



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

1. IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	988 Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos
Versión	21 del 25-OCTUBRE-2017

Banco	BDPP-ACEP (ADMINISTRACION CENTRAL Y ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS)
Estado	INSCRITO el 13-Junio-2016, REGISTRADO el 01-Septiembre-2016
Tipo de proyecto	Servicios
Etapas del proyecto	Operación

2. CLASIFICACION EN LA ESTRUCTURA DEL PLAN DE DESARROLLO

Plan de Desarrollo	5 Bogotá mejor para todos
Pilar o Eje transversal	05 Eje transversal Desarrollo económico basado en el conocimiento
Programa	37 Consolidar el turismo como factor de desarrollo, confianza y felicidad para Bogotá Región

3. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El 20 de abril de 2016 se realizó un taller participativo con los diferentes actores de la cadena del turismo, teniendo las siguientes conclusiones y/o aportes:

Respecto a posicionamiento de ciudad, se hizo énfasis en temas de promoción en medios de comunicación, trabajar la marca Bogotá, merchandising en aeropuerto, generación de contenidos audiovisuales, generación de ruta navideña, rutas gastronómicas, culturales, sensibilización del destino Bogotá a nivel nacional e internacional.

En lo que respecta al fortalecimiento de la red de información turística se recibió observaciones respecto a ampliación de la cantidad de puntos turísticos, fortalecimiento de pantallas interactivas, manejo de diferentes idiomas a quienes atienden público, folletos especializados, material con información de empresa privada en puntos, generar mapas de Bogotá ¿ Región, inversión en aplicaciones y sistemas de información modernos equivalentes a los existentes a nivel mundial.

4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

El turismo en Bogotá ha tenido un comportamiento positivo en los últimos años como lo evidencian las cifras que según el Observatorio de Turismo del IDT, en 2015 se registró la visita de 8.551.365 turistas de los cuales 7.283.960 fueron turistas nacionales (85%) y 1.267.405 (15%) fueron turistas internacionales, siendo Bogotá la principal ciudad receptora de turismo internacional en Colombia recibiendo la mitad del turismo internacional que a nivel de distribución presenta un 43% del turismo internacional que llega por motivos vacacionales y 26% corresponde a trabajo, negocios y asistencia a eventos.

Hace casi más de una década la ciudad no era considerada un destino turístico y la imagen de Bogotá era la de una ciudad fría, poco amable, sucia, desordenada, congestionada y aburrida. Los cambios logrados conjuntamente con el sector privado y la institucionalidad del sector turismo en general, han permitido que la capital avance en su progreso integral como ciudad, mejorando los indicadores que respaldan su potencialidad para el desarrollo del turismo como el impulso de las actividades económicas, la realización de ferias y eventos especializados y una nueva oferta hotelera teniendo en cuenta que se cuenta con 599 establecimientos de alojamiento y hospedaje.

Bogotá no es lo suficientemente conocida como destino turístico por parte de residentes ni de visitantes. Tampoco figura en el imaginario de posibles visitantes como un destino de interés, pues hay otros más posicionados, con características iguales o incluso mejores. Esto conlleva a la necesidad de promocionar los productos turísticos, en muchos casos, aún por ejecutarse en la ciudad, a pesar de tener ya algunos identificados, tales como negocios, salud, compras, cultura, religión, gastronomía, lujo, etc. El turismo requiere contar con una información de calidad y oportuna, a disposición de los usuarios actuales y potenciales.

Conforme a la Declaración de Estambul de la Organización Mundial del Turismo sobre Turismo Urbano (2012), el turismo es un factor muy importante en todas las políticas relacionadas con el desarrollo urbano, no es sólo una estrategia para ofrecer un producto competitivo para satisfacer las expectativas de los visitantes, sino una manera de desarrollar la propia ciudad y ofrecer más y mejores condiciones de infraestructura y de vida de los residentes. Además, es una herramienta poderosa para potenciar, aplicar y proyectar una imagen de marca coherente en beneficio de todos los servicios y actividades que ofrece la ciudad y por lo tanto propender a través del turismo, por generar importantes ingresos y valor agregado a sus residentes, así como la atención al turista con calidad, entendiendo por calidad el conocimiento, el



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	988 Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos
Versión	21 del 25-OCTUBRE-2017

bilingüismo y el servicio entre otras.

Aunque los programas desarrollados han permitido dar a conocer en una pequeña escala las fortalezas y cualidades de Bogotá para el turismo, se hace necesario establecer una estrategia orientada a consolidar la ciudad como un verdadero destino turístico para aunar esfuerzos en materia de promoción, divulgación e información turística de calidad, con el fin de posicionar una imagen favorable en el ámbito local, nacional e internacional.

En ciertas temporadas del año incluyendo los fines de semana la ocupación hotelera refleja baja ocupación; la ocupación hotelera entre semana (de lunes a jueves) oscila entre porcentajes cercanos al 60% y durante los fines de semana (viernes a domingo) descienda a niveles cerca del 42%, según cifras del observatorio de turismo.

Así mismo para la temporada de navidad después del 16 de diciembre, el sector turístico disminuye sus ingresos considerablemente porque baja el número de visitantes internacionales, nacionales y locales, y después del 24 de diciembre los visitantes extranjeros, nacionales y locales, eligen otros destinos afectando los ingresos del sector turístico.

Si bien la imagen de la capital ha mejorado -la ciudad se ha destacado por sus premios, reconocimientos y logros-, es necesario dar a conocer la verdadera imagen turística y las atracciones de la misma por medio de acciones dirigidas al público en general y a segmentos específicos, teniendo en cuenta que Bogotá compite con importantes ciudades de América Latina, lo cual exige precisas estrategias de promoción. Los conceptos de estas acciones de divulgación a través de programas y campañas de promoción turísticas, deben guardar coherencia con los lineamientos de la administración central y con las estrategias del Plan de Promoción y Mercadeo Turístico de la ciudad.

En este sentido, el reto de Bogotá, es facilitar a través del turismo el ejercicio del derecho a la ciudad, como un destino que ofrece propuestas innovadoras, accesibles y competitivas para el disfrute de sus atractivos, de sus servicios, del espacio público, de su cultura, de sus eventos y demás atributos que ofrece Bogotá y la región para satisfacer de manera responsable y sostenible las diversas motivaciones de los turistas durante su permanencia en la ciudad.

Ahora bien, a nivel distrital y de política pública la articulación entre el sector de desarrollo económico y el turismo se hace necesaria en las siguientes esferas:

- Encadenamientos productivos de proveedores locales de bienes y servicios con las empresas del sector.
- Formación del recurso humano.
- Fuentes de cofinanciación y financiación para emprendimientos, pequeñas y medianas empresas.
- Procesos de certificación en calidad y sostenibilidad de la prestación de servicios turísticos.
- Promoción de ciudad para la atracción de inversión en el sector y más turistas, además de mercadeo o comercialización sus productos turísticos.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto busca definir y ejecutar planes, programas y proyectos de promoción turística con miras a posicionar a Bogotá como destino turístico a través de la divulgación de su oferta turística, a fin de atraer visitantes a nivel nacional e internacional. El proyecto se centra en las acciones promocionales y de comunicación externa en donde será fundamental el desarrollo de campañas de promoción que resalte los valores turísticos de la ciudad y que en algunos casos deberá involucrar temporadas específicas como, Bogotá Fin de Semana, Navidad, entre otras. Esto constituye un elemento generador de desarrollo económico en diferentes sectores empresariales, así como dar conocer las posibilidades turísticas que ofrece Bogotá - que antes eran desconocidas- tales como las temáticas de compras, rumba, gastronomía, diversión y cultura.

Dentro de las acciones de divulgación y promoción de la ciudad como destino turístico, el IDT implementará nuevas estrategias para el mercado nacional como internacional, con un componente adicional referente a fomentar el sentido de apropiación entre los residentes.



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	988 Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos
Versión	21 del 25-OCTUBRE-2017

En concordancia con el Plan Distrital de Desarrollo Bogotá Mejor para Todos, se desarrollarán estrategias para promocionar productos turísticos priorizados como:

-Turismo de negocios y eventos: Se trabajará con el clúster de negocios para potenciar este nicho de mercado y convertir a Bogotá en destino estratégico del mismo a nivel nacional e internacional, y generar el vínculo de complementariedad con los otros tipos de turismo en Bogotá-Región.

-Turismo cultural: Se fortalecerá la oferta de patrimonio cultural y se trabajará por la especialización y difusión de la oferta gastronómica de la capital, los procesos de recuperación y promoción del legado literario e idiomático, el fortalecimiento de los atractivos religiosos de la ciudad, y poner en valor los procesos de la cultura muisca en la ciudad.

-Turismo de naturaleza: Buscará desarrollar productos especializados como ecoturismo, avistamiento de aves y trekking, a partir de la recuperación y conservación de los atractivos naturales de la ciudad, que hacen parte especialmente del Sistema Distrital de Áreas Protegidas, como los son los cerros orientales, los parques metropolitanos, los humedales y el río Bogotá. Así mismo, se buscará generar turismo rural a partir de los procesos agrarios y de vida campesina presentes y de gran importancia para la ciudad-región.

-Turismo de salud y bienestar: Se trabajará con el clúster de salud de Bogotá para fomentar el su desarrollo y promoción para posicionar a la ciudad como destino a nivel mundial de este tipo de turismo especializado.

Además se buscará el aprovechamiento de nuevas oportunidades que se generen a partir de las tendencias del mercado, tales como el turismo urbano, gastronómico, rural y comunitario, y las derivadas de las temporadas y ocasiones que atraen turismo a la ciudad como los grandes eventos, festivales o la navidad.

Para esta promoción se potencializaran herramientas de mercadeo y promoción que se emplean en el sector, con la participación y o realización de actividades de promoción y posicionamiento turístico del destino tales como: Ferias especializadas en turismo, viajes de familiarización para agentes de viajes y periodistas, workshop, activaciones, capacitaciones de destinos nacionales e internacionales.

Además se implementarán nuevas tecnologías de información y de comunicación que permitirán la inclusión de estas a la promoción de los atractivos turísticos y el desarrollo de plataformas que permitan que la ciudad cuente con espacios para la exposición de su principal oferta turística. El desarrollo de estas actividades consideran la cooperación nacional e internacional, las alianzas público privadas y cualquier otro mecanismo que genere valor para el posicionamiento de Bogotá región como destino turístico.

6. OBJETIVOS

Objetivo general

- 1 Posicionar a Bogotá como destino turístico a través de la divulgación de su oferta y productos turísticos con el fin de atraer visitantes a nivel nacional e internacional y mejorar la imagen de la ciudad, generando desarrollo, confianza y felicidad para todos.

Objetivo(s) específico(s)

- 1 Ejecutar iniciativas de promoción de ciudad como destino turístico, con el fin de dar a conocer su oferta y fortalecer el reconocimiento y apropiación de la marca Bogotá.
- 2 Contribuir al desarrollo económico de la ciudad a través de acciones de promoción que estimulen al visitante de negocios y al turista en general, a extender su permanencia en la capital hasta el fin de semana y/o temporadas vacacionales.
- 3 Fortalecer la red distrital de información turística de Bogotá para posicionar a Bogotá como ciudad líder en servicios de información turística.



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	988 Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos
Versión	21 del 25-OCTUBRE-2017

7. METAS

(La programación de la meta se encuentra en el Plan de Acción - Componente de inversión de la Entidad)

No.	Proceso	Magnitud	Unidad de medida	Descripción
Meta(s) del Plan de Desarrollo vigente (ver ítem 2. Clasificación)				
1	Participar y/o realizar	250.00	actividades	de promoción y posicionamiento turístico
2	Atender	900,000.00	personas	a través de la red de información turística
3	Diseñar e implementar	100.00	porcentaje	una estrategia con herramientas digitales y de nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo de Bogotá

8. COMPONENTES

MILLONES DE PESOS DE 2017

Descripción	Presupuesto					Total
	2016	2017	2018	2019	2020	
Dotación	932	3,177	2,404	2,430	2,430	11,373
Talento humano	119	1,543	1,615	2,354	2,666	8,297

9. FLUJO FINANCIERO

CIFRAS EN MILLONES DE PESOS DEL AÑO 2017

HORIZONTE REAL DEL PROYECTO (años) 5

Ejecutado Planes anteriores	2017					Total Proyecto
	2016	2017	2018	2019	2020	
\$0	\$1,051	\$4,720	\$4,019	\$4,784	\$5,096	\$19,670

10. POBLACION OBJETIVO

Año	Grupo de etario	Hombres	Mujeres	Total	Descripción
2016	z. Grupo etario sin definir	N/A	N/A	13,900,722	Todos los residentes de Bogotá- Región
2017	z. Grupo etario sin definir	N/A	N/A	13,900,722	Todos los residentes de Bogotá- Región
2018	z. Grupo etario sin definir	N/A	N/A	13,900,722	Todos los residentes de Bogotá- Región
2019	z. Grupo etario sin definir	N/A	N/A	13,900,722	Todos los residentes de Bogotá- Región
2020	z. Grupo etario sin definir	N/A	N/A	13,900,722	Todos los residentes de Bogotá- Región

11. LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA

Código Descripción localización

- 01 Usaquen
- 03 Santa Fe
- 07 Bosa
- 09 Fontibon
- 10 Engativa
- 13 Teusaquillo
- 17 La Candelaria
- 77 Distrital
- 98 Regional

12. ESTUDIOS QUE RESPALDAN LA INFORMACION BASICA DEL PROYECTO

Estudio	Nombre entidad estudio	Fecha estudio
---------	------------------------	---------------



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad 221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto 988 Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos
Versión 21 del 25-OCTUBRE-2017

Estudio	Nombre entidad estudio	Fecha estudio
1 Plan de mercadeo Turístico	Instituto Distrital de Turismo	30-12-2009
2 Investigación viajeros	Instituto Distrital de Turismo	30-12-2015
3 Política Distrital de Turismo	Secretaría de Desarrollo Económico	30-12-2008
4 Inventario de atractivos turísticos	Instituto Distrital de Turismo	30-12-2010

13. PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL - ESTRATEGIAS

14. PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL - PLANES MAESTROS

POT - Decreto 190/2004
Sin asociar

15. OBSERVACIONES

Ninguna

16. GERENCIA DEL PROYECTO

Nombre Maria Catalina Serna Saiz
Area Subdirección de Promoción y Mercadeo
Cargo Subdirectora
Correo maria.serna@idt.gov.co
Teléfono(s) 2170711

17. CONCEPTO DE VIABILIDAD

ASPECTOS A REVISAR:

- ¿Cumple con los lineamientos para la elaboración del documento "Formulación y Evaluación de Proyectos"? SI
- ¿Es coherente la solución que plantea el proyecto con el problema o situación que se pretende solucionar? SI
- ¿Es competencia de la entidad / localidad ejecutar este tipo de proyectos? SI
- ¿Es concordante el proyecto con los lineamientos y políticas del Plan de Desarrollo Distrital? SI
- ¿Se valoraron los aportes de la ciudadanía en la formulación del proyecto? SI



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL

Banco Distrital de Programas y Proyectos

Ficha de Estadística Básica de Inversión Distrital EBI-D

IDENTIFICACION

Entidad	221 Instituto Distrital de Turismo
Proyecto	988 Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos
Versión	21 del 25-OCTUBRE-2017

CONCEPTO Y SUSTENTACIÓN:

¿El concepto es favorable SI

Sustentación:

El proyecto de inversión 988 "Turismo como generador de desarrollo confianza y felicidad para todos", se formuló teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por la Secretaría Distrital de Planeación contenidos en el documento "Manual para la formulación y operación del banco distrital de programas y proyectos", identificando claramente el problema a resolver, justificación del proyecto, descripción del proyecto y solución del mismo, entre otros. Así mismo, las metas establecidas cumplen con características como: proceso, magnitud, unidad de medida y descripción, permitiendo que sean medibles, realizables y verificables. Este proyecto de inversión del Instituto Distrital de Turismo, se enmarca en el Plan de Desarrollo "Bogotá mejor para todos" 2016 - 2020 y se ubica en el segundo eje transversal "Desarrollo económico basado en el conocimiento", programa "Consolidar el turismo como factor de desarrollo, confianza y felicidad para Bogotá Región".

RESPONSABLE CONCEPTO:

Nombre	Jose Gerardo Vargas Perdomo
Area	Planeacion y sistemas
Cargo	Asesor
Correo	gerardo.vargas@idt.gov.co
Teléfono	2170711
Fecha del concepto	13-JUN-2016

OBSERVACIONES DEL CONCEPTO:

Ninguna