con la participación de 30 personas.

8 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA

Local	Especial	Distrital ☒	Regional	Entidad	Otras Entidades
-------	----------	---	----------	---------	-----------------

9 NIVELES DE REQUERIMIENTO DE LAS ENTIDADES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO

Se requiere llevar a cabo una financiación para la ejecución de las siguientes actividades:

- Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo.
- Estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional

En este sentido para el desarrollo de la actividad mencionada anteriormente se realizarán las siguientes acciones:

El proyecto propuesto tiene como objetivo principal posicionar a Bogotá como una destacada plataforma turística tanto a nivel nacional como internacional, aprovechando su riqueza cultural, histórica y natural para atraer visitantes de todo el mundo. Para lograr este objetivo, se llevará a cabo una estrategia integral de mercadeo que abarca diversas fases:

Fase 1: Investigación y Análisis (2024): Durante esta fase inicial, se realizará una exhaustiva investigación del mercado turístico tanto a nivel nacional como internacional para comprender las tendencias actuales, identificar los segmentos de mercado clave y evaluar la competencia.

Fase 2: Definición de Objetivos y Estrategias (2024): Con base en los hallazgos de la fase de investigación y análisis, se definirán los objetivos específicos del proyecto y se desarrollarán las estrategias de mercadeo necesarias para alcanzarlos. Esto incluirá la identificación de los

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

mensajes clave, la segmentación del mercado, la definición de los canales de comunicación y la elaboración de indicadores de éxito.

Fase 3: Planificación y Diseño de la Estrategia (2025): En esta etapa, se elaborará un plan detallado que guíe la implementación de la estrategia de mercadeo. Se diseñarán las acciones específicas a realizar, se asignarán los recursos necesarios y se establecerán los plazos de ejecución. Además, se crearán los materiales de promoción y se desarrollarán las campañas publicitarias correspondientes.

Fase 4: Implementación (2025 - 2026 - 2027): Durante esta fase, se pondrá en marcha la estrategia de mercadeo diseñada, ejecutando las acciones planificadas en las etapas anteriores. Esto incluirá la participación y desarrollo de eventos turísticos, la promoción en medios de comunicación, la creación de contenido digital, entre otras actividades. Se llevará a cabo un seguimiento constante de las acciones implementadas para realizar ajustes según sea necesario y garantizar el logro de los objetivos establecidos.

Así mismo, se busca implementar procesos de formación en un segundo idioma dirigidos a las personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico, orientados a mejorar las competencias y habilidades comunicativas que permitan la interacción entre los prestadores de servicios turísticos y los visitantes o turistas que llegan a la ciudad.

De igual manera, que lo expuesto se proyecte a mejorar la capacidad de atención a visitantes y turistas que hablan un idioma diferente al español. Finalmente, que se propenda por fortalecer la estrategia integral para la vinculación de los prestadores de servicio turístico y conexas a la cadena de valor en programas de apropiación de ciudad

En resumen, la implementación de esta estrategia de mercadeo busca potenciar el atractivo de Bogotá como destino turístico, impulsando el desarrollo económico y cultural de la ciudad en el marco del Plan de Desarrollo Distrital 2024-2028 y el Programa de "Bogotá Ciudad Portuaria".

10. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Nombre de la Alternativa	Descripción
1. Implementar una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como plataforma turística	La alternativa de solución, consiste en implementar una estrategia de mercadeo estructurada y efectiva para posicionar a Bogotá como un destino turístico de primer nivel, tanto a nivel nacional como internacional. Esta estrategia se desarrollará en cuatro fases interrelacionadas que abarcan desde la investigación inicial hasta la implementación. A continuación, se detallan las fases y los

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Nombre de la Alternativa	Descripción
nacional e internacional	componentes clave de cada una. Fase 1: Investigación y Análisis En esta fase inicial, se llevará a cabo una investigación exhaustiva del mercado y un análisis de la competencia para comprender mejor las tendencias del turismo y las preferencias de los turistas. Fase 2: Definición de Objetivos y Estrategias Con base en la investigación, se definirán objetivos claros y medibles para la estrategia de marketing. Estos objetivos se enfocarán en aumentar el reconocimiento y atractivo de Bogotá. Fase 3: Planificación y Diseño de la Estrategia Se diseñará un plan de marketing detallado que incluya la selección de los canales más efectivos y la creación de contenido atractivo. Fase 4: Implementación Esta fase se centra en la ejecución de las campañas de marketing planificadas. Esta alternativa de solución integral garantiza un enfoque sistemático y coherente para fortalecer la estrategia de mercadeo de Bogotá, asegurando su posicionamiento exitoso como plataforma turística de referencia.
2. Implementar procesos de formación en un segundo idioma dirigidos a los prestadores de servicios turísticos y/o empresas conexas a la cadena de valor del turismo	Implementar procesos de apropiación de ciudad, formación en un segundo idioma y una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como plataforma turística.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Alternativa Seleccionada:

Implementar procesos de apropiación de ciudad, formación en un segundo idioma y una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como plataforma turística

Con base en lo expuesto y como se ha mencionado con anterioridad, se busca implementar procesos de formación en un segundo idioma dirigidos a las personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico, orientados a mejorar las competencias y habilidades comunicativas que permitan la interacción entre los prestadores de servicios turísticos y los visitantes o turistas que llegan a la ciudad.

En resumen, la implementación de esta estrategia de mercadeo busca potenciar el atractivo de Bogotá como destino turístico, impulsando el desarrollo económico y cultural de la ciudad en el marco del Plan de Desarrollo Distrital 2024-2028 y el Programa de "Bogotá Ciudad Portuaria".

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

11 ESTUDIO DE NECESIDADES

BIEN O SERVICIO A ENTREGAR O DEMANDA A SATISFACER NO. 1				
Implementar una estrategia de Bogotá como plataforma turística nacional e internacional				
Descripción del bien		Implementar una estrategia de Bogotá como plataforma turística nacional e internacional		
Unidad de medida		Porcentaje		
Descripción de la demanda		1 estrategia de mercadeo para Bogotá como plataforma turística a nivel nacional e internacional		
Descripción de la oferta		1 estrategia de mercadeo que posicione a Bogotá como una plataforma nacional e internacional con especial énfasis en el Aeropuerto el Dorado y su entorno incluso regional		
TIPO DE ANÁLISIS	AÑO	DEMANDA	OFERTA	DÉFICIT
HISTÓRICO	2019	1	0	-1
	2020	1	0	-1
	2021	1	0	-1
	2022	1	0	-1
	2023	1	0	-1
PROYECTADO	2024	1	0	-1
	2025	1	1	0
	2026	1	1	0
	2027	1	1	0
	2028			0

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

BIEN O SERVICIO A ENTREGAR O DEMANDA A SATISFACER NO. 2				
Proceso de formación en apropiación de ciudad y en un segundo idioma				
Descripción del bien		Implementar procesos de formación en apropiación de ciudad y en un segundo idioma dirigidos a personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico		
Unidad de medida		Número		
Descripción de la demanda		La demanda corresponde a la necesidad de desarrollar competencias en apropiación de ciudad y en un segundo idioma en personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico.		
Descripción de la oferta		La oferta corresponde a los cupos disponibles en el programa de formación para el desarrollo de competencias en apropiación de ciudad y en un segundo idioma.		
TIPO DE ANÁLISIS	AÑO	DEMANDA	OFERTA	DÉFICIT
HISTÓRICO	2019	100	0	-100
	2020	100	0	-100
	2021	100	0	-100
	2022	100	0	-100
	2023	100	0	-100
PROYECTADO	2024	100	10	-90
	2025	90	30	-60
	2026	60	30	-30
	2027	30	30	0
	2028			0

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

12 CADENA DE VALOR DE LA ALTERNATIVA SELECCIONADA

Objetivo 1. Implementar procesos de apropiación de ciudad y formación en un segundo idioma dirigidos a personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico.

Productos	Indicadores de Producto	Unidad de Medida	Meta	Costo de la Meta	Costo Total
Servicio de educación informal en asuntos turísticos	Personas vinculadas o conexas a la cadena de valor del sector turístico. Número de personas	Número	Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo.	\$450.000.000	\$450.000.000

Objetivo 2. Implementar una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como plataforma turística nacional e internacional

Productos	Indicadores de Producto	Unidad de Medida	Meta	Costo de la Meta	Costo Total
Documentos de lineamientos técnicos	100% de la estrategia de mercadeo implementada Número de documentos	Porcentaje	Estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional	\$ 1.967.911.104	\$1.967.911.104

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

13 ANÁLISIS DE RIESGOS

Fase	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad de impacto	Efectos	Medidas de mitigación
PROPÓSITO	Operacionales	Sobrestimación de recursos financieros y humanos necesarios para la implementación de la estrategia de mercadeo y fortalecimiento de capacidades.	3. Moderado 4. Mayor	La falta de recursos adecuados podría resultar en retrasos en la implementación o en la ejecución de estrategias incompletas o de baja calidad.	Realizar una estimación realista de los recursos necesarios para la implementación del proyecto, considerando posibles contingencias. Establecer mecanismos de seguimiento presupuestal para evitar desviaciones.
PROPÓSITO	Operacionales	Limitada disponibilidad de datos precisos y actualizados sobre el mercado turístico nacional e internacional, lo que dificulta la formulación de estrategias efectivas	3. Moderado 4. Mayor	Formulación de estrategias ineficaces o poco relevantes para el mercado objetivo	Realizar una exhaustiva búsqueda de información secundaria y realizar análisis de mercado complementarios para complementar datos faltantes. Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y organizaciones privadas para acceder a datos y análisis relevantes.
ACTIVIDAD	Operacionales	Dificultades para definir objetivos claros y estrategias	4. Probable 3. Moderado	La falta de alineación entre los diferentes actores podría llevar a	Facilitar espacios de articulación entre los actores clave para establecer una visión

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Fase	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad de impacto	Efectos	Medidas de mitigación
		efectivas debido a discrepancias en la visión y los intereses de los actores involucrados en el proyecto.	rado	conflictos y retrasos en la definición y ejecución de las estrategias, afectando el logro de los objetivos del proyecto.	común y definir objetivos y estrategias consensuadas. Designar un líder de proyecto con habilidades de gestión de conflictos y negociación.
COMPO NENTE	Financieros	Sobrestimación de recursos financieros y humanos necesarios para la implementación de la estrategia de mercadeo y fortalecimiento de capacidades.	3. Moderado 4. Mayor	La falta de recursos adecuados podría resultar en retrasos en la implementación o en la ejecución de estrategias incompletas o de baja calidad.	Realizar una estimación realista de los recursos necesarios para la implementación del proyecto, considerando posibles contingencias. Establecer mecanismos de seguimiento presupuestal para evitar desviaciones.
COMPO NENTE	De mercado	Vulnerabilidad a eventos inesperados, como cambios en las condiciones del mercado turístico, crisis económicas o políticas, que podrían afectar la ejecución de	1. Raro 4. Mayor	La aparición de eventos inesperados podría requerir ajustes significativos en las estrategias de mercadeo y la reasignación de recursos, lo que podría afectar la efectividad y el alcance del	Desarrollar planes de contingencia flexibles que permitan adaptarse rápidamente a cambios en el entorno externo. Mantener una comunicación fluida y transparente con los actores involucrados para identificar tempranamente posibles riesgos y tomar acciones

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Fase	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad de impacto	Efectos	Medidas de mitigación
		las estrategias planificadas.		proyecto.	preventivas.
ACTIVIDAD	Operacionales	Resistencia al cambio por parte de los prestadores de servicios turísticos	3. Moderado 4. Mayor	Tendencia al estancamiento y desaceleración del sector turismo	Implementar acciones para la incorporación de criterios de sostenibilidad en la prestación de servicios turísticos Generar alianzas para mejorar los niveles de formalización, emprendimiento y empleabilidad de los actores vinculados a la cadena de valor del turismo

14 IDENTIFICACIÓN DE INGRESOS Y BENEFICIOS

Tipo	Nombre	Descripción
Beneficio	Total estimado del número de turistas en Bogotá por vigencia	La cantidad corresponde al estimado turistas que lleguen a la ciudad de Bogotá con un porcentaje de incremento del 3% por vigencia y el valor unitario corresponde al gasto per cápita por turista de la vigencia 2023

Año	Cantidad	Valor unitario	Valor total
2024	12.718.312	\$792.863	\$10.083.879.007.256
2025	13.099.862	\$792.863	\$10.386.395.884.906

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

2026	13.492.857	\$792.863	\$10.697.987.079.591
2027	13.897.643	\$792.863	\$11.018.926.921.909

Tipo	Nombre	Descripción
Beneficio	Valor unitario del programa per cápita por persona vinculada a la cadena de valor turística de la vigencia	Personas capacitadas en un segundo idioma

Año	Cantidad	Valor unitario	Valor total
2024	0	\$3.050.967	\$30.509.668
2025	30	\$5.974.517	\$119.490.332
2026	35	\$5.000.000	\$175.000.000
2027	35	\$5.000.000	\$175.000.000

15 INFORMACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

15.1 Flujo de inversión del proyecto

Año	Beneficios e ingresos (+)*	Créditos (+)	Costos de preinversión (-)	Costos de inversión (-)*	Costos de operación (-)	Amortización (-)	Intereses de los créditos (-)	Valor de salvamento (+)	Flujo Neto*
2024	\$ 8.067.143	\$ -	\$ 239	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.066.904
2025	\$ 8.309.197	\$ -	\$ 526	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.308.671
2026	\$ 8.558.530	\$ -	\$ 678	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.557.852

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Año	Beneficios e ingresos (+)*	Créditos (+)	Costos de preinversión (-)	Costos de inversión (-)*	Costos de operación (-)	Amortización (-)	Intereses de los créditos (-)	Valor de salvamento (+)	Flujo Neto*
2027	\$ 8.815.282	\$ -	\$ 678	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8.814.604

*Cifras en millones de pesos

15.2 Costos por meta

META	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo.	\$ 0	\$ 100	\$ 175	\$ 175	\$ 0	\$ 450
Estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional	\$ 267	\$ 450	\$ 625	\$ 625	\$ 0	\$ 1.967
TOTAL	\$ 267	\$ 550	\$ 800	\$ 800	\$ 0	\$ 2.417
TOTAL PROYECTO						\$ 2.417

*Cifras en millones de pesos

15.3 Fuentes de financiación

El proyecto de inversión 2024110010112 – “DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES DE ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE BOGOTÁ D.C” se financia con recursos del distrito.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

16 INDICADORES

16.1 Indicadores de producto

Nombre del indicador: Personas capacitadas

Fórmula: N/A

Fuente de la información: Informe de gestión con las acciones programadas

Programación:

Año	Meta
2024	0
2025	30
2026	35
2027	35
Total	100

Nombre del indicador: Documentos de lineamientos técnicos elaborados

Fórmula: N/A

Fuente de la información: Informe de gestión con las acciones programadas

Programación:

Año	Meta
2024	1
2025	1
2026	1
2027	1
Total	4

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

16.2 Indicadores de gestión

Nombre del indicador: Informes Presentados

Fórmula: $I2 = I1 - I0$

Fuente de la información: Informe entregado por el IDT

Programación:

Año	Meta
2024	1
2025	1
2026	1
2027	1
Total	4

17 METAS DEL PROYECTO

17.1 Metas Plan de Desarrollo

Meta Plan de Desarrollo	Indicador	Anualización de la magnitud del indicador				
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Vincular 100 Prestadores de Servicio Turístico en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo en el marco del programa "Bogotá Ciudad Portuaria".	Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo.	0	30	35	35	0

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Meta Plan de Desarrollo	Indicador	Anualización de la magnitud del indicador				
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Implementar 1 estrategia de Mercadeo que permita posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional	Estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional.	1	1	1	1	0

17.2 Metas Proyecto de Inversión

No.	Meta	Anualización de la magnitud de la meta				
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
1	Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo.	0	30	35	35	0
2	Estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional	1	1	1	1	0

17.3 Definición y descripción de las metas proyecto

Meta 1. Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo.

Partiendo de lo indicado, la meta propuesta pretende:

- Llevar a cabo acciones orientadas a mejorar las competencias y habilidades comunicativas que permitan la interacción entre los prestadores de servicios turísticos y los visitantes o turistas que llegan a la ciudad.
- Mejorar la capacidad de atención a visitantes y turistas que hablan un idioma diferente al español

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

- Fortalecer la estrategia integral para la vinculación de los prestadores de servicio turístico y conexos a la cadena de valor en programas de apropiación de ciudad

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

Teniendo en cuenta lo anterior, esta actividad incluye las siguientes acciones para cumplir su propósito:

- Contratación del talento humano adecuado para apoyar las acciones destinadas a cumplir las metas establecidas.
- Generación de interacciones promocionales que posicionen a Bogotá como destino turístico y dirijan el tráfico hacia la página web oficial, donde se encuentran contenidos, atractivos y actividades disponibles en la capital colombiana.
- Implementación de estrategias para incrementar el número de visitantes a la ciudad mediante actividades de marketing y relaciones con empresarios y destinos internacionales, incluyendo eventos, reuniones de negocios, activaciones, viajes de familiarización y capacitaciones, entre otras iniciativas.
- Desarrollo de directrices para fortalecer la imagen de Bogotá como destino turístico.

18 INFORMACIÓN DEL GERENTE

Nombre: Yinna Alexandra Muñoz Barbosa

Cargo: Subdirectora de Mercadeo

Entidad: Instituto Distrital de Turismo

Correo electrónico: yinna.munoz@idt.gov.co

Teléfono: (1) 2170711, EXT.1053

Nombre: Katherine Eslava Otálora

Cargo: Subdirector de Desarrollo y Competitividad

Entidad: Instituto Distrital de Turismo

Correo electrónico: katherine.eslava@idt.gov.co

Teléfono: 310 7661973

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

19 CONTROL DE CAMBIOS DEL DOCUMENTO

Versión / Fecha	Modificación	Descripción de la modificación y Observaciones
V1/24-06- 2024	- Versión inicial, creación proyecto.	- Versión inicial, creación proyecto.
V2/25-09- 2024	- Se realiza ajuste al DTS por traslado presupuestal entre metas.	Se ajustaron los recursos de las metas del proyecto, conforme a la siguiente distribución: De la meta 1. Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo, se dispuso \$ 30.509.668 y se trasladaron a la meta 2. Implementar 1 estrategia de Mercadeo que permita posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional. Adicionalmente se modificó la magnitud de la meta 1 Vincular 100 PST en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y bilingüismo, donde para la vigencia 2024 se tenía previsto vincular 5 PST; ahora, dicha vinculación pasó para la vigencia 2025, donde se vincularán 30 PST. Dichos movimientos fueron realizados teniendo en cuenta que la Secretaría Distrital de Planeación definió la creación de la Comisión Intersectorial Bogotá Ciudad Portuaria (CIBCP), como una instancia para la coordinación de actores, capacidades y proyectos con el fin de consolidar a Bogotá como una ciudad portuaria de referencia, para el último trimestre del año, la vinculación de los prestadores de servicios turísticos se aplaza para la próxima vigencia.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DESARROLLO ECONÓMICO Instituto Distrital de Turismo	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Versión / Fecha	Modificación	Descripción de la modificación y Observaciones
V3 /24102024	- Traslado presupuestal entre proyectos - Actualización del gerente del proyecto de parte de la Subdirección de Desarrollo y Competitividad.	- Traslado presupuestal entre proyectos de inversión de la entidad al proyecto de inversión 112 por valor de \$12.598.564 los cuales serán sumados a la meta 1 “Impactar a 1.100.000 personas y/o actores de la cadena de valor del sector a través de acciones de marketing 360”. Quedando para la vigencia 2024 en \$267.911.104 - Actualización del gerente del proyecto de las actividades a desarrollar de la Subdirección de Desarrollo y Competitividad.
V4 /24122024	- Actualización Documento Técnico de Soporte – DTS por asignación presupuestal	Se actualiza el Documento Técnico de Soporte – DTS de acuerdo con la programación presupuestal para la vigencia 2025, quedando con la siguiente asignación para cada una de las metas: - Estrategia de mercadeo implementada para posicionar a Bogotá como plataforma turística nacional e internacional \$450.000.000 y con un total del cuatrienio de \$1.967.911.104
V5 /29122024	- Se realiza ajuste al DTS por actualización y cierre presupuestal de la vigencia fiscal 2024 y el inicio	Se ajustaron los recursos de la meta del proyecto, conforme a los movimientos y resultados del cierre presupuestal de la vigencia 2024 y el inicio de la vigencia 2025. La actualización presupuestal corresponde a la asignación de recursos para las vigencias 2024 y 2025, para la meta de Vincular 100 Prestadores de Servicio Turístico en procesos de formación y/o sensibilización en apropiación de ciudad y

	INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO		
Código DE-F39	Nombre: Documento Técnico Soporte de Proyectos de Inversión	Versión: 1	Fecha de Aprobación: 29/12/2020

Versión / Fecha	Modificación	Descripción de la modificación y Observaciones
	de ejecución vigencia 2025	bilingüismo en el marco del programa Bogotá Ciudad Portuaria, la cual pasó de \$469.490.332 a \$450.000.000