



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

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO



Balance Social

CBN -0021

Vigencia 2016

Febrero de 2017



1. TEMÁTICA: DESARROLLO Y PRODUCTIVIDAD

1.1 PROBLEMA SOCIAL ATENDIDO: DÉBILES CONDICIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE BOGOTÁ

En aspectos como:

- Apropiación de la ciudad por parte de sus residentes
- Articulación de la cadena de valor del turismo.
- Consolidación de productos turísticos.
- Proyectos de Integración Regional
- Promoción y posicionamiento de Bogotá como destino turístico

1.2 POLÍTICA PÚBLICA A LA QUE LE APUNTA

Las siguientes son las Políticas Públicas a las cuales la entidad aportó enfocando el desarrollo de acciones para la atención del problema social atendido:

- Política Distrital de Turismo para Bogotá
- Política Distrital para la garantía de derechos de las personas de los sectores sociales LGBTI
- Política Pública de Mujer y equidad de género
- Política Pública de Infancia y Adolescencia
- Política Pública de Juventud
- Política pública de Adulto Mayor

2. POBLACIÓN

2.1 POBLACIÓN TOTAL AFECTADA

La población total de Bogotá, tomando como referencia las cifras de la Secretaría Distrital de Planeación es de 8.056.435 habitantes¹, de los cuales, se han priorizado para el cuatrienio (2016-2020) un total de 915.846 personas, de las cuales 5.346 personas fueron programadas en el marco del PDD “Bogotá Humana”, el cual culminó su vigencia en junio de 2016 y por otra parte, 910.500 personas con la entrada en vigencia del nuevo PDD “Bogotá Mejor Para Todos”, en julio de 2016, a continuación se presenta la desagregación de la población priorizada en cada PDD:

¹<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/RelojDePoblacion>



Bogotá Humana²:

No. personas	Descripción
3.866	Personas a beneficiar vinculadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados
480	Conductores de taxi formados en amor y apropiación por la ciudad
1.000	Personas formadas en amor y apropiación por la ciudad
5.346	Total

Bogotá Mejor Para Todos³:

No. personas	Descripción
900.000	Personas atendidas a través de la red de información turística
10.000	Prestadores de Servicios Turísticos y conexos capacitados en cultura turística
500	Personas vinculadas a procesos de formación y/o capacitación
910.500	Total

2.1 POBLACIÓN A ATENDER EN LA VIGENCIA

Entre la población objeto de las intervenciones para la vigencia 2016 se contemplaron 91.346 personas entre residentes de la ciudad, prestadores de servicios y turistas, a continuación se presenta la desagregación de la población priorizada en cada PDD:

Bogotá Humana:

No. personas	Descripción
3.866	Personas a beneficiar vinculadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados
480	Conductores de taxi formados en amor y apropiación por la ciudad
1.000	Personas formadas en amor y apropiación por la ciudad
5.346	Total

² Población priorizada para el primer semestre 2016 en el PDD "Bogotá Humana"

³ Corresponde al número total de personas identificadas en los proyectos de inversión, para el cumplimiento del Plan Distrital de Desarrollo "Bogotá Mejor Para Todos "2016 – 2020".

Bogotá Mejor Para Todos:

No. personas	Descripción
84.000	Personas atendidas a través de la red de información turística
2.000	Prestadores de Servicios Turísticos y conexos capacitados en cultura turística
86.000	Total

2.1 POBLACIÓN ATENDIDA DURANTE LA VIGENCIA

El número de personas atendidas por la entidad en la vigencia 2016, corresponde a 80.169 personas beneficiadas, así:

Población atendida por sexo

Sexo	No. Personas atendidas
Femenino	37.258
Masculino	37.325
Total	74.583

Población atendida por género

Género	No. Personas atendidas
LGBTI	347
Total	347

Personas atendidas por tipo de población

Población	No. Personas atendidas
Infancia y adolescencia	16
Juventud	310
Adulto mayor	47
Sin caracterizar	4.839
Total	5.212

Población atendida por localidad

Localidad	No. Personas atendidas
Teusaquillo	27
Total	27



3. PROYECTOS DE INVERSIÓN

3.1 CÓDIGO Y NOMBRE DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

Durante la vigencia 2016 el IDT ejecutó proyectos de inversión en el marco de dos Planes Distritales de Desarrollo: “Bogotá Humana” y “Bogotá Mejor para Todos”

A continuación, la relación de los proyectos según el PDD asociado:

PDD “Bogotá Humana”

731 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá

740 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos

712 – Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades

PDD “Bogotá Mejor Para Todos”

0988 - Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos

1036 - Bogotá destino turístico competitivo y sostenible

1038 - Fortalecimiento institucional del IDT

3.2 METAS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

PDD “Bogotá Humana”

Proyecto de inversión: 731 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá

No. SEGPLAN	Meta
1	Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados
3	Crear 200 empresas del turismo para el próximo cuatrienio
4	Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad
8	Realizar 15 investigaciones para la medición de la oferta y la demanda turística de Bogotá Región





740 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos

No. SEGPLAN	Meta
1	Formar 23118 personas en amor y apropiación por la ciudad
3	Realizar 3794 recorridos turísticos peatonales
4	Atender 1000000 consultas a través de los puntos de información turística de Bogotá
11	Implementar en 20 colegios públicos el programa nacional Colegios Amigos del Turismo
14	Realizar 260 actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional
22	Desarrollar 4 estrategias de promoción y mercadeo en el marco de las campañas de promoción turística.
23	Realizar 180 mantenimientos correctivos y o preventivos a las señales turísticas del centro histórico y el centro internacional.

712 - Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades

No. SEGPLAN	Meta
1	Implementar y certificar 5 subsistemas del Sistema Integrado de la entidad
2	Mantener 100 % de los sistemas certificados
4	Proveer 100 % de los elementos de tecnología y de plataforma tecnológica.

PDD “Bogotá Mejor Para Todos”

0988 - Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos

No. SEGPLAN	Meta
1	Participar y/o realizar 250 actividades de promoción y posicionamiento turístico
2	Atender 900000 personas a través de la red de información turística





1036 - Bogotá destino turístico competitivo y sostenible

No. SEGPLAN	Meta
1	Fortalecer y mantener 5 productos turísticos de Bogotá
2	Fortalecer 200 empresas del sector a través de procesos de acompañamiento en calidad, innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social
4	Capacitar 10000 prestadores de servicios turísticos y conexos en cultura turística
5	Acompañar 6 localidades en la implementación de actividades y procesos de fortalecimiento turístico
7	Realizar 8 estudios de caracterización de oferta turística
9	Intervenir 5 atractivos turísticos de naturaleza y urbanos
10	Mantener 100 por ciento el sistema de señalización e infraestructura turística instalado en la ciudad de Bogotá.
12	Fortalecer 100 por ciento el sistema de información turística de Bogotá

1038 - Fortalecimiento institucional del IDT

No. SEGPLAN	Meta
1	Atender 100 por ciento las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad
2	Implementar y mantener 100 por ciento el Sistema Integrado de Gestión de la entidad
4	Atender 100 por ciento las necesidades de infraestructura tecnológica del IDT

3.3 ACCIONES ADELANTADAS EN LA VIGENCIA, POR META DE PROYECTO DE INVERSIÓN

PDD “Bogotá Humana”

Proyecto de inversión: 731 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá

Meta: Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados:



- 217 personas beneficiada en el marco de las acciones de fortalecimiento del producto turístico cultural.
- 347 personas beneficiadas en las actividades de fortalecimiento del producto turístico LGBTI, de las cuales 300 participaron en el evento de lanzamiento de la guía "Bogotá destino turístico LGBTI".
- 2.312 personas beneficiadas a través de las actividades de fortalecimiento del producto turístico gastronómico: taller de servicio y venta inhouse, taller de gastronomía regional andina, socialización de la guía gastronómica y activaciones gastronómicas en el marco de la feria turística de Anato, mesa técnica de turismo cultural y el taller de recuperación del patrimonio inmaterial amasijos colombianos.
- 35 participantes en el diplomado de seguridad turística para establecimientos de alojamiento y hospedaje.
- 45 asistentes a las mesas de turismo local y conferencia sobre la gestión local del desarrollo turístico dirigido a alcaldes locales. Se avanzó en la estructuración de las estrategias de apoyo y gestión local del turismo, así como en la definición de las acciones para sensibilización en turismo con los nuevos Alcaldes Locales.

Meta: Crear 200 empresas del turismo para el próximo cuatrienio

- 33 unidades productivas fortalecidas a través de acompañamiento en el proceso de implementación de las normas técnicas sectoriales de sostenibilidad; dicho proceso consistió en el desarrollo de asesorías personalizadas y la realización de talleres con las siguientes temáticas: Introducción a la sostenibilidad y las normas técnicas sectoriales, Impactos de la actividad turística, construcción de los programas de sostenibilidad, emergencias y contingencias.

Meta: Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad

- 699 conductores de servicio individual de pasajeros capacitados en apropiación de ciudad.

Meta: Realizar 15 investigaciones para la medición de la oferta y la demanda turística de Bogotá Región

El avance reportado corresponde a la publicación de resultados de las investigaciones:

- ✓ Viajeros - primer semestre de 2015 en
- ✓ Medición de eventos Alimentarte y Ciclo Cine Rosa (semana por la igualdad) 2015, Rock al parque, Colombia al parque y Salsa al parque.

Proyectos de inversión: 740 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos

Meta: Formar 23118 personas en amor y apropiación por la ciudad

- 1369 personas capacitadas en amor y apropiación de ciudad: 417 empresarios, 868 residentes y 68 jóvenes y 16 niños.

Meta: Realizar 3794 recorridos turísticos peatonales

- Se realizaron recorridos peatonales por el Centro Histórico, Palacio de Nariño y el centro internacional, atendiendo población residente y extranjera de acuerdo a las solicitudes recibidas.

Meta: Atender 1000000 consultas a través de los puntos de información turística de Bogotá

- Se atendieron permanentemente las consultas de información turística a los usuarios residentes, nacionales y extranjeros de la red de información fija e itinerante que se encuentran ubicados en los principales puntos turísticos de la ciudad, así:

Población	Personas atendidas
Turistas Internacionales	38.492
Turistas Nacionales	20.908
Residentes	27.146
Total:	86.546

Meta: Implementar en 20 colegios públicos el programa nacional Colegios Amigos del Turismo

- 3 Instituciones educativas distritales vinculadas al programa Colegio Amigos del Turismo: República de Panamá, Colegio Nueva Zelanda y Vargas Lleras.

Meta: Realizar 260 actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional

- Como estrategia para la promoción y posicionamiento de Bogotá como destino turístico, se realizaron: viajes de familiarización con agentes de viajes, periodistas y/o líderes de opinión; eventos directos de turismo en ferias nacionales e internacionales; workshops y capacitaciones de destino

Meta: Desarrollar 4 estrategias de promoción y mercadeo en el marco de las campañas de promoción turística.

- En el marco de la Vitrina Turística ANATO 2016, se reforzó la estrategia para invitar a Bogotá durante Semana Santa y Festival de Teatro, mediante publicación en el diario El Tiempo.

Meta: Realizar 180 mantenimientos correctivos y o preventivos a las señales turísticas del centro histórico y el centro internacional

- 158 actividades de limpieza y 20 reparaciones a las señales turísticas instaladas en la ciudad.

Proyecto de inversión: 712 - Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades

Si bien las metas de este proyecto no intervienen directamente con la población priorizada para la vigencia, sus acciones repercuten en los bienes y servicios que la entidad entrega a la ciudadanía. Su condición es de transversalidad.

Meta: Implementar y certificar 5 subsistemas del Sistema Integrado de la entidad

- Avance en la documentación del Sistema de seguridad de la información y en la implementación del Sistema de salud y seguridad en el trabajo.

Meta: Mantener 100 % de los sistemas certificados

- Se realiza el seguimiento de los 45 productos en la matriz del SISIG, con el fin de verificar el nivel de cumplimiento en la implementación del Sistema Integrado de Gestión por parte del IDT.

Meta: Proveer 100 % de los elementos de tecnología y de plataforma tecnológica.

- Se adelantaron los procesos de contratación para la plataforma de correo electrónico Google y de internet y hosting.

PDD “Bogotá Mejor Para Todos”

Proyecto de inversión: 0988 - Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos

Meta: Participar y/o realizar 250 actividades de promoción y posicionamiento turístico

- En el marco de la implementación de la estrategia de mercadeo de ciudad, el IDT desarrolló las siguientes actividades: i) Siete viajes de familiarización para periodistas y/o agentes de viajes, ii) Catorce apoyos y participación en eventos de ciudad, iii) Dos Misiones Multisectoriales a Argentina y Estados Unidos, iv) Cinco presentaciones de destino, v) Presentación de un proyecto ante el FONTUR, vii) Desarrollo proyecto de Navidad 2016, viii) Producción de 5 piezas de promoción turística

Meta: Atender 900000 personas a través de la red de información turística

- Desde la Red de Información Turística se adelantaron acciones de promoción de la oferta turística y cultural de Bogotá y su zona de Influencia; en tal sentido se atendió a usuarios residentes, visitantes y turistas, nacionales y extranjeros que acudieron a los diferentes puntos de información turística que se encuentran ubicados permanentemente en zonas estratégicas de la ciudad, personalmente o través de las diferentes líneas de atención al turista y correo electrónico, por medio de los cuales recibieron atención de parte del equipo de informadores y guías turísticos, en inglés, francés y español.
- Actualmente se encuentran en funcionamiento 9 Puntos de Información Turística fijos y 12 Virtuales, mediante los cuales fue posible atender la demanda de información de 72.427 usuarios, así:

Población	Personas atendidas
Turistas Internacionales	29.721
Turistas Nacionales	20.016
Residentes	22.690
Total:	72.427

Proyecto de inversión: 1036 - Bogotá destino turístico competitivo y sostenible

Meta: Fortalecer y mantener 5 productos turísticos de Bogotá

- Durante la vigencia 2016 se fortaleció el Producto Turístico de Gastronomía, a través de la organización y ejecución de la tercera versión del Día del Ajiaco Santafereño, iniciativa desarrollada para impulsar el posicionamiento de Bogotá como destino turístico gastronómico, así como rendir homenaje al ajiaco como principal atractivo turístico del patrimonio inmaterial de la ciudad; así mismo, se adelantó la suscripción de un contrato para la realización de acciones de recuperación, fortalecimiento y posicionamiento del patrimonio material e inmaterial de la plaza de mercado de la Perseverancia.
- Adicionalmente en cuanto al fortalecimiento de los productos turísticos priorizados para la Ciudad, a continuación se describen las acciones desarrolladas en la vigencia:
 - ✓ Producto de Turismo Cultural: se desarrolló la Rueda de Negocios con oferta y demanda de actores del sector cultural y turístico. Se realizó el lanzamiento de la Guía de Museos de Bogotá, la Guía de Cinco Circuitos

temáticos y el Mapa Guía de la Ruta: Tras las huellas de Gabo en Bogotá. Adicionalmente el IDT tuvo presencia en diferentes espacios relacionados con el turismo cultural: Mesa de Artesanías, Proyecto de Recorrido por el Cementerio Central con la UAESP, y en alianza con ANATO se avanza en el proyecto de realización de una rueda de negocios de turismo cultural para el 2017.

- ✓ Producto Turismo Urbano: Se adelantó la contratación con la firma Steer Davies & Gleave para la identificación de los recorridos turísticos urbanos.
- ✓ Producto Turístico de Naturaleza: Se participó en reuniones relacionadas con la identificación de escenarios naturales y se realizaron actividades para la consolidación de la quebrada “Las Delicias” como producto turístico, con la participación de la comunidad aledaña.
- ✓ Por otra parte bajo la directriz del Ministerio de Comercio Industria y Turismo se ha avanzado en una propuesta de estrategia para el desarrollo de Aviturismo en Bogotá y la Región con la participación de las diferentes entidades involucradas: IDRD, Jardín Botánico SDA, Parques Nacionales, Ministerio de Comercio Industria y Turismo y Asociación Bogotana de Ornitología ABO.
- En cuanto al producto turístico asociado a la Leyenda de El Dorado, se suscribió el convenio de asociación entre el IDT, RAPE Región Central, IDECUT y Unicafam con miras a aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para definir y estructurar el producto turístico asociado a la Leyenda de El Dorado.

Meta: Fortalecer 200 empresas del sector a través de procesos de acompañamiento en calidad, innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social

- Se fortalecieron 27 empresas del sector turístico (6 Agencias de Viaje y 21 establecimientos de alojamiento y hospedaje), a través de acompañamiento en el proceso de implementación de las normas técnicas sectoriales de sostenibilidad, dicho proceso consistió en el desarrollo de asesorías personalizadas y la realización de talleres con las siguientes temáticas: Introducción a la sostenibilidad y las normas técnicas sectoriales, Impactos de la actividad turística en las tres dimensiones de la sostenibilidad, Construcción de los programas de sostenibilidad, atención personalizada, validación matriz de aspectos e impactos, validación de la formulación de programas de sostenibilidad, gases efecto invernadero y sustancias agotadoras de la capa de ozono, monitoreo, seguimiento y mejora continua, emergencias y contingencias. Adicionalmente se abordó el componente de innovación de manera transversal a este proceso, y se realizaron visitas para la identificación de necesidades en las tres dimensiones de la sostenibilidad.

Meta: Capacitar 10000 prestadores de servicios turísticos y conexos en cultura turística

Fueron atendidos 2.156 prestadores de servicios turísticos y residentes en temas alusivos a turismo, reconocimiento de atractivos y potencial de la capital como destino turístico sostenible y competitivo de la siguiente forma:

- 1.106 conductores de taxi
- 711 prestadores entre empresarios, jóvenes y comunidad residente,
- 238 prestadores de servicios turísticos y complementarios sensibilizados en implementación de acciones para prevención de la Explotación Sexual Comercial de niños, niñas y adolescentes- ESCNNA en el contexto de viajes y turismo
- 101 personas asistentes al séptimo encuentro de Colegios Amigos del Turismo.

Meta: Acompañar 6 localidades en la implementación de actividades y procesos de fortalecimiento turístico

- Se acompañó el proceso de fortalecimiento en la localidad de La Candelaria, en lo que corresponde a la norma técnica sectorial de sostenibilidad; se desarrolló capacitación a los empresarios frente al requisito de la norma de sostenibilidad relacionado con la mejora continua incluyendo: procedimiento para el monitoreo y seguimiento a los programas de sostenibilidad, identificación de puntos de mejora, definición de acciones correctivas y su verificación, así mismo se diseñaron y socializaron los respectivos formatos de registro. Igualmente se capacitó en emergencias y contingencias incluyendo: legislación que aplica, variables a tener en cuenta, posibles amenazas, prevención, vulnerabilidad e identificación de potenciales emergencias.

En lo concerniente al proceso de acompañamiento a otras localidades en la implementación de actividades y procesos de fortalecimiento turístico, a través de la conformación y realización de Mesas de Competitividad Turística, se llevaron a cabo reuniones con las Alcaldías Locales obteniendo como resultado lo siguiente:

- Localidad de Santa fe: Realización de dos mesas de competitividad turística, en las cuales se trataron temas de fortalecimiento para el sector turístico, recuperación del espacio público - vendedores ambulantes y habitantes de calle en la Zona Hotelera. Realización de reunión con el sector hotelero de la localidad de Santa Fe, en el cual se trataron las problemáticas de la localidad y se adquirieron compromisos por parte de las entidades participantes.
- Localidad de Chapinero: Firma del Decreto N° 008 del 10 de agosto de 2016, por el cual se conformó la Mesa de Competitividad Turística de la localidad Dos (2) de Chapinero.

- Localidad La Candelaria: Firma del Decreto N° 009 del 19 de septiembre de 2016 por el cual se conformó la Mesa de Competitividad Turística de la localidad Diecisiete (17) La Candelaria.
- Articulación del sistema de gestión turística con las Alcaldía locales: Se desarrolló dicha articulación brindando asistencia técnica en todo lo referente a los programas y proyectos que ofrece el IDT para capacitar a los prestadores de servicios turísticos y fortalecer la cadena de valor del turismo.

Meta: Realizar 8 estudios de caracterización de oferta turística

- Como parte de los estudios de caracterización de oferta turística de Bogotá y/o del comportamiento de la demanda turística en la ciudad que adelanta el IDT, se realizó el Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje de Bogotá, para lo cual se ajustó la metodología, teniendo en cuenta las necesidades de las áreas misionales. Se censaron un total de 626 establecimientos de alojamiento y hospedaje, evaluando la operación real como establecimiento de alojamiento turístico, a aquellos que tienen el Registro Nacional de Turismo (RNT) vigente, logrando a partir de la operación en campo filtrar los establecimientos que no operan según la normatividad. De igual manera se adelantó un reconocimiento en campo, identificando también nuevas aperturas de establecimientos para el 2016 y 2017.
- Por otra parte se adelantaron los siguientes procesos: i) Caracterización de productos turísticos de Bogotá comercializados por las agencias de viaje en la ciudad. ii) Caracterización de los guías profesionales de turismo inscritos en la ciudad de Bogotá. iii) Aplicación de encuestas en eventos de ciudad para identificar el perfil y satisfacción de los asistentes, tanto residentes como turistas. iv) Revisión metodológica de la investigación de viajeros y realización del trabajo de campo entre los meses de julio y diciembre de 2016, aplicando periódicamente encuestas a viajeros en el Aeropuerto El Dorado y la Terminal de Transporte de Bogotá

Meta: Intervenir 5 atractivos turísticos de naturaleza y urbanos

- Se suscribió un Convenio de Asociación con la Empresa de Acueducto de Bogotá y la Asociación Amigos de la Montaña, con el propósito de fortalecer el sendero del río San Francisco-Roosevelt y la Quebrada La Vieja, a través de la implementación de infraestructura de servicios básica, capacitación e inclusión de comunidades y actores sociales interesados, elaboración de un modelo de administración para el sendero del río San Francisco-Roosevelt y validación y puesta en operación de estos atractivos turísticos.

Meta: Mantener 100 por ciento el sistema de señalización e infraestructura turística instalado en la ciudad de Bogotá

- Se realizaron visitas de campo para determinar los requerimientos de mantenimiento de las señales turísticas instaladas. Se llevó a cabo el proceso de selección con el fin de realizar el mantenimiento preventivo y correctivo de la señalización turística peatonal instalada en zonas urbanas y rurales de la ciudad de Bogotá.

Meta: Fortalecer 100 por ciento el sistema de información turística de Bogotá

- Se fortaleció el Sistema de Información Turística de Bogotá (SITBOG), llevando a cabo actividades de diagnóstico que permitieran identificar oportunidades de mejora y falencias del portal para optimizar su funcionalidad; mediante la organización de la información publicada como también de los menús de navegación.
- Organización, actualización y publicación de la información de oferta turística de la ciudad, elaboración y publicación de boletines mensuales de estadísticas de turismo, logrando complementar el sistema de información con datos vigentes, permitiendo una óptima consulta por parte del usuario.

Proyecto de inversión: 1038 - Fortalecimiento institucional del IDT

Si bien las metas de este proyecto no intervienen directamente con la población priorizada para la vigencia, sus acciones repercuten en los bienes y servicios que la entidad entrega a la ciudadanía. Su condición es de transversalidad.

Meta: Atender 100 por ciento las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad

- En el marco del seguimiento a la prestación de servicios de apoyo a la gestión, se realizaron las contrataciones necesarias para apoyar la gestión de los procesos de las áreas Jurídica, Comunicaciones, Gestión Corporativa y Planeación y Sistemas.

Meta: Implementar y mantener 100 por ciento el Sistema Integrado de Gestión de la entidad

- Se cuenta con los elementos del SIG aprobados por la Alta Dirección: Plataforma Estratégica, Política Integral del SIG, Mapa de procesos y Plan de acción anual Ambiental.
- Se realizó seguimiento a los mapas de riesgo de gestión y corrupción de todos los procesos. Se realizaron jornadas de socialización de los elementos del SIG. Se elaboraron los informes de seguimiento a la implementación de los Programas

Ambientales, de seguimiento a la implementación del SIG, de Participación Ciudadana y Control Social, de riesgos, de seguimiento Plan Gerencial del SIG.

Meta: Atender 100 por ciento las necesidades de infraestructura tecnológica del IDT

- Se garantizó el correcto funcionamiento de la infraestructura tecnológica del IDT, a través de las siguientes acciones: ampliación de la capacidad de la infraestructura tecnológica, actualización del mapa informático del IDT, ampliación de la cantidad de IP públicas para los aplicativos en desarrollo relacionados con la promoción del turismo en la ciudad, optimización de la conexión a internet en los 9 Puntos de Información Turística, instalación de un MIFI en Monserrate para brindar internet al punto de información turística, Realización de procesos de contratación para la adquisición de licencias antivirus para los equipos y servidores de la entidad, custodia de información, mantenimiento preventivo y correctivo de servidores, impresoras, tablets y escaners.

3.4 PRESUPUESTO ASIGNADO POR META DE PROYECTO DE INVERSIÓN

PDD “Bogotá Humana”

Proyecto de inversión 731 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado
1	Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados	\$ 1.069,17
3	Crear 200 empresas del turismo para el próximo cuatrienio	\$ 126,53
4	Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad	\$ 0,00
8	Realizar 15 investigaciones para la medición de la oferta y la demanda turística de Bogotá Región	\$ 992,22
Total		\$ 2.187,92



Proyecto de inversión 740 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado
1	Formar 23118 personas en amor y apropiación por la ciudad	\$ 113,61
3	Realizar 3794 recorridos turísticos peatonales	\$ 0,00
4	Atender 1000000 consultas a través de los puntos de información turística de Bogotá	\$ 1.012,88
11	Implementar en 20 colegios públicos el programa nacional Colegios Amigos del Turismo	\$ 58,85
14	Realizar 260 actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	\$ 336,50
22	Desarrollar 4 estrategias de promoción y mercadeo en el marco de las campañas de promoción turística.	\$ 222,85
23	Realizar 180 mantenimientos correctivos y o preventivos a las señales turísticas del centro histórico y el centro internacional.	\$ 0,00
Total		\$ 1.744,67

Proyecto de inversión 712 - Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado
1	Implementar y certificar 5 subsistemas del Sistema Integrado de la entidad	\$ 158,90
2	Mantener 100 % de los sistemas certificados	\$ 1.401,38
4	Proveer 100 % de los elementos de tecnología y de plataforma tecnológica.	\$ 172,17
Total		\$ 1.732,45





PDD “Bogotá Mejor Para Todos”

Proyecto de inversión 0988 - Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado
1	Participar y/o realizar 250 actividades de promoción y posicionamiento turístico	\$ 177,14
2	Atender 900000 personas a través de la red de información turística	\$ 853,39
Total		\$ 1.030,53

Proyecto de inversión 1036 - Bogotá destino turístico competitivo y sostenible

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado
1	Fortalecer y mantener 5 productos turísticos de Bogotá	\$ 355,60
2	Fortalecer 200 empresas del sector a través de procesos de acompañamiento en calidad, innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social	\$ 163,91
4	Capacitar 10000 prestadores de servicios turísticos y conexos en cultura turística	\$ 186,30
5	Acompañar 6 localidades en la implementación de actividades y procesos de fortalecimiento turístico	\$ 13,64
7	Realizar 8 estudios de caracterización de oferta turística	\$ 204,13
9	Intervenir 5 atractivos turísticos de naturaleza y urbanos	\$ 150,00
10	Mantener 100 por ciento el sistema de señalización e infraestructura turística instalado en la ciudad de Bogotá.	\$ 111,00
12	Fortalecer 100 por ciento el sistema de información turística de Bogotá	\$ 50,49
Total		\$ 1.235,08





Proyecto de inversión 1038 - Fortalecimiento institucional del IDT

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado
1	Atender 100 por ciento las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad	\$ 202,86
2	Implementar y mantener 100 por ciento el Sistema Integrado de Gestión de la entidad	\$ 2,68
4	Atender 100 por ciento las necesidades de infraestructura tecnológica del IDT	\$ 46,82
Total		\$ 252,35

3.5 PRESUPUESTO EJECUTADO POR META DE PROYECTO

PDD “Bogotá Humana”

Proyecto de inversión 731 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado	Ejecutado	Giros
1	Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados	\$ 1.069,17	\$ 1.044,78	\$ 739,33
3	Crear 200 empresas del turismo para el próximo cuatrienio	\$ 126,53	\$ 126,53	\$ 112,08
4	Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
8	Realizar 15 investigaciones para la medición de la oferta y la demanda turística de Bogotá Región	\$ 992,22	\$ 962,55	\$ 866,27
Total		\$ 2.187,92	\$ 2.133,85	\$ 1.717,69





Proyecto de inversión 740 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado	Ejecutado	Giros
1	Formar 23118 personas en amor y apropiación por la ciudad	\$ 113,61	\$ 113,61	\$ 89,87
3	Realizar 3794 recorridos turísticos peatonales	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
4	Atender 1000000 consultas a través de los puntos de información turística de Bogotá	\$ 1.012,88	\$ 1.012,88	\$ 872,76
11	Implementar en 20 colegios públicos el programa nacional Colegios Amigos del Turismo	\$ 58,85	\$ 58,85	\$ 47,62
14	Realizar 260 actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	\$ 336,50	\$ 333,45	\$ 306,40
22	Desarrollar 4 estrategias de promoción y mercadeo en el marco de las campañas de promoción turística.	\$ 222,85	\$ 189,89	\$ 181,46
23	Realizar 180 mantenimientos correctivos y o preventivos a las señales turísticas del centro histórico y el centro internacional.	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total		\$ 1.744,67	\$ 1.708,67	\$ 1.498,10

Proyecto de inversión 712 - Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado	Ejecutado	Giros
1	Implementar y certificar 5 subsistemas del Sistema Integrado de la entidad	\$ 158,90	\$ 158,90	\$ 154,23
2	Mantener 100 % de los sistemas certificados	\$ 1.401,38	\$ 1.382,92	\$ 1.358,94
4	Proveer 100 % de los elementos de tecnología y de plataforma tecnológica.	\$ 172,17	\$ 172,17	\$ 163,70
Total		\$ 1.732,45	\$ 1.713,99	\$ 1.676,87



PDD “Bogotá Mejor Para Todos”

Proyecto de inversión 0988 - Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado	Ejecutado	Giros
1	Participar y/o realizar 250 actividades de promoción y posicionamiento turístico	\$ 853,39	\$ 853,27	\$ 275,19
2	Atender 900000 personas a través de la red de información turística	\$ 177,14	\$ 157,83	\$ 100,97
Total		\$ 1.030,53	\$ 1.011,11	\$ 376,17

Proyecto de inversión 1036 - Bogotá destino turístico competitivo y sostenible

Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado	Ejecutado	Giros
1	Fortalecer y mantener 5 productos turísticos de Bogotá	\$ 355,60	\$ 355,40	\$ 99,51
2	Fortalecer 200 empresas del sector a través de procesos de acompañamiento en calidad, innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social	\$ 163,91	\$ 163,91	\$ 35,12
4	Capacitar 10000 prestadores de servicios turísticos y conexos en cultura turística	\$ 186,30	\$ 186,30	\$ 12,13
5	Acompañar 6 localidades en la implementación de actividades y procesos de fortalecimiento turístico	\$ 13,64	\$ 13,64	\$ 9,10
7	Realizar 8 estudios de caracterización de oferta turística	\$ 204,13	\$ 190,97	\$ 23,46
9	Intervenir 5 atractivos turísticos de naturaleza y urbanos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 23,01
10	Mantener 100 por ciento el sistema de señalización e infraestructura turística instalado en la ciudad de Bogotá.	\$ 111,00	\$ 111,00	\$ 0,00
12	Fortalecer 100 por ciento el sistema de información turística de Bogotá	\$ 50,49	\$ 49,94	\$ 34,62
Total		\$ 1.235,08	\$ 1.221,16	\$ 236,94

Proyecto de inversión 1038 - Fortalecimiento institucional del IDT

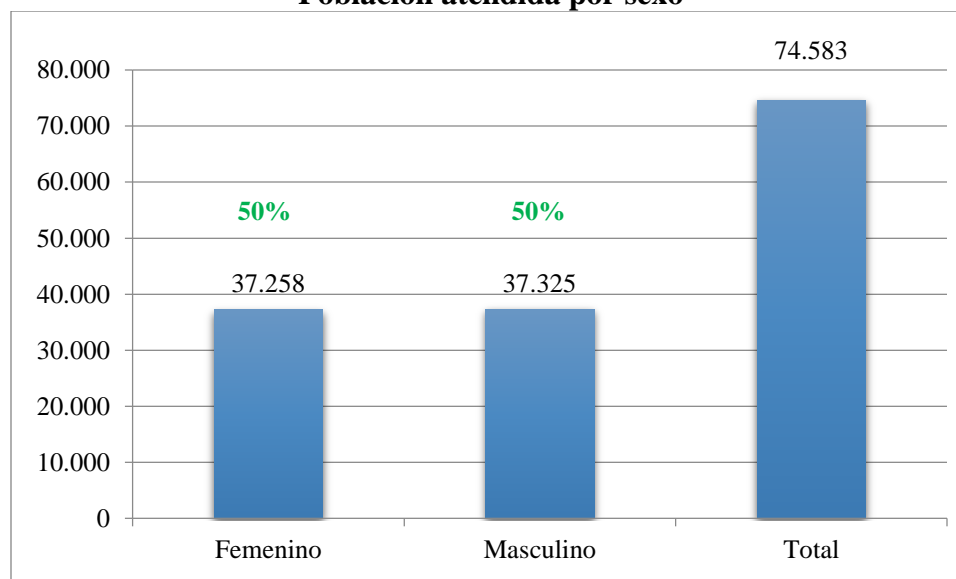
Cifras en millones de \$

No. SEGPLAN	Meta	Presupuesto programado	Ejecutado	Giros
1	Atender 100 por ciento las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad	\$ 202,86	\$ 189,45	\$ 143,95
2	Implementar y mantener 100 por ciento el Sistema Integrado de Gestión de la entidad	\$ 2,68	\$ 2,68	\$ 0,00
4	Atender 100 por ciento las necesidades de infraestructura tecnológica del Idt	\$ 46,82	\$ 46,82	\$ 25,39
Total		\$ 252,35	\$ 238,95	\$ 169,34

4. RESULTADOS EN LA TRANSFORMACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

El total de población atendida en el marco del problema identificado fue de 80.169 personas. Si bien, en comparación con el total de la población de Bogotá el porcentaje es del 1%, en términos de la población priorizada para el cuatrienio el porcentaje fue del 9% y con respecto a la población priorizada para la vigencia 2016 del 86%.

Población atendida por sexo

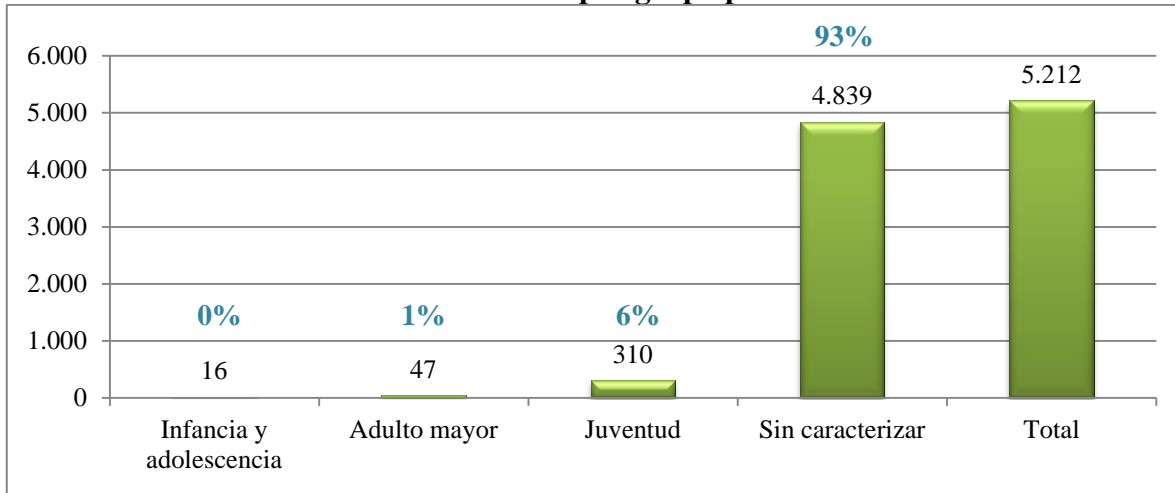


De la población atendida por variable sexo (74.583 personas), el porcentaje de hombres y de mujeres fue del 50% respectivamente. Los programas a través de los cuales se atendió población con esta focalización corresponden a cultura turística con 2.156 personas de las cuales 1.505 (70%) fueron hombres y 651 (30%) mujeres y atención en los Puntos de



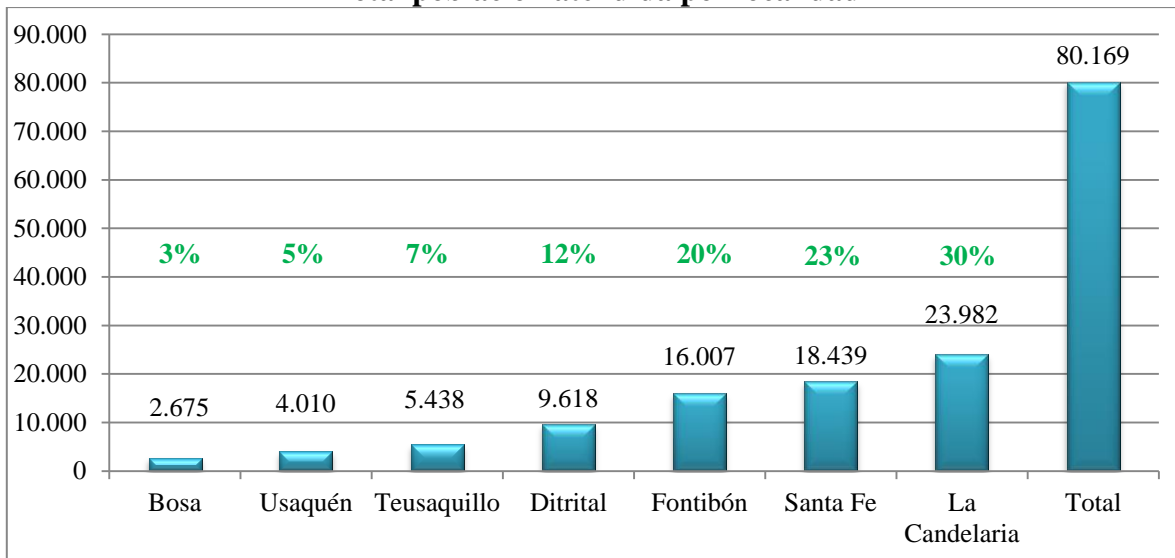
información turística de Bogotá con 72.427 personas de la cuales 36.607 (51%) fueron mujeres y 35.820 (49%) hombres. Lo anterior, evidencia aspectos como equidad e igualdad en la prestación de los servicios por parte del IDT.

Personas atendidas por grupo poblacional



A través del programa de cultura se atendieron personas por grupos poblacionales. El grupo poblacional más representativo, corresponde a los jóvenes con el 6%. Sin embargo el 93% de las personas atendidas no registró ningún parámetro de población.

Total población atendida por localidad



El 30% de la población atendida corresponde a la localidad de la Candelaria, seguida de la localidad Santa Fe con 23%. Estas localidades contienen las zonas de interés turístico más representativas de la ciudad.



El programa cultura turística está orientado a la sensibilización de personas residentes en Bogotá sobre la importancia del turismo, la apropiación y el amor por la capital

Beneficios:

- Contribución a que los ciudadanos reconozcan la ciudad como el primer destino turístico de Colombia.
- Actualización de conocimientos y aporte de elementos que permitan a las personas que usualmente entran en contacto con el turista contar con una información actualizada del sector en la ciudad.
- Fortalecimiento de las capacidades de los ciudadanos para ser excelentes anfitriones de ciudad, a partir de su apropiación del territorio, y del reconocimiento de los visitantes como sujetos que aportan a la revitalización permanente de la ciudad.
- Entrega a la ciudadanía en general y a grupos específicos relacionados con la actividad turística, de información sobre el turismo, su estructura, sus potencialidades para generar desarrollo y sobre las mejores prácticas para hacerlo de una manera sostenible y responsable.
- Contribución en el fortalecimiento de una cultura turística que se traduzca en comportamientos ciudadanos y empresariales, acordes con el carácter turístico de la ciudad, en el marco de una cultura ciudadana.

Por su parte, la red de Información Turística se ha consolidado a lo largo del tiempo como una de las herramientas más importantes para la atención de los turistas nacionales y extranjeros, así como una forma en que los residentes de Bogotá redescubren la ciudad a través de la participación en las diferentes modalidades de recorridos gratuitos que se ofrecen desde los puntos de información turística; gracias a ello se la logrado cambiar la percepción que los mismos habitantes de Bogotá tienen sobre el destino, generando un sentido de apropiación, pertenencia y respeto frente a una ciudad con una gran diversidad de opciones que promueven el disfrute de las artes, la cultura y el patrimonio material e inmaterial, la moda, los negocios, el entretenimiento, el ocio y el tiempo libre.

Ante el creciente flujo de turistas nacionales y extranjeros, el panorama es aún más alentador ya que al ser los principales receptores de turistas en Colombia, la ciudad se ha logrado posicionar de tal manera que cada vez son más quienes se animan a visitarla, superando en muchos casos temores infundados que no se corresponden con la realidad de una ciudad vibrante, cosmopolita multicultural. De tal suerte que hoy en día somos un destino obligado, pero de feliz tránsito para los turistas que se animan a recorrer Latinoamérica, siendo también uno de los que genera los recuerdos más memorables a quienes después de aventurarse a evidenciar por si mismos la riqueza de Bogotá se convierten en emisarios de una nueva realidad, que se transmite a través de sus amigos y familiares.

En tal medida, la red de Información turística del IDT, es uno de los Pilares fundamentales que dan cuenta del arduo trabajo que se adelanta en la entidad en aras de seguir haciendo de Bogotá uno de los destinos más atractivos para el turismo en la región derivando en ingresos que generan una importante activación de la cadena productiva del turismo y un impulso para una economía en creciente expansión mediante actividades cuyo impacto sobre el entorno sociocultural y ambiental es mínimo y mayormente positivo en correspondencia con las tendencias mundiales de sostenibilidad ambiental, así como la valoración y el respeto a la diversidad cultural de todos los pueblos.

Finalmente, el trabajo técnico desarrollado sobre cada una de las tipologías de turismo dio como resultado la definición y ejecución de estrategias específicas encaminadas a fortalecer la propuesta de valor de cada producto turístico, que comprende de manera integral:

- Formación especializada para empresarios, comunidad y demás actores vinculados al producto.
- Caracterización y estrategia documentada.
- Actualización de inventarios turísticos para identificar nuevos recursos.
- Actualización de fotografías de atractivos y eventos del producto.
- Elaboración de estudios de mercado, oferta y demanda.
- Planes de trabajo con la comunidad vinculada a los atractivos y eventos del producto.
- Constitución de mesas técnicas de producto turístico.
- Adecuación, valoración y apropiación de atractivos turísticos y eventos.
- Desarrollo e implementación de un modelo de señalización turística para espacios urbanos y rurales de la ciudad.
- Definición de rutas temáticas con sus respectivos guiones de operación e interpretación.
- Validación de producto en los mercados y canales de distribución potenciales.
- Publicaciones impresas y digitales de catálogos de producto, protocolos de actuación y guías turísticas especializadas.

El diseño y posicionamiento de productos turísticos para la ciudad, la realización de actividades en el marco de Bogotá región, el fortalecimiento empresarial y la capacitación de prestadores de servicios, ha contribuido significativamente a generar las condiciones necesarias para el posicionamiento de Bogotá como destino turístico, competitivo, sostenible y accesible, contribuyendo así al desarrollo económico de la ciudad, minimizando la problemática identificada desde el punto de vista social.

5. OBSERVACIONES

Ninguna