



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



**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO**

**INFORME EJECUTIVO DE LA GESTIÓN 2017**

**Bogotá, D. C., Enero de 2018**

## TABLA DE CONTENIDO

### 1. INTRODUCCIÓN

### 2. PRINCIPALES LOGROS

#### 2.1 GESTIÓN DE DESTINO

2.1.1. Fortalecimiento de productos turísticos de Bogotá

2.1.2. Fortalecimiento de empresas del sector turístico

2.1.3. Formación de líderes del sector, a través de procesos en liderazgo, gestión del desarrollo turístico, bilingüismo, entre otros

2.1.4. Capacitación a prestadores de servicios turísticos y conexos, en cultura turística

2.1.5. Acompañamiento a localidades

2.1.6. Intervención de atractivos turísticos

2.1.7. Mantenimiento del sistema de señalización e infraestructura turística

2.1.8. Gestión de información turística

#### 2.2 PROMOCIÓN DE CIUDAD

2.2.1. Red de información Turística

2.2.2. Actividades de promoción y posicionamiento turístico

### 3. PRESUPUESTO DE GASTOS

## 1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Distrital de Turismo – IDT, entidad pública del orden distrital fue creado en el año 2007 con dos propósitos: i) estimular el desarrollo económico de Bogotá a través de la promoción de la actividad turística y ii) promover las mejores condiciones de sostenibilidad y competitividad de la ciudad como destino turístico.

Con la creación del IDT empezó a reconocerse la importancia del turismo como sector jalonador de desarrollo económico y social para Bogotá, en consonancia con la apuesta del gobierno nacional para potenciar al turismo como eje de desarrollo económico en Colombia, por su contribución al empleo y como fuente de divisas, así como también como uno de los sectores de servicios más dinámicos de la economía que hace un uso intensivo de mano de obra y mantiene numerosos vínculos con otros importantes segmentos de la economía.

En 2017 el flujo de viajeros extranjeros a Bogotá presentó el mayor crecimiento con un incremento del 18%, respecto al año 2016. Con relación al 2015, el aumento llegó al 24% y comparado con el 2014, el incremento fue del 40%.

El incremento de extranjeros, que se hospedaron en la ciudad, tuvo notoriedad en el segundo semestre del año, especialmente en el periodo de septiembre a diciembre, cuando la variación porcentual fue superior al 24%, en comparación con el comportamiento presentado en los mismos meses del año 2016.

En el mes de diciembre de 2017, el número de turistas extranjeros que llegaron a la ciudad alcanzó la cifra récord de 147 mil visitantes. Lo anterior significa un aumento aproximado del 30% con respecto al mismo mes de 2016, un aumento del 37% con relación a 2015 y del 47% con respecto a diciembre de 2014. Por lo tanto, es posible afirmar que en 2017, el turismo en Bogotá mostró su mayor crecimiento de los últimos 4 años.

Competir en turismo con destinos nacionales e internacionales no es tarea fácil, para ello se requiere creatividad, fortalecer la cadena de valor del sector y renovar los atractivos a partir de la innovación y la realización de eventos, reuniones y convenciones que permitan promocionar la ciudad en escenarios nacionales e internacionales.

Sin duda, Bogotá es el destino más atractivo del país, no en vano, el 47.7% del turismo internacional que llega a Colombia visita nuestra ciudad, gracias a que la capital es líder en conectividad aérea internacional con 44 rutas directas con 26 países y 728 frecuencias semanales



y 1.935 frecuencias semanales en rutas domésticas y el Aeropuerto El Dorado es el No.1 en Suramérica. Su oferta hotelera registra 824 establecimientos de alojamiento, 26.000 habitaciones y la presencia de 46 cadenas hoteleras internacionales, además cuenta con la mejor infraestructura para eventos a todo nivel.

El respaldo de los gobiernos nacional y distrital han permitido la creación de una infraestructura acorde con las exigencias del mercado, buscando mejorar las condiciones de competitividad del sector impulsando proyectos atractivos para el mercado internacional y fortaleciendo productos como el avistamiento de aves, el senderismo en nuestros cerros orientales y recorridos por diferentes rutas, no solo de la ciudad sino de la región, además de la apuesta al turismo como un factor de desarrollo económico, que fortalece y promociona la agenda cultural, la oferta gastronómica, el disfrute de la naturaleza y todas esas actividades que hacen de Bogotá un destino imperdible para turistas.

Bajo esta perspectiva las proyecciones para 2018 son positivas. Se espera que Bogotá siga creciendo en el sector del turismo, pues cuenta con todas la condiciones para hacerlo.

## 2. PRINCIPALES LOGROS

### 2.1. GESTIÓN DE DESTINO

#### 2.1.1. Fortalecimiento de productos turísticos de Bogotá

En 2017 el IDT trabajó en el fortalecimiento de diferentes productos turísticos y principalmente en el fortalecimiento del **producto turístico cultural**, con la estructuración de La Ruta El Dorado, como una apuesta al turismo regional. Este producto turístico fue construido con la participación del Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca, Idecut, la Fundación Universitaria Cafam, La Gobernación de Boyacá, la Región Administrativa y de Planeación Especial (RAPE) Región Central y el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, IDT, con el fin de crear una nueva propuesta de colaboración y articulación pública y privada para el turismo en la región.

La Ruta de El Dorado, recoge la oferta más emblemática de la cultura y naturaleza de estos territorios, con proyección al mercado nacional e internacional. Para ello se adelantó talleres participativos cabildos y comunidades indígenas y con expertos de la cultura Muisca para validar la fundamentación de la investigación del proyecto y se llevaron a cabo viajes de familiarización con operadores turísticos por Bogotá y los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Bogotá, desarrollando el diseño de imagen, el plan de señalización, el plan de mercadeo y comercialización y el diseño de la página WEB, así como la evaluación de la oferta de atractivos y servicios turísticos de los territorios, haciendo una resignificación de los mismos, desde la concepción y cosmogonía de la cultura Muisca, lo cual permite descubrir nuevas oportunidades para integrar los esfuerzos regionales en turismo, así como desarrollar experiencias turísticas vivenciales e innovadoras para los turistas.



Por otra parte, a través de un convenio suscrito entre la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico, Artesanías de Colombia y el Instituto Distrital de Turismo, con el objetivo de aunar esfuerzos administrativos, técnicos y financieros, se brindó asistencia técnica a unidades productivas de artesanías en el distrito capital., obteniendo el MAPA Turístico Artesanal. Igualmente, se tuvo presencia en la feria Expoartesanías con 50 artesanos. Con base en un proceso participativo, se creó un logo o imagen gráfica, “ BAKTA “, que busca sea apropiado por los artesanos de Bogotá de tal manera que se identifique la artesanía aquí producida.

Igualmente se trabajó en el mantenimiento del producto turístico **de gastronomía**. El Instituto Distrital de Turismo y la Cámara de Comercio de Bogotá a través del convenio, desarrollaron actividades con miras a “fortalecer la Plaza de Mercado de la Perseverancia como atractivo turístico gastronómico de Bogotá”. Las actividades desarrolladas incluyeron:

- Estrategia de aseo y embellecimiento de la plaza de mercado: se generó un listado de recomendaciones técnicas pertinentes para los comerciantes de la plaza de mercado, se restauró la jardinería y contenedores de los árboles ubicados sobre la carrera quinta, lavado con equipos de hidropresión y se sembró plantas que soporten las condiciones ambientales del lugar.
- Estrategia de recuperación de los valores arquitectónicos y patrimoniales de la plaza de mercado y su entorno: se realizó un mural en técnica mixta de pintura y mosaico con un componente que permite el reconocimiento de los valores patrimoniales e históricos del barrio y la plaza, se retiraron muros internos del comedor de la plaza de mercado ampliando las instalaciones y mejorando la calidad de la experiencia de visita de los comensales, se realizó la producción de los letreros de las cocinas y comercios de la carrera quinta, se realizó la señalización interna de la plaza, se pintó un mural en el espacio de las escaleras del acceso por la carrera quinta, se instalaron mensajes alusivos al reconocimiento obrero del lugar (el paso de Jorge Eliecer Gaitán y la fortaleza de los comerciantes que desde 1940 han estado en este lugar).
- Suministro de elementos que permita poner en valor el patrimonio cultural material e inmaterial de la plaza de mercado: se reemplazó de mobiliario (mesas y sillas), una barra de madera en el entorno superior de la escalera, suministro de parasoles, y se elaboró una dotación de uniformes para el personal de las cocinas.
- Estrategia de difusión: se realizó la construcción de una propuesta para la divulgación y difusión de la nueva plaza de mercado, renovada y con mejores condiciones para atender una demanda local y turística. El día 22 de diciembre en el marco del último festival gastronómico de la Plaza de Mercado de la Perseverancia se realizó la entrega del proyecto de fortalecimiento del lugar como atractivo turístico.

El 21 de septiembre se acompañó a la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte-SCRD a un evento de homenaje a las cocineras de la Plaza de La Perseverancia, en el marco del mes del patrimonio. De igual manera, se gestionó ante la misma SCRD el apoyo al evento gastronómico “Palabras a la Mesa” realizado el 22 de septiembre: allí el IDT produjo un video en el que las cocineras compartieron con los comensales la historia de sus platos y la oferta de los productos relacionados. La secretaria acompañó la actividad con una activación que recogió las memorias del patrimonio inmaterial gastronómico a través de la historia de recetas y platos.

Adicionalmente, los días 15 y 18 de diciembre se realizaron jornadas de capacitación con Guías y Operadores de turismo gastronómico de la ciudad para presentar la importancia del producto como facilitador para presentar la identidad de la cultura colombiana a través de la mesa, la importancia del patrimonio inmaterial, sus componentes y los resultados del proyecto de Fortalecimiento de la Plaza de Mercado de la perseverancia como atractivo de la ciudad, asistieron 26 personas.

Finalmente, se desarrolló la cuarta versión del concurso gastronómico del “Día del Ajiaco Santaferense” asociado a la importancia del ajiaco santaferense como atractivo turístico, al cual se inscribieron 52 equipos con 156 personas concursando. Del 7 al 10 de noviembre se realizaron las eliminatorias de la categoría Tradición, Innovación, Academia y Aficionados, por categoría se seleccionaron 4 finalistas. El día 19 de noviembre en la Plaza de Artesanos se realizó el evento final del concurso, un conversatorio y la premiación de los ganadores. Estos fueron:

- Tradición: plaza de mercado la perseverancia
- Innovación: NH Royal Metrohotel
- Aficionados: Sabores de familia
- Academia - innovación: Centro nacional de hotelería y turismo - SENA - Gabo mis pasiones
- Academia- Tradición: EIFE cocina y sazón

Respecto al **producto turístico urbano**, se tuvo participación en el desarrollo de la Vitrina Turística de ANATO 2017, en donde se realizó la selección de un grupo de agencias de viajes, que de acuerdo al análisis de su portafolio ofrecen producto turístico urbano los cuales estarían en el stand de Bogotá. Con estas empresas se logró poner en valor del producto turístico Urbano ante empresarios turísticos nacionales e internacionales. Se exploró el componente de biciturismo y de actividades relacionadas con los recorridos de graffiti en Bogotá con miras a complementar el producto de turismo urbano.

Para que Bogotá conserve su buena imagen y reconocimiento en el exterior por desarrollar un turismo sostenible y amigable con el medio ambiente, se emprendió el diseño de nuevas rutas, bici-carriles y circuitos viales para convertir el turismo urbano en un nuevo atractivo de ciudad, donde los visitantes se sientan cómodos y puedan disfrutar del espacio público mediante recorridos programados o paseos recreativos, impulsando el uso de la bicicleta aprovechando que Bogotá es la ciudad que más utiliza este medio de transporte en Latinoamérica y la que más kilómetros de ciclo-rutas tiene. Para ello, se trabajó con la Secretaria Distrital de Desarrollo Económico para aunar esfuerzos en la construcción de una aplicación que permita el disfrute de la ciudad y los escenarios públicos a través del uso de la bicicleta, concluyendo las siguientes rutas:

- Calle 26 – Museo a Cielo Abierto de Bogotá.



- Centro de Alto Rendimiento, Biblioteca Virgilio Barco, Parque Metropolitano Simón Bolívar y Jardín Botánico
- Humedal Juan Amarillo – Humedal Santa María del Lago
- Centro histórico de Bogotá
- Domingos: Carrera 7 por la Ciclovía

También se plantearon rutas de conexión de Bogotá con municipios cercanos:

- Carrera 7 – Patios – Municipio de La Calera – Bogotá
- Calle 80 – Alto del Vino – La Vega – Bogotá
- Autopista Norte – Embalse del Sisga – Bogotá
- Autopista Norte – Sopo – Bogotá
- Autopista Norte – Sesquile – Embalse del Tomine – Guatavita – La Calera – Bogotá

Dada la importancia del **producto turístico de naturaleza**, se desarrollan estrategias que conlleven al alistamiento de los atractivos naturales de Bogotá y la región, que definan productos turísticos especializados que respondan a las necesidades de la demanda y que aumenten las posibilidades turísticas que tiene un visitante en nuestra ciudad.

En este sentido el IDT participó en la mesa de gestión comunitaria para el proyecto Suma Paz, convocado por la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca CAR, donde se presentaron líneas de acción estratégicas, estructura de las normas ambientales, manejo de uso público por parte de Parques Nacionales Naturales de Sumapaz y la intervención de ecoturismo como estrategia de conservación, protección y desarrollo social comunitario. Así mismo, se realizó una presentación a operadores turísticos y actores influenciadores, sobre las posibilidades de aprovechamiento turísticos del Páramo de Sumapaz: delimitación, usos permitidos, institucionalidad y gobernanza.

En Sumapaz, se hizo una articulación entre el Departamento de Ambiente y Ruralidad - DAR de la SDP, el IDT y PNN, sobre actividades de ecoturismo y productos turísticos rurales comunitarios tenidos en cuenta para la elaboración del POT.

Se avanzó en el proyecto de Aviturismo en Bogotá, con las entidades distritales que adelantan acciones de patrimonio ambiental (JB, EAAB, SDA) y la organización de ornitólogos para acordar un plan de acción en avistamiento de aves. Se realizó un taller de fortalecimiento de capacidades en la identificación de herramientas para la interpretación de la ornitología en el PED Humedal Santa María del Lago, dirigida a 35 guías turísticos e intérpretes locales; como estrategia para reactivar el Observatorio de Aves del Humedal y el reconocimiento de este escenario natural de aviturismo en de la ciudad y finalmente se concretó entrega a la Secretaría Distrital de Ambiente, para la administración y programación del observatorio de aves instalado por el IDT en el Humedal Santa María del Lago.



Por otra parte, en el Humedal Córdoba se realizaron acercamientos y reunión con la comunidad residente en la ronda al Humedal, logrando articular intereses comunes, necesidades y gestiones locales con el fin de diseñar una propuesta de valor turístico en este escenario natural. Se programó recorrido de reconocimiento y revisión de propuesta de infraestructura y el 17 de agosto realizó FAM TRIP para el reconocimiento del Aviturismo en los Humedales Córdoba y Santa María del Lago, con la Productora WhereNext, Secretaria Distrital de Ambiente, ABO, Comunidades e IDT.

Se tuvo participación del IDT en el convenio suscrito entre la EAAB y la fundación Amigos de la Montaña, para potencializar el turismo en el sendero ecológico de San Francisco –Vicachá, preparando información de Turismo de Naturaleza para recorridos turísticos realizados en Semana Santa. Se hicieron talleres de formación y capacitación a comunidades y guías turísticas que residen o tienen una relación cercana con la quebrada la vieja y río San Francisco en los cerros orientales, para el reconocimiento de este territorio y para generar oportunidades económicas, sociales y ambientales. En el mes de Julio se llevaron a cabo siete (7) talleres de formación y capacitación en herramientas de interpretación del ecosistema de los cerros orientales, dirigidos a 30 guías de turismo, aprendices SENA e intérpretes locales, que desarrollan actividades en la red de senderos de los cerros orientales ubicados en las localidades de Chapinero y así mismo se adelantó jornada de limpieza entre el IDT y la Red de Gestión Social y Ambiental Quebrada las Delicias con la participación de más de 50 personas.

Se gestionó la socialización de los programas pedagógicos de la SDA y la UAESP, con el fin de articularlos con los programas de capacitación, formación y cultura turística del IDT.

Se tuvo participación en recorrido ecológico para 30 personas en condición de discapacidad facilitando su acceso a un recorrido turístico de naturaleza, en la celebración del día internacional de la biodiversidad y el turismo naturaleza accesible, celebrado el 22 de mayo de 2017.

Se adelantaron reuniones con FONTUR, Viceministerio de Turismo, MinCit, Gerencia de la Ruralidad y Mesa territorial Usme Ancestral, con el fin de diseñar estrategias para el fortalecimiento de la ruralidad de Bogotá y su potencial turístico y se participó en la mesa territorial Usme ancestral y foro ecoturismo en Sumapaz, como una primera etapa de socialización sobre los intereses comunes.

En el marco de la estrategia de corredores turísticos de Colombia del Viceministerio de Turismo, el IDT convocó los productos de Turismo Comunitario priorizados en el Distrito, y acompañó la formulación y aplicación a la convocatoria para el apoyo a grupos comunitarios en la consolidación de su plan de negocio, con 7 iniciativas locales comunitarias.

### 2.1.2. Fortalecimiento de empresas del sector turístico

En 2017 se realizó el evento de socialización de los nuevos Lineamientos de la Política de Turismo del Distrito, después del trabajo realizado con representantes del comercio, proveedores, operadores turísticos, asociaciones, gremios, y residentes; para discutir y analizar las problemáticas y proponer alternativas de cambio que beneficien al sector y así, reconocer la realidad de cada zona de la ciudad, para trabajar en conjunto y garantizar una respuesta efectiva a las dinámicas actuales de la capital. Los nuevos Lineamientos de la Política de Turismo del Distrito replanteó la Política Distrital de Turismo adoptada mediante el Decreto 327 en el año 2008; para ajustarlo a las condiciones del mercado actuales, dar un respaldo institucional a la evolución del sector y brindar las mejores garantías a las personas que visitan la ciudad.

La socialización de los nuevos Lineamientos de la Política de Turismo del Distrito contó con 600 participantes entre Gobierno Nacional, Gobierno Distrital, Gremios, Clústeres y asociaciones, sector de eventos y negocios, academia, empresarios, alcaldías locales y comunidad que se beneficiarán en la ejecución de la nueva política en la cual se evidencian programas y proyectos enfocados a fortalecer los empresarios del sector.

Como parte del programa de fortalecimiento empresarial, en 2017 se realizaron diagnósticos a 41 agencias de viajes y a 9 hoteles, identificando las necesidades de fortalecimiento a desarrollar en el programa.

El día 04 de Octubre se llevó a cabo la apertura del programa de fortalecimiento empresarial en las instalaciones del IDT, con la conferencia "El rol del empresario para hacer de Bogotá el destino turístico creativo de Suramérica", dando inicio a la ejecución del programa de fortalecimiento empresarial con el desarrollo de los siguientes módulos: 1) Innovación en módulo de negocios, 2) Planeación estratégica, 3) marketing y ventas y 4) E - commerce.

El Programa de Fortalecimiento Empresarial desarrolló un módulo de Planeación estratégica donde se enseñó y puso en práctica herramientas como Balance Score Card y marketing y ventas, con el objetivo fortalecer a cada uno de los prestadores de servicios turístico en la creación o consolidación de un plan de ventas aplicado y que logre impactar a mediano plazo el flujo de caja de la compañía. Igualmente se desarrollaron los siguientes temas:

- 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.
- Atención personalizada – Validación de la formulación de programas de sostenibilidad.
- Documentación
- De acuerdo con lo exigido en las NTS-TS, se presentó la metodología sugerida para documentar toda la información soporte de la implementación de las normas

### **2.1.3. Formación de líderes del sector, a través de procesos en liderazgo, gestión del desarrollo turístico, bilingüismo, entre otros**

En este proceso se trabajó con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en el desarrollo de programa de bilingüismo dirigido a prestadores de servicio turístico. El programa de capacitación se desarrolló en las instalaciones del IDT con la participación de 56 prestadores de servicio turístico desde el 1 de agosto de 2017 al 14 de diciembre de 2017.

Por otra parte, en convenio con el SENA se certificaron 103 beneficiarios que terminaron a satisfacción los cursos de etiqueta y protocolo e inglés, llegando a un total de 159 líderes del sector formados durante la vigencia 2017.

Adicionalmente, se llevaron a cabo charlas de fortalecimiento a 89 empresas prestadoras de servicios turísticos y 79 empresas de taxis, en temas como cultura turística, inglés de supervivencia y explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes-ESCNA,

Finalmente, para avanzar en el proceso de formación y capacitación para la vigencia 2018, se realizó un proceso de preinscripción de otros 478 líderes en las Localidades que han participado en diferentes procesos turísticos de los cuales fueron seleccionados por un proceso de entrevistas, 260 líderes susceptibles de participar en un proceso de capacitación a través de un Diplomado de Líderes de Turismo. Para este proceso se creó el correo lideresdeturismo@idt.gov.co y se brindó toda la asistencia pertinente vía telefónica y ya se cuenta con los diseños de contenidos del diplomado y la logística para el evento de inauguración que tiene como fecha de inicio el 18 de enero de 2018.

### **2.1.4. Capacitación a prestadores de servicios turísticos y conexos, en cultura turística**

En lo concerniente al proceso de capacitación en Cultura Turística, en 2017 se atendió un total de 6.700 prestadores de servicios turísticos y residentes en temáticas turísticas y de apropiación de ciudad en: la importancia del turismo para la economía de la ciudad, los atractivos turísticos con la oferta cultural, patrimonial y de naturaleza, la responsabilidad social en la prevención de

ESCNNA e inglés básico de sobrevivencia en el marco de la Cultura Turística, para potenciar el programa de Cultura Turística a través de actividades dirigidas con la siguiente población:

- 1554 conductores de taxi, como parte del programa de formación en servicio al cliente y turismo para conductores de taxi de la ciudad
- 799 empresarios.
- -3.195 jóvenes.
- 322 personas de la comunidad.
- -830 servidores de empresas turísticas sensibilizados en ESCNNA

### 2.1.5. Acompañamiento a localidades

Se acompañó el proceso de fortalecimiento a localidades, priorizando las localidades de La Candelaria, Santa Fe y Chapinero con el fin de garantizar que los prestadores de servicios turísticos de estas localidades, puedan aplicar sus conocimientos y dar cumplimiento a los requisitos de las normas de sostenibilidad.

En la **localidad de La Candelaria** se hizo acompañamiento en las mesas sociocultural, económico y ambiental, en el marco de la implementación de la NTS-TS 001-01 de Turismo Sostenible, en el Centro Histórico de Bogotá, conjuntamente con las entidades distritales que tienen competencia en este territorio y se estructuró el plan de acción de la localidad con el fin de fortalecer su desarrollo turístico.

Se acompañó a la Alcaldía en la Feria de Servicios al Ciudadano realizada el día 25 de mayo, con el objetivo de brindar información referente al turismo y entrega de material promocional a la comunidad en general, se asistió a la mesa de competitividad turística de La Candelaria, en la cual se llevó a cabo la secretaría técnica de la misma, y se asistió al sexto taller sobre la Certificación del Centro Histórico como destino sostenible en la Universidad Externado de Colombia, así mismo se apoyó en noviembre el evento Encuentro de Artistas y Artesanos Ocultos de La Candelaria, con el diseño de la imagen gráfica del mismo, para crear un espacio a estos artistas y artesanos para que se den a conocer y ofrezcan sus productos.

Se realizó la socialización del proyecto Rutas y Circuitos Turísticos Peatonales y Comerciales del Centro Histórico en La Candelaria, en el marco del convenio suscrito entre el IDT y la Cámara de Comercio de Bogotá, con asistencia de actores del sector turístico de esta localidad, con el fin de tener en cuenta sus sugerencias y recomendaciones en dicho proyecto.

Se dio Acompañamiento a la Corporación Topofilia, en el proyecto Labitur, el cual se iniciará en el mes de enero de 2018. Esta Corporación fue la seleccionada por la Alcaldía de La Candelaria

para llevar a cabo un laboratorio de turismo y recibir iniciativas de emprendimiento, orientadas a incrementar el desarrollo turístico de la localidad de La Candelaria.

En la **localidad de Santa Fe** se estructuró el plan de acción de la localidad con el fin de fortalecer el desarrollo turístico y se realizó seguimiento a través de reuniones hechas con el Alcalde Local con el fin de presentar las acciones realizadas en las localidades y reiterar el compromiso del IDT frente a los proyectos que promueven el desarrollo turístico local.

Se realizó un acompañamiento con el fin de articular un Sistema de Gestión para que los comerciantes del sector puedan posicionar los establecimientos gastronómicos de la zona y se participó en operativo organizado por la Policía Nacional y de Turismo en el barrio San Bernardo, con el fin de revisar y verificar el cumplimiento de los requisitos de la normatividad.

Se realizó un recorrido de validación por la zona de San Victorino con el fin de hacer un reconocimiento e identificación de atractivos que puedan contribuir a la construcción de una posible ruta turística. Como resultado de este recorrido, se acordó establecer una mesa con profesionales de la Alcaldía y comerciantes del sector para trabajar en la construcción de esta ruta.

Se acompañó a la Alcaldía Local y otros actores, en la articulación de un sistema de gestión turístico, para que los comerciantes del sector puedan posicionar los establecimientos gastronómicos de la zona, a través del evento “El Macarenazo”.

Se apoyó el evento Colombia International Fashion Week con la instalación de la marca Bogotá y la difusión del mismo en las diferentes redes sociales del Instituto. Igualmente se apoyó en la difusión y promoción del evento “Corredor del Tranvía de la Calle 15”, se brindó apoyo con el diseño de las señales turísticas que se deben instalar en la vía hasta Santuario de Guadalupe, así como en la jornada de embellecimiento de fachadas del sector de San Victorino, con el fin de preparar dicho sector para la temporada de navidad.

Por último, se asistió a la socialización del Producto Turístico Navidad 2017 para los empresarios, comerciantes y residentes de las localidades de Santa Fe y La Candelaria, la cual se llevó a cabo en la Fundación Gilberto Avendaño para trabajar en proyectos aliados. (IDPAC, SDDE y Secretaría de Integración Social).

En la **localidad de Chapinero** se estructuró el plan de acción de la localidad para el fortalecimiento del desarrollo turístico y se realizó seguimiento a través de reuniones con el

Alcalde Local con el fin de presentar las acciones realizadas en las localidades y reiterar el compromiso del IDT frente a los proyectos que promueven el desarrollo turístico local.

Se apoyó mesa de trabajo con plan de seguridad turística con actores de la localidad y se participó en la mesa intersectorial “Me la Juego por la Zona Rosa” la cual consiste en la recuperación del espacio público y sostenimiento del mismo. Igualmente se acompañó la mesa de proyectos de la cadena de hoteles GHL con el fin de colaborar con la inclusión de oferta de naturaleza de los cerros orientales y se dio acompañamiento a la Policía de Turismo en el operativo de cierre de establecimientos para establecimientos que tienen su Registro Nacional de Turismo - RNT inactivo.

Igualmente, el IDT desarrolló acciones sobre el plan navidad y realización de jornadas de sensibilización en materia de Cultura Turística y recorridos de apropiación por los diferentes atractivos turísticos de la localidad.

Adicionalmente, además de las 3 localidades priorizadas, se brindó acompañamiento a otras 8 localidades con vocación para su desarrollo turístico así:

1. Usaquén: Entre otras acciones, se desarrollaron mesas de trabajo para tratar los temas de seguridad en conjunto, cultura ciudadana, movilidad, prevención de la ESCNNA y plan Navidad, con el fin de articular la gestión local. Adicionalmente se participó en el desarrollo de iniciativas privadas que buscan resaltar el patrimonio de la ciudad y potenciar el turismo local a través de la realización de proyectos en Usaquén.
2. Antonio Nariño: Se hizo acompañamiento y asistencia técnica en temas relacionados con propuesta comercial del cuero y la marroquinería y para el sector madera respectivamente. Se realizó recorridos de validación por la zona del Restrepo con el fin de hacer reconocimiento e identificación de atractivos que puedan contribuir a la construcción de una posible ruta turística. Con el fin de fortalecer y recuperar la zona de cuero y marroquinería en la localidad, se hicieron jornadas de sensibilización en cultura turística y apropiación de ciudad, dirigidas a los empresarios del Restrepo que trabajan el cuero y la Marroquinería. Finalmente, se realizó recorrido solicitado por la Secretaría de Desarrollo económico con el fin de ver la posibilidad de ampliar el radio de acción en la cuadra piloto del Restrepo, logrando identificar que si es posible su ampliación y así beneficiar más comerciantes, dicha ampliación se realizará entre la Calle 24D con carreras 17 y 19 tomando por la plaza de mercado del Restrepo y las calles y carreras que estén implícitas en ese trayecto.
3. Mártires: Se desarrolló la Feria de Servicio al Ciudadano, con el objetivo de brindar información referente al turismo y entrega de material promocional a la comunidad en general, se adelantó proceso de sensibilización con fábricas de calzado y se organizó la segunda feria del calzado cuero y marroquinería



4. Barrios unidos: Se hizo acompañamiento y asistencia técnica en temas relacionados con propuesta comercial del cuero y la marroquinería y para el sector madera respectivamente. Se acompañó la feria realizada en el sector Maderas Barrio 12 de Octubre, llevada a cabo del 28 al 30 de julio de 2017, con el fin de promover la actividad de los comerciantes de la zona.
5. Usme: Se participó en diferentes mesas de trabajo como Turismo ancestral, mesa interinstitucional Ciudad Bolívar barrio Altos de la Estancia, mesa de trabajo de la estrategia de cultura ciudadana Transmicable, mesa de Patrimonio de Usme Hacienda El Carmen y reuniones con líderes de la comunidad, desarrollando programas de formación y capacitación a la comunidad en temas de turismo, arqueología, patrimonio e interpretación ancestral cultural y ambiental del territorio.
6. Teusaquillo: Se realizaron mesas de trabajo con la participación de empresarios de la localidad como, agencias de viaje, hostales, teatro casa ensamble, bares, restaurantes y similares, con el fin de fortalecer la localidad para el turismo. Se realizó acompañamiento a la localidad para la realización del evento “La Noche en Blanco”, incentivar la identificación y apropiación de los comerciantes por el principal atractivo turístico urbano de la zona (Park Way), lograr la participación de los empresarios en las agendas académicas ofertadas por el IDT y la construcción de una base de datos de la oferta comercial del sector.
7. San Cristóbal: Se realizó seguimiento al Plan de acción a través de reuniones, con el fin de dar cuenta de las acciones realizadas en la localidad. Se participó en la mesa local del 20 de Julio liderada por el alcalde Local de San Cristóbal donde se abordaron diferentes temas que aquejan a la localidad, así mismo se realizó recorrido en el parque Ecológico de Montaña Entrenubes, con el fin de verificar que proyectos se pueden realizar en el parque pensando en la visita diaria que hacen locales y turistas, en ese sentido se evidenció la falta de señalización que hay en el parque, como también la falta de guías turísticos.
8. Ciudad Bolívar: Se realizó un Storytelling para la articulación y acompañamiento a la localidad de Ciudad Bolívar en materia de turismo y teniendo en cuenta el proyecto del Transmicable Aéreo el cual está a cargo del IDT en la estación 3. Se participó en la mesa de cultura ciudadana Transmicable liderada por la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte en la que se diseñan y ejecutan acciones tendientes a la generación de apropiación y sentido de pertenencia en el marco del proyecto integral Transmicable. Esta mesa está conformada por El Instituto de Desarrollo Urbano (IDU), Transmilenio, Secretaria de Educación y el Instituto Distrital de la Participación, Acción Comunal (IDPAC) y el Instituto Distrital de Turismo – IDT. En el marco de trabajo de esta mesa, se avanzó en la identificación de actores claves, emprendedores locales y/o organizaciones sociales, comunitarias y comunales que forman parte o sean potenciales integrantes de la cadena de valor de la prestación de servicios turísticos, así mismo se hizo invitación a estas iniciativas a participar del Diplomado Líderes de Turismo. Se articuló con la Secretaría de Educación para la implementación del programa Colegios Amigos del Turismo en los 3 megacolegios ubicados alrededor del proyecto integral Transmicable.



En el marco del programa distrital: “Mejoramiento integral de barrios y comunidades culturales por la paz”, se acordó trabajar el próximo año con la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, recorridos culturales y turísticos por el territorio para promover la apropiación del espacio público y hacer efectiva la incorporación del turismo a través del fortalecimiento de emprendedores locales y/o organizaciones sociales, comunitarias y comunales.

### 2.1.6. Intervención de atractivos turísticos

El Instituto Distrital de Turismo realizó la intervención de atractivos turísticos de naturaleza con el fortalecimiento y adecuación de los senderos naturales de la Quebrada La Vieja y el Río San Francisco-Roosevelt, como parte del avance en la intervención del atractivo turístico Cerros Orientales. La intervención incluyó el desarrollo de las siguientes actividades principales:



-Acompañamiento para la realización de recorridos turístico-pedagógicos, incluyendo guías profesionales e intérpretes locales, apoyo de paramédico y la disposición de elementos de seguridad y de apoyo, como equipos de comunicación, carpas, camillas, botiquín, herramientas, servicios de hidratación y baños públicos.

-Revisión y validación de los estudios de capacidad de carga y medidas de manejo para las actividades de senderismo y ecoturismo en estos dos escenarios naturales.

-Caracterización socio-ambiental y cultural de las poblaciones y el entorno de ambos senderos, elaborando los mapas de actores e instituciones participantes en el proceso.



-Elaboración de guiones turísticos e interpretativos para los recorridos en ambos senderos.

-Identificación de la localización de las señales turísticas peatonales a instalar y se elaboraron las plantillas generales y el manual de imagen para el diseño de los contenidos de las señales a implementarse en ambos senderos.

-Diseño de la infraestructura básica a implementar en ambos senderos.

-Talleres de fortalecimiento de competencias para la comunidad beneficiaria, y un curso de capacitación para la operación de ambos senderos a guías turísticos e intérpretes locales que incluyó temáticas como: Profundización en Fauna y Flora de los Cerros Orientales/ Movilidad y

expresión artística /Buscando herramientas de interpretación en la Ornitología en el bosque 1 y 2 del Sendero San Francisco / Climatología y uso de GPS / Primeros Auxilios Gestión de Riesgo / Una Historia Compartida del Territorio / Reconocimiento e identificación del territorio como herramienta para fortalecer la participación / Participación ciudadana para el manejo de los residuos sólidos con énfasis en las actividades de turismo sostenible / Valor de lo público en el desarrollo humano y social / El agua fuente de vida / Cultura turística y / apropiación de ciudad.

-Identificación de proyectos comunitarios a los cuales se va a apoyar en especie y en asesoramiento técnico.

-Estructuración de documento con el modelo de administración para el sendero del Río San Francisco-Quebrada Roosevelt.

Por otra parte, se finalizó la intervención y recuperación de La Plazoleta del Chorro de Quevedo, que fue sometida a trabajos de mantenimiento y pintura en el muro de arcada, se hizo mantenimiento y protección de la figura del malabarista y se mejoró la accesibilidad a personas en condiciones de discapacidad. Con la renovación del piso, señalización, iluminación y las plantas (instaladas para su embellecimiento, con la asesoría del Jardín Botánico de Bogotá), el Chorro tiene una nueva cara.



Finalmente, como parte de la intervención de atractivos en el Centro Histórico, se inició el proceso para la intervención del Quiosco de la Luz, una de las edificaciones más antiguas e importantes de la zona centro internacional de Bogotá ubicada en el parque de la independencia, inaugurado en 1910 como parte de las celebraciones del primer centenario de la independencia y en el marco de actividades que buscaban promover el desarrollo urbanístico de Bogotá. Esta edificación que tomó como modelo una de las edificaciones que conforman el conjunto palaciego de Versalles y en la actualidad es un punto estratégico para la captación de residentes y visitantes debido a que se encuentra rodeado de algunos de los principales atractivos turísticos de la ciudad como el Museo de Arte Moderno de Bogotá –MAMBO–, el Planetario Distrital, la Biblioteca Nacional, el Mirador de la Torre Colpatria, el Museo Nacional de Colombia y las torres del parque entre otros, cuenta con un Punto de Información Turística y con su intervención se busca que sea uno de los principales referentes de la oferta turística y cultural, como parte del proceso que adelanta el Distrito con el proyecto de renovación y revitalización del centro internacional sobre el corredor de la calle 26, con el propósito de establecer un corredor cultural entre el MAMBO y el parque de la independencia, en la cual el Quiosco de la Luz será uno de los principales referentes para atender la creciente demanda de información y divulgar las características de la oferta, turística y cultural del centro internacional y de la ciudad en general.

Para ello se realizaron los estudios previos y de mercado adjudicando en el mes de diciembre el proceso de contratación e iniciar la intervención de este atractivo en la vigencia 2018.

### **2.1.7. Mantenimiento del sistema de señalización e infraestructura turística**

En 2017 se realizó mantenimiento preventivo, correctivo y limpieza de señales urbanas en el Centro Histórico, rurales en Requilina y Ciudad Bolívar y en atractivos de naturaleza en las Delicias y Humedal Santa María del Lago y se inició la intervención del observatorio de aves, con un cerramiento en madera para el primer piso, una estructura de cubierta tipo pérgola para la escalera, una pintura protectora general, cintas antideslizantes para la escalera, y el reemplazo de algunas cerraduras.

Se ejecutaron los siguientes mantenimientos:

- 54 lavados exteriores e interiores de señales
- 237 lavados exteriores de señales
- 66 mantenimientos de señales con estructura de madera
- 11 mantenimientos de señales con estructura metálica
- Limpieza a 75 señales turísticas peatonales del Centro Histórico y su interconexión con el Centro Internacional de Bogotá.
- 98 señales turísticas reparadas
- 133 señales intervenidas en atractivos de naturaleza y el área urbana del Centro Histórico y Centro Internacional.



Por otra parte, se definió la implementación de la señalización turística del Cementerio Central y se adelantaron gestiones con la UAESP y el IDPC para definir el proyecto y conseguir la viabilidad de intervención del Ministerio de Cultura.

### **2.1.8. Gestión de información turística**

Se realizó la investigación de la Encuesta de Viajeros de Bogotá 2016 con el objetivo de cuantificar los flujos de viajeros residentes y no residentes que salen de la ciudad de Bogotá en función de sus lugares de origen y destino según corresponda, además de identificar las características de viaje. Las principales variables de estudio son: -residencia de los viajeros, - caracterización sociodemográfica, -motivación de viaje, -número de personas que conforman el grupo de viaje, -pernoctación -gasto promedio,-entre otras.

Para la construcción de la Encuesta de Viajeros en Bogotá 2016 en el periodo comprendido entre julio 2016 a enero 2017 se aplicó un volumen de encuestas de alrededor de 80.000 unidades, se

concluyó con la digitación, revisión de consistencias y análisis de las bases de datos con su depuración; y validación de consistencias, el proceso de producción de las series básicas así mismo se consolidó la información auxiliar para la expansión de los datos con fuentes de cada uno de los medios de transporte (aéreo, terrestre, peajes). De igual manera se emitieron y validaron los cuadros de salida y se emitieron y validaron las variables estructurales de la encuesta y se empalmaron las series con la información histórica.

Los resultados globales de los datos recolectados para los meses del estudio son los siguientes: La Encuesta de Viajeros de Bogotá 2016 indica que el número de turistas que visitó la ciudad de Bogotá en el año 2016 fue de 9.013.804, de los cuales 7.500.051 fueron turistas de origen nacional y 1.513.753 de origen internacional; se presentó un crecimiento del número de turistas con respecto al año 2015 del orden de 10.6%. La Encuesta de Viajeros de Bogotá 2016 se publicó en la siguiente ruta para consulta:

[http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/resumen\\_encuesta\\_viajeros\\_2016.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/resumen_encuesta_viajeros_2016.pdf)

Es de aclarar que la cobertura de la encuesta de viajeros realizada por el Observatorio de Turismo incluye ingresos por Aeropuerto, Terminal de Transportes y Peajes de Bogotá.

Por otra parte, se realizaron 2 estudios. Uno de caracterización de la infraestructura para la realización de eventos y convenciones y otro para definir la metodología para la caracterización de agencias de viajes que operan y/o comercializan producto Bogotá. Para ello definieron las metodologías para el Estudio de Identificación y caracterización de la Infraestructura para la realización de eventos y convenciones y para la caracterización de agencias de viajes que operan y/o comercializan producto Bogotá, se proyectaron los marcos preliminares, se diseñaron las herramientas de recolección (formularios) para la Caracterización y el Estudio; puntualmente éste último fue avalado por el Buró de Convenciones y el Clúster de Eventos y Negocios de la Cámara de Comercio; se diseñó, realizó y concluyó con el operativo de campo respectivo.

De igual manera se emitieron los conceptos técnicos temáticos y se publicó el informe final de la Caracterización de agencias de viajes que operan y/o comercializan producto Bogotá en la ruta de consulta: <http://www.bogotaturismo.gov.co/estudios-y-boletines>.

Finalmente, se actualizó la información de la oferta turística de la ciudad con los marcos o directorios correspondientes a: Museos, Iglesias, Teatros y Galerías; Operadores Profesionales de Congresos, Eventos, Ferias y Convenciones (OPC); Guías Profesionales de Turismo, Arrendadores de Vehículos de Turismo, Oficinas de Representación Turística y Empresas de Transporte Terrestre Automotor y Agencias de Viajes, Centros Comerciales, Embajadas y Consulados; Alojamiento; Establecimientos de Gastronomía y similares. De igual manera se elaboraron y publicaron los boletines mensuales de estadísticas de turismo, así como también se

concluyó con el proceso de ajuste y rediseño el CMS de [www.sitbog.gov.co](http://www.sitbog.gov.co) en cuanto al sistema gestor de contenidos buscando optimizar la consulta a la información publicada por la entidad.

## 2.2. PROMOCIÓN DE CIUDAD

### 2.2.1. 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 brindó atención a los 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 turística y correo electrónico, por medio de los cuales recibieron atención de parte del equipo de informadores y guías turísticos, en idiomas inglés, francés y español.

En 2017 se contó con 9 puntos de información turística a través de los cuales se brindó atención a 248.477 usuarios quienes profundizaron sus conocimientos en relación con la oferta turística de la ciudad. Los siguientes son los puntos en operación:

1. Centro Histórico
2. Centro Internacional
3. Quiosco de la Luz
4. Corferias
5. Terminal Central
6. Terminal del Sur
7. Monserrate
8. Muelle Internacional
9. Unicentro.



De igual manera desde la red de información turística se prestó el apoyo en el desarrollo de eventos mediante la instalación de un punto de información turística y/o la realización de recorridos gratuitos guiados y/o la divulgación de material promocional y/o exhibición de videos relacionados

Frente a los servicios ofrecidos en la Red de Información Turística la subdirección de Promoción y Mercadeo del IDT cuenta un mecanismo virtual de calificación tendiente a evaluar la percepción de satisfacción de los usuarios y la calidad de los servicios ofrecidos en los PIT y recorridos; para ello se pusieron a consideración de los usuarios todos los aspectos del servicio en relación con la presentación y atención del personal, el material entregado, la información



suministrada, el estado del PIT y los recorridos peatonales gratuitos, a través de un formulario de evaluación virtual en la plataforma google forms, arrojando un resultado de satisfacción de 4,8 sobre 5 puntos como indicador máximo de satisfacción.

Igualmente, se contó con 19 puntos de información turística virtual, instalados en pedestales con un software que brinda información turística de la ciudad, ubicados en diferentes puntos así:

1. Centro comercial Gran Estación
2. Centro comercial Galerías
3. Centro comercial El Retiro
4. Estación del tren de la sabana Usaquén
5. Unilago
6. Terminal Salitre
7. Muelle Internacional
8. Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo
9. Maloka
10. Hotel Tequendama
11. Corferias 1
12. Corferias 2
13. Centro comercial el Gran San Victorino
14. Centro Histórico - Casa de los comuneros
15. Hotel BH Usaquen
16. Sede Principal IDT
17. Planetario Distrital
18. Teatro Jorge Eliecer Gaitán
19. Punto de información turística virtual en eventos

### 2.2.2. Actividades de promoción y posicionamiento turístico

En el marco de la implementación de la estrategia de mercadeo de ciudad, en 2017 el IDT desarrolló 101 actividades tendientes a posicionar la oferta turística de la ciudad. A continuación se describe cada actividad:



1. Feria de turismo FITUR 2017 (Madrid - España): Se atendieron cerca de 16 citas entre aerolíneas, entidades gubernamentales de turismo, medios para pauta, diseño de guías, Organización Mundial del Turismo, entre otros, en el stand de Bogotá se atendió aproximadamente a 1.000 personas, se mostraron atractivos y sitios emblemáticos.

2. Cumbre mundial Nobeles de Paz: El IDT promovió y realizó un Press Trip en el Centro Histórico de la ciudad con 5 periodistas internacionales, dando a conocer Bogotá como destino turístico en sus redes sociales.
3. PGA Club Colombia Championship: Se contó con presencia de más de 435 golfistas profesionales extranjeros, 23.000 asistentes al evento el fin de semana. Se desarrolló un Tour a Monserrate para producción de un documental sobre Bogotá.
4. IFLS-EICI (ACICAM): En este evento del sector de la industria del cuero y calzado, se recibieron más 14.865 personas en Corferias. Se desarrolló recorrido turístico peatonal para compradores nacionales e internacionales.
5. GiraLook Cyzone: El evento registró más de 100.000 visitas a sus canales you tube, se coordinó el desarrollo de las mejores experiencias de ciudad para 13 participantes internacionales. Se logró ofrecer recorridos sobre la ciudad, y la articulación de empresarios a este evento para milenials.
6. Press Trip Knack Weekend: El redactor Wim Denolf, estuvo en la ciudad acompañado por el IDT realizando fotografías y videos que serán publicados en magazine Belga.
7. XXXVI Vitrina Turística - ANATO 2017: El IDT realizó presencia con un stand de 180 metros cuadrados, 22 empresarios con espacio para citas de negocios, así como aliados del sector como gremios y atractivos.
8. ITB- Berlín: Se atendió a público objetivo (vacacional y negocios) de más de 500 personas, con información sobre conectividad, oferta cultural y gastronómica, clima, seguridad, infraestructura hotelera y para eventos, etc.
9. Procolombia Travel Mart: Se realizó agenda de negocios con 20 compradores internacionales; brindando una experiencia gastronómica de ciudad para los asistentes al evento, 1.200 personas.
10. Bogotá Desing Festival: El IDT contó con un espacio en la Agenda Académica del BDF y difusión de la marca ciudad en los diferentes canales de comunicación del BDF, en especial en redes sociales.
11. Presentación Ruta Conolonial: Se realizó presentación de Ruta Colonial la cual consiste en la estructuración de un producto turístico multidestino donde el eje central son los centros históricos, integrada entre las ciudades de Cartagena, Bogotá, Quito y Cuenca, con el fin de atraer turistas interesados en consumir cultura e historia, con un toque de experiencias que sólo se pueden vivir en los cuatro destinos.
12. Semana Santa 2017: Se realizó la consolidación de una agenda especial, impulso la visibilidad de la marca Bogotá y del Idt a través de las acciones coordinadas con la Oficina de Comunicaciones y la red distrital. De otro lado se participó de manera activa en el acompañamiento de 9 periodistas internacionales y recorridos por el Centro Histórico que llevo a cabo y reporto la Red de Información Turística. Adicionalmente se realizó apoyo gráfico para la campaña de Semana Santa "Bogotá Ciudad para Creer", se generó el diseño de piezas gráficas para las redes de promoción de ciudad y piezas audiovisuales para



- divulgación en los tótem y Pantallas de la Red de Información Turística y cubrimiento de las actividades descritas; así mismo se realizó apoyo en la divulgación de Semana Santa en las Redes Sociales de Promoción de Ciudad, tales como (facebook, instagram, y twitter).
13. Bogotá Fashion Week 2017: El IDT, se vinculó al evento con 4 acciones puntuales: 1. Apoyar con la divulgación del material promocional producido por el BFW en los PIT y las redes sociales de la entidad; 2. Coordinar y articular al Observatorio de Turismo con LADO B, empresa especializada en la producción de las encuestas del evento mediante la formulación de preguntas más específicas de nuestro sector; 3. Coordinar y ofrecer como producto de valor agregado al evento los recorridos turísticos para los Press Trip de Procolombia y la CCB y la periodista jefe de Hola.com; 4. Cubrimiento con el área de comunicaciones al evento con el fin de buscar videos testimoniales sobre Bogotá como destino turístico en la Pasarela inaugural / American Express - Hyundai.
  14. Apoyo a la FILBO 2017: El IDT tuvo presencia en el evento con el préstamo de la Gigantografía -Marca Ciudad- para ser expuesta durante los días de la Feria desde el 25 de abril al 8 de mayo; Presencia de informadores turísticos de Bogotá en FILBO, y suministro de material promocional de la ciudad y divulgación el evento en los diferentes canales de comunicación del IDT, en especial en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).
  15. Fam Trip USTOA: El IDT realizó agenda de negocios con 20 compradores internacionales y distribuyó entre ellos material promocional de la ciudad; se brindó una experiencia gastronómica de ciudad para los asistentes al evento 1. 200 personas; se brindaron experiencias de ciudad relacionadas con turismo cultural y turismo urbano y se suministró información de primera mano sobre la ciudad de Bogotá como destino turístico a compradores mayoristas internacionales, quienes resaltaron las bondades del destino, así como su interés en promover entre sus clientes, la visita a Bogotá.
  16. Apoyo a la Feria de Calzado y Marroquinería, Bogotá camina con el Restrepo: El Instituto Distrital de Turismo participó en el evento con un Punto de Información Turística Móvil, entrega de Material Promocional y la presencia institucional mediante el Sky Line, y divulgación del evento en los diferentes canales de comunicación del IDT, en especial en redes sociales.
  17. Whork Shop "Agenda Papá": Las actividades que realizó el IDT fueron: Presentación de la agenda del Papa a cargo del Director, José Andrés Duarte García; conferencia "Arquitectura y arte religioso" a cargo de la Dra. Clara Inés Sánchez y un taller producto turístico religioso a cargo del IDT- Subdirección de Gestión de Destino.
  18. Capacitación de destino Mercado de Argentina: Se realizó en las instalaciones de Procolombia una capacitación virtual para la empresa argentina Lozada viajes acerca de Bogotá como destino turístico y los productos turísticos priorizados por el Instituto Distrital de Turismo, IDT.
  19. Capacitación de destino Mercado Ecuatoriano: Se realizó a través de Procolombia un webinar para capacitar Touroperadores acerca de Bogotá como destino turístico, durante la

- capacitación se atendieron 5 toruoperadores a quienes se les solucionaron las dudas pertinentes acerca de Bogotá y los productos turísticos priorizados por el Instituto Distrital de Turismo, IDT.
20. Apoyo visita OMT: Se adelantó agenda académica con la participación de Cotelco Bogotá; Acodrés, Fenalco Bogotá, ACOLAP - Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones, ANATO - Asociación Nacional del Agencias de Viajes, Colombian Hostels, CONFETUR, Confederación de la Industria Turística de Colombia y se tuvo presencia de marca con dos pendones.
  21. Press Ecuador y Venezuela, en donde el IDT participó a través de gestión y apoyo en redes sociales.
  22. Press con enfoque religioso para la promoción de ciudad previa a la visita del Papa, se tuvo la participación del periodista David Ramos encargado de redactar contenidos para EWTN Red Católica Mundial.
  23. Capacitación de Destino mediante Webinar el IDT en trabajo conjunto con Procolombia, realizó el webinar para Hosteltur, empresa dedicada a la comunicación especializada de información turística que tuvo un alcance en países como Venezuela, Argentina, Colombia, Suecia, España, Brasil, México, Uruguay, Ecuador.
  24. Whork Shop 2 "Agenda Papá": Se hizo la presentación de la agenda del Papa, se dio conferencia "Arquitectura y arte religioso" y se hizo un taller producto turístico religioso.
  25. Apoyo Evento de Mercados Campesinos: El IDT realizó presencia con la gigantografía de la marca ciudad y apoyo en redes sociales
  26. Apoyo a Fam Trip Zona Mice: En total se atendieron 28 compradores internacionales realizando acciones como ciclopaseo, experiencia urbana con tema grafitis, presentación de ciudad a cargo de Buro, Bogotá región con tema de catedral de sal.
  27. Capacitación virtual a periodista Chino: En el marco de la estrategia de promoción de ciudad se hizo contacto con un periodista del mercado chino para capacitarlo en el destino e invitarlo a vivir experiencia de ciudad en el mes de agosto.
  28. Congreso AIESEC: El IDT brindó atención en un stand de Bogotá para promover la oferta turística y cultural de Bogotá entre los asistentes al evento y entregó información turística sobre Bogotá en idioma inglés, a los asistentes durante muestra cultural en el Centro Histórico de Cartagena.
  29. Apoyo a la Primera Feria de Confecciones: El IDT brindó apoyo al evento mediante la instalación de un Punto de Información Turística, instalación de la gigantografía y divulgación el evento en los diferentes canales de comunicación del IDT, en especial en redes sociales (Twitter).
  30. Whork Shop "Agenda Papá": Se hizo presentación de la agenda del Papa. Asistieron 12 agencias de viajes, quienes conocieron los pormenores de la visita papal en Bogotá y las acciones estratégicas que se pretenden desarrollar, antes, durante y después del evento.

31. Rock al parque 2017: el IDT hizo presencia con un punto de información, se realizaron 14 entrevistas a los artistas del evento, y se realizó divulgación del evento en los diferentes canales de comunicación, en especial en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).
32. Relanzamiento Chorro de Quevedo: Se llevó a cabo con éxito y la participación y colaboración de las entidades proyectadas así como los invitados entre ellos gremios del sector Turístico como Acodres, Cluster de la Candelaria entre otros. Se tuvo un punto de información turística.
33. Capacitación de destino en la Universidad Javeriana en el marco del evento Summer School "Emerging Technologies to Support Health Care and Independent Living 2017", en la que participaron profesores internacionales de ingeniería biomédica de Europa, Asia, América Latina y Estados Unidos.
34. IndieBo, Festival de Cine Independiente de Bogotá: a través del proyecto de promoción de los destinos turísticos en el marco de sus festividades de Fontur y Ministerio de Comercio Industria y Turismo, se realizó una activación compuesta por un cine bus el cual recorrió varias localidades de la ciudad, promoviendo la oferta cultural de la ciudad; así mismo se realizó pauta en eucoles en las ciudades de Medellín y Cali, durante dos semanas previas al festival con el fin de incentivar la llegada de turistas durante el evento.
35. Whork Shop "Agenda Papa" CONFETUR: Se hizo presentación de la agenda del Papa. Asistieron pequeños y medianos empresarios del turismo afiliados a la Confederación de la Industria Turística de Colombia (Confetur) quienes conocieron los pormenores de la visita papal en Bogotá y las acciones estratégicas que se pretenden desarrollar, antes, durante y después del evento. Confetur cuenta ya con 1.300 empresarios que representan a hoteles, hostales, agencias de viajes, restaurantes, guías de turismo, museos, empresas de transporte, artesanos, joyeros y operadores turísticos en general.
36. SHOW ROOM Cotelco: el IDT hizo presencia con un stand en donde se atendieron a 200 personas, se instaló la gigantografía y se entregó material promocional. Este evento tuvo apoyo en redes sociales por la oficina de comunicaciones del Instituto.
37. 6ª versión de ZONA MICE: El IDT participó con gigantografía, presentación de destino y presencia de marca en las diferentes piezas digitales y físicas.
38. Festival de Verano: El IDT apoyó con la Gigantografía, Punto de Información Turística y distribución de material promocional. Se realizó divulgación del evento en los diferentes canales de comunicación, en especial en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).
39. Congreso Internacional de Espacio Público en Bogotá: El IDT apoyó con la presencia de la marca ciudad. Presencia en el escenario principal de forma permanente la marca ciudad de Bogotá como un elemento fundamental para generar apropiación de la marca en el espacio en público.
40. Feria Internacional de Seguridad E S S Colombia 2017: El IDT hizo presencia con la Gigantografía y se realizó divulgación del evento en los diferentes canales de comunicación, en especial en redes sociales ( Twitter).

41. Ciclo paseo cachaco: El IDT hizo presencia con un skyline, distribución de material promocional e informador turístico y contó con el apoyo en redes sociales. Se realizó divulgación del evento en los diferentes canales de comunicación del IDT, en especial en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).
42. Alimentarte Food Festival 2017: El IDT apoyo el evento con un Punto de Información Turística, (Skyline), Totem Digital, Gigantografía, recorridos y distribución de material promocional y se realizó divulgación del evento en los diferentes canales de comunicación del IDT, en especial en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).
43. Press Trip Religioso: A través del Press Trip se dio a conocer la oferta turística de la ciudad el segmento religioso, iglesias y rutas que los turistas podían desarrollar antes, durante y después de la visita del papa, a 1 periodista de Brasil y 4 de Costa Rica, de los medios REPRETEL, LA NACION y CORREIO BRAZILIENSE.
44. Evento Académico Internacional IONS 2017: El IDT apoyó la actividad a través de la distribución de 150 mapas turísticos de Bogotá y la presencia de un Skyline y un informador turístico durante el primer día del evento, 15 de Agosto de 2017.
45. Graduación Taxistas: El IDT participó con Gigantografía y Sky Line, en la Plaza de los Artesanos.
46. Se implementó estrategia de promoción y divulgación de la marca Bogotá a través de diferentes medios comunicación físicos y virtuales en el Marco de la visita del Papa:
  - Activaciones Branding PIT: Muelle Internacional, Terminal Sur, Terminal Salitre y Centro Histórico.
  - Kits de Bienvenida.
  - Mapa Turismo Religioso.
  - Agenda Ciudad.
  - Web Papa: [www.visitadelpapabogota.com.co](http://www.visitadelpapabogota.com.co)
  - App Visita Papal
  - Acciones de Posicionamiento Web Papa: Posicionamiento SEO, Posicionamiento SEM, Link Building, Social Media.
  - Plan de Medios: Pauta en Pantalla de Aeropuertos (BOG-CLO-BGA)
  - Plan de Medios: Terminales de Transporte: Neiva, Ibagué, Bucaramanga.
  - Pauta Aerolínea.
  - Video.
  - Pauta Revista Especializada Turismo: La Devi, Revista DC,
  - Plan de Medios: Google adwords, Display: Youtube, Facebook, Pauta Móvil e Instagram.
  - Pauta en Radio: Cuñas y Menciones.
  - Articulación con sector productivo del turismo.
  - Vinculación de Prestadores de Servicios Turísticos.

47. Cirque du Soleil: IDT participo de la mano de la Cámara de Comercio de Bogotá con: Ubicación de la gigantografía, uso de la marca ciudad en los espacios de promoción del evento y difusión del evento en Agenda de Ciudad.
48. Festival Internacional de Música Sacra –FIMS: El IDT lidero las gestiones para lograr que este evento fuera priorizado como evento de ciudad para la vigencia 2017. Apoyo con recursos concertados con FONTUR para alquilar el Teatro Julio Mario Santo Domingo en su inauguración y cierre del Festival. Se hizo presencia con la gigantografía en el evento de inauguración de la Iglesia de San Ignacio, restaurada durante 7 años por la comunidad jesuita.
49. Press Trip Festival Internacional de Música Sacra: se realizó un PRESS TRIP, con una agenda de tres días con tres periodistas internacionales de los mercados de España y U.S.A.
50. Visita del Papa: En el marco de la visita del papa a la ciudad se realizaron las siguientes actividades: • Activaciones: en las instalaciones del Terminal de Transporte Salitre se realizó flashmode con el grupo Fundación Orquesta Sinfónica de Bogotá los días 2 y 3 de septiembre, así mismo se realizó branding en los puntos de información turística, (Terminal del sur, Terminal del Salitre, Muelle Internacional del Aeropuerto el Dorado y Centro Histórico). • Se realizaron recorridos gratuitos de turismo religioso, en el centro histórico de la ciudad, atendiéndose un total de 1.934 personas. • Se ubicaron 3 PIT en el parque Simón Bolívar durante la misa campal del 7 de septiembre. • Se realizaron Mapas Turismo Religioso con 450.000 ejemplares, distribuidos así: 252.000 ejemplares en la separata El Tiempo Papa Francisco Pregonero de Paz - 27 de agosto y 198.000 distribuidos en 9 puntos de información turística como, activaciones, misa campal, gremios, Policía de Turismo, Bike Tours, Asociación Zona C – Candelaria, Turisbog - City tour Bus Bogotá y 65 prestadores de servicios turísticos vinculados a las actividades del Papa. • Se realizó agenda de ciudad la cual se distribuyó durante agosto y septiembre con información de la Visita Papal, a través 600 prestadores de servicios turísticos a nivel nacional y en oficinas comerciales de Procolombia a nivel internacional - Perú y Ecuador.
51. Bogotá Music Market – BOMM: El IDT lideró en conjunto con la CCB la priorización de este evento como evento de ciudad. Se realizaron de apoyo en la promoción y difusión en redes sociales de la mesa de mercadeo de ciudad presencia de la marca ciudad en las piezas promocionales del evento; difusión del evento en la Agenda Ciudad.
52. Ágora Bienal Bordeaux: el IDT apoyó con gigantografía en el patio interior del museo y con la articulación del punto de información turística del centro histórico como punto final de los recorridos panorámicos. Esta exposición, realizada por invitación de la Bienal Agora, muestra la Bogotá de hoy desde una óptica del paisaje e imagina cómo cambiará en los próximos 50 años. El IDT lideró en conjunto con la CCB la priorización de este evento como EVENTO DE CIUDAD: Apoyo en la promoción y difusión en redes de la Mesa de Mercadeo de Ciudad la agenda de este evento; Presencia de la marca ciudad en las piezas promocionales del evento; Difusión del evento en la Agenda Ciudad.



53. XXII Jazz al Parque: el IDT lidero en conjunto con IDARTES y la SCR D: Priorización de este evento como EVENTO DE CIUDAD; Gigantografía; Difusión en redes de la mesa de mercadeo de ciudad sobre su agenda y line up; Difusión del evento en Agenda Ciudad.
54. Ecosistema Arte: Cámara de Comercio: El IDT apoyó el evento con: Punto de Información; material Promocional; Recorridos Turísticos y difusión del evento en Agenda de Ciudad.
55. II Feria del Calzado y Marroquinería: El IDT apoyó el evento con: Presencia de Sky Line e Informador Turístico.
56. Press Semana de la Bicicleta: Se programó una agenda que les permitió conocer las ofertas de turismo urbano, naturaleza y vida nocturna.
57. X Encuentro Ópera Latinoamérica –OLA: El IDT apoyó el evento con: Material Promocional de la Ciudad.
58. Ciclopaseo Día Mundial del Turismo Sostenible: El IDT desde la Red de Información Turística apoyo con 5 guías que acompañaron a los asistentes al CicloPaseo contando la historia y la importancia de los lugares que se visitaron. Se repartieron 60 kits (botilito, manilla y mochila) entre los asistentes al evento. También se realizó la convocatoria dirigida a: Colectivos de Bicicleta, miembros de BikoApp, Gremios del Sector Turismo y se coordinó con el Observatorio de Turismo la convocatoria a hoteles, hostales y agencias de viaje.
59. TEDX Mujeres Bogotá: El IDT hizo presencia con la Gigantografía.
60. Webinar con Procolombia: Webinar sobre el perfil del turista de México, oportunidad para conocer de primera mano cuáles son las preferencias que tienen los viajeros en México al momento de conocer otros destinos, además abordar temas de contexto macro económico, características y comportamientos de los turistas mexicanos en sus viajes al exterior, conectividad aérea, oportunidades del mercado entre otros.
61. Capacitación de Destino: En el marco del press trip realizado del 26 al 28 con periodistas nacionales se realizó una capacitación de destino a los medios; Revista La Devi y Turismo Super, donde se profundizaron los 5 productos turísticos con los que cuenta Bogotá y se promociona la ciudad como destino turístico.
62. Se implementó estrategia de promoción y divulgación de la marca Bogotá mediante el desarrollo del proyecto internacional en el que se realizó la promoción de los productos turísticos de Bogotá.
63. Press Trip con invitados de China: En el marco del convenio interadministrativo suscrito entre el IDT y el Instituto de Turismo de Villavicencio, se realizó una agenda para atender a 2 periodistas chinos. En el desarrollo del Press Trip se hizo énfasis en dar conocer la oferta de turismo cultural y de naturaleza con que cuenta la ciudad.
64. VI Seminario Internacional de Gerencia Jurídica Pública: El IDT apoyó este evento con la ubicación de la gigantografía en la plaza interior de los salones Huitaca, entrega de material promocional (22 kits) y recorrido turístico por el centro histórico al conferencista Jordi Nieva Fenoll, mediante el cual se presentó una visión diferente de nuestro país, de nuestra ciudad, de la historia de Bogotá a través de la riqueza arquitectónica, cultural y social de Bogotá.

65. Colombia Travel Expo en Medellín: La entidad participó con un stand de BOGOTA con un área de 18 metros cuadrados y entrega de material promocional, adicionalmente realizó una activación con énfasis en grafitis, el cual contaba con un mural para que las personas dejaran un mensaje para Bogotá, lo que permitió medir como ven los visitantes a la ciudad capital. Como logro de este evento se adelantó reunión con el Buro de Medellín para la firma de un convenio multidesestino, para trabajarlos segmentos bicicleta y naturaleza por parte de Bogotá, así como participación en ferias y Fam y Press Trip en conjunto.
66. Presentación de destino en el marco de Colombia Travel Expo: Se realizó una presentación de destino a hoteles, agentes de viajes y empresas interesadas en los prestadores turísticos de Bogotá, se entregó material de promoción de ciudad.
67. One Young World: El IDT apoyo este evento con las siguientes actividades: 1. A través de las redes sociales del IDT y la mesa de comunicaciones de la mesa de mercadeo de ciudad. 2. Presencia de la gigantografía en la inauguración en la plaza de Bolívar y en AGORA Bogotá. 3. Se realizó difusión del evento en la Agenda Ciudad.
68. Press Trip One Young World: Se realizó recorrido en bicicleta haciendo uso del sistema distrital de ciclovías, el punto de encuentro fue en el Hotel Hilton, se visitó: la Iglesia de la Porciúncula, la Zona Rosa, el Parque el Virrey, Usaquén, Centro Comercial Santa Bárbara y el Museo del Chico, lugar donde se finalizó con un picnic y muestra gastronómica, con periodistas de Expresso Reporter - SABC, Freelancer, BBC Online y Senior Editor, Newsweek International
69. Press Trip Naturaleza\_1: Se realizó Press Trip a los blogueros brasileros, del Blog especializado en viajes “Viajar e Demais”, mediante recorrido por el Museo Nacional, Quiosco de la Luz, MAMBO, parque Bicentenario, mirador de la Torre Colpatria, centro histórico y quebrada Las Delicias.
70. 100 en Día por Bogotá: El IDT realizó acompañamiento a las redes sociales y metodología de convocatoria a las actividades propuestas por grupos de ciudadanos interesados en contribuir en acciones de mejoramiento del espacio público, parques, Transmilenio, entre otros. El IDT lideró un mensaje de aprobación al proyecto por ser una iniciativa nueva para la apropiación de la ciudad por parte de grupos ciudadanos.
71. XX Reunión Americana de Genealogía y X Congreso Iberoamericano de las ciencias Genealógica y Heráldica: El IDT hizo presencia con material promocional: Brochures, mapas turísticos religiosos en español, manillas, y brochure en inglés.
72. Bogotá International Film Festival –BIFF: El IDT participó con presencia de la marca ciudad en todas las piezas de comunicación impresa y digital. Se logró que BIFF fuera seleccionado dentro de los 10 eventos priorizados de ciudad para 2017. Participó activamente en la difusión por las redes de todas las actividades de BIFF. Se hizo presencia en el catálogo oficial de la Feria y todas las piezas de promoción de BIFF.
73. Press Trip BIFF: Con el fin de promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico en el marco de grandes eventos, se aprovechó el evento del BIFF para traer periodistas



- nacionales a disfrutar una experiencia en la ciudad. Se organizó el Press Trip para 3 periodistas nacionales provenientes de Bucaramanga, Manizales y Cali. Se realizó un circuito turístico que inicio en la marca Bogotá ubicada en el Parque Bicentenario, paso por el Planetario, la Plaza Santa María, el Museo Nacional, el quiosco de la Luz y finalizó en el Museo de Arte Moderno de Bogotá (MAMBO)
74. Press Trip Mesa de Promoción: Se realizó el press con el fin de promocionar a Bogotá como destino turístico religioso, así como la promoción de la ciudad como sede de grandes eventos. La temática del Press fue una combinación de oferta de ciudad, con visita a los escenarios gastronómicos, todo en el marco a los 50 BEST realizado en Bogotá. Se entregó material promocional.
  75. 3er BARCU - Bogotá Arte y Cultura: El IDT apoyo este evento a través de las redes sociales del IDT y la mesa de comunicaciones de la mesa de mercadeo de ciudad.
  76. X Congreso de Contabilidad Pública: El IDT hizo presencia con la Gigantografía de la marca ciudad.
  77. Congreso internacional de investigación turismo y buen vivir: Previo al evento, se acordó con la Universidad Externado de Colombia la promoción y divulgación de los recorridos por el centro histórico que se realizaron durante los días 26 y 27 de octubre. De esta forma, 43 asistentes y conferencistas del evento asistieron a dichos recorridos. El evento fue incluido en la agenda de ciudad del mes de octubre de 2017. Se realizó la entrega de 25 kits de material promocional a los conferencistas internacionales asistentes a la actividad "Mesa del Chef" dentro del evento. Se entregó material promocional (Guía de Turismo Cultural, Guía de vida nocturna, Guía de ProColombia, mapas en inglés y manilla) a los asistentes al evento en el PIT, allí se atendieron a un total de 231 personas, de los cuales: 110 fueron residentes, 62 fueron nacionales y 59 fueron extranjeros. En el PIT se contó con la asistencia de personas provenientes de los departamentos de: Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Cauca, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Risaralda, Santander, Valle del Cauca y Vichada, y de los países: Bélgica, Brasil, Ecuador, Estados Unidos, Francia, México, Panamá y Suiza, algunos de los cuales asistieron a los recorridos por el centro histórico ofrecidos por el IDT a través de la Red de Puntos de Información Turística. Se contó con la presencia de la gigantografía de la marca "Bogotá" a la entrada del evento durante los dos días y la Universidad Externado de Colombia entregó kit con Carpeta y programación del evento, piezas físicas en las que se incluyó la marca "Bogotá" y el logro del Instituto Distrital de Turismo. Se ofrecieron una experiencia de ciudad a 10 invitados participantes en el Congreso, entre ellos 8 conferencistas internacionales y la decana de la facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. El Director General del Instituto Distrital de Turismo, realizó intervención al inicio del evento, dando la bienvenida a los conferencistas internacionales y asistentes al evento a la ciudad de Bogotá y los invitó a conocer nuestra ciudad como destino turístico.

78. Feria Internacional de Arte de Bogotá- ARTBO: El IDT lidero que ARTBO fuera seleccionado dentro de los 10 eventos priorizados de ciudad para 2017. Participó activamente en la difusión por las redes de todas las actividades de ARTBO. Se hizo presencia en el catálogo oficial de la Feria y se exhibieron los 4 comerciales de 30 segundos de promoción de la feria en los aeropuertos de Bogotá y Cartagena a través de las pantallas de Efectimedios.
79. Press Trip ARTBO: Se consolidó y lideró el programa de experiencia de ciudad para los 15 periodistas invitados por IIB, Procolombia, Fontur, de los cuales 3 fueron invitados por el IDT.
80. Press Trip Naturaleza\_2: Se realizó el Press con el fin de Promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico, en esta oportunidad el IDT realizó con periodistas nacionales y una bloguera peruana la promoción de los cerros de Bogotá. Se entregó material promocional a los asistentes.
81. Webinar Ruta Colonial: El día 18 de Octubre a las 3:00 pm se realizó el webinar de la Ruta Colonial que contó con la participación de 14 operadores turísticos.
82. IV Modelo ONU Cambio Climático 2017: Para el IDT es importante participar en eventos que generen un llamado de consciencia hacia la problemática que está enfrentando el mundo con el medio ambiente. Éste es un escenario propicio para promocionar nuestra ciudad, como un destino preocupado por la protección de la naturaleza y del entorno y a su vez una oportunidad de mostrar las riquezas naturales con las que cuenta nuestra ciudad. Asistieron delegaciones de Bolivia, Ecuador y Colombia y se entregaron de 70 kits de material promocional.
83. Tedx Bogotá Mujeres: Se ofreció una experiencia de ciudad para 5 Speakers participantes en el evento. La experiencia se trató de invitar a los speakers a hacer un recorrido por el centro histórico con un informador de la Red de Puntos de Información Turística y se ofreció una toma de colaciones santafereñas en el café "Casa Galería". Adicionalmente, el día del evento se tuvo presencia de Gigantografía de la marca "Bogotá" y un Skyline con un informador turístico y con 800 mapas turísticos de Bogotá en inglés.
84. World Travel Market 2017 London: Bogotá tuvo un módulo dentro del stand de Colombia, se preparó una agenda para las citas en WTM que se desarrollaron en los stands de los empresarios, durante las citas se realizó una presentación de destino en inglés, destacándose el uso de bicicletas, el segmento de Naturaleza y el avistamiento de aves. Los empresarios encuentran en Bogotá una posibilidad real de comercialización de todo tipo de servicios turísticos (hoteles, transportes, gastronomía, capacitaciones, documentación, proyectos audiovisuales, redes sociales, libros, proyectos artísticos y negocios en general) por lo que la participación en este evento resulta muy valiosa para la promoción de Bogotá como destino turístico.
85. Webinar Oferta Turística de Bogotá: El IDT realizó un ciclo de 5 Webinar los días 7, 8, 9, 10, y 14 marzo, sobre: Bogotá cultural y creativa; Aviturismo; Turismo Bicicletas; Bogotá y la Marca Ciudad y Vida Nocturna.

86. Congreso Mundial de Clusters - 20 TCI Global: El IDT acompañó a la organización del evento en la experiencia de ciudad TURISMO & GASTRONOMIA que se diseñó para que los asistentes que se inscribieran pudieran recorrer los proyectos que se han articulado entre la CCB y la Alcaldía Mayor de Bogotá. Caso específico: Plaza de la Perseverancia y señalización turística del centro histórico. Se suministró material de marca ciudad, participación del Director del IDT en el evento y presencia de marca ciudad a través de la Gigantografía.
87. EXPOBAR 2017: El IDT apoyó el evento a través de presencia con 2 pendones fondo blanco marca Bogotá, Kit de material promocional, difusión en redes sociales y difusión en agenda ciudad.
88. Press Satena: Se programó una agenda que les permitió a los periodistas conocer el turismo urbano de la ciudad, así como los segmentos de naturaleza, vida nocturna y bicicleta. Se atendieron a 2 periodistas y un fotógrafo de la revista Volar de Satena, la cual se entrega durante los vuelos que realiza la aerolínea de manera física en todas las ciudades a las cuales Satena llega.
89. Rueda de Negocios Bogotá Turística, Cultural y Creativa: El evento fue producido, coordinado y ejecutado por el IDT para tal fin se realizó la convocatoria mediante la publicación de la Rueda de Negocios en la página web del IDT, se solicitó el material promocional requerido, así como el préstamo de la gigantografía, el pendón y el Acento institucional, para este evento se contó con FONTUR, MINCIT y ANATO como aliados estratégicos. Se contó con la participación de 55 oferentes o vendedores y 50 agencias de viajes quienes fueron los compradores y proyectaron durante el desarrollo de este evento negociaciones por \$600.000.000, las cuales tuvieron un enfoque hacia la innovación y diversificación del producto turístico cultural de la ciudad.
90. Salsa al Parque 2017: El IDT articuló y gestionó la presencia de la marca ciudad en la zona de ingreso al evento. Se apoyó mediante la Mesa de Comunicaciones de Mercadeo de Ciudad con la difusión en redes sociales, el line up de artistas y la imagen gráfica del evento.
91. Misión Comercial en Ibagué: Se realizó promoción del multidestino Bogotá- Villavicencio: - La ciudad de Bogotá mostró la oferta de bicicleta y naturaleza a través de 10 empresarios y por su parte Villavicencio participó con 10 empresarios quienes mostraron toda su oferta cultural y tradicional. Se entregó material promocional.
92. Día del Ajiaco: Se apoyó el evento mediante la presencia de marca Bogotá por medio de la gigantografía, difusión en Agenda Ciudad y difusión en página [www.bogotaturismo.gov.co](http://www.bogotaturismo.gov.co).
93. Muestras Culturales Colegios Amigos del Turismo: Se apoyó el evento mediante la presencia de la marca ciudad por medio de la Gigantografía y difusión en redes sociales del IDT.
94. Press Trip ElDorado Fest 2017: el evento sirvió como estrategia de mercadeo para promocionar la marca de ciudad ante unos 1.000 asistentes. Presencia de marca en la página oficial del evento: <http://www.festivaleldorado.com/>. Adicionalmente, el evento contó con 6.667 seguidores en su cuenta de Twitter @ElDoradoFest, se realizó un recorrido por la

- ciudad con un grupo de 7 periodistas invitados al evento provenientes de 5 países de los cuales 4 hacen parte de nuestros mercados objetivos (Argentina, Chile, México, Costa Rica y Reino Unido).
95. Internacional Fashion Week: Se hizo presencia con la Gigantografía, que se ubicó en el primer piso para los desfiles programados en el día, y para dar la bienvenida a los invitados que participaron al desfile del piso 23 que se dio en las horas la noche.
  96. Navidad más cerca de las estrellas: Desde el IDT se trazó la hoja de ruta orientada a la necesidad de fortalecer y cualificar la Navidad como un producto turístico a la altura de los mejores. En ese orden de ideas se propuso una estructura interinstitucional y la puesta en marcha de estrategias transversales al interior de la administración acordes con su naturaleza, orientadas a generar un alto impacto social y apuntado al núcleo del plan de desarrollo de la Alcaldía Mayor de Bogotá "Felicidad para todos" y los ejes transversales de sostenibilidad, oportunidades e igualdad; así como al cumplimiento del proyecto "Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos" y "Posicionamiento de Bogotá como destino Turístico". En síntesis, se llevó a cabo una investigación que permitió identificar los componentes del producto, proponer un organigrama de trabajo colaborativo a través de cinco comités (logístico, cra.7, agenda, comunicaciones y general) y desarrollar el producto por etapas y componentes: lumínico, agenda y promoción y divulgación. Esta exitosa articulación, permitió la construcción y cualificación del producto que ostenta ser uno de los más reconocidos de la ciudad. Se realizaron 19 Recorridos guiados en bicicleta por el corredor norte de Bogotá para apreciar la iluminación en los que participaron 330 usuarios.
  97. BOGOSHORT: Se hizo presencia de la marca ciudad a través de la Gigantografía y se realizó difusión en las redes sociales del IDT.
  98. PRESS "REAL MADRID": Con el objetivo de promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico en el marco de grandes eventos, se realizó la agenda, la gestión y el acompañamiento de 2 periodistas del canal deportivo Real Madrid.
  99. Activación ciudad en Villavicencio: El Instituto Distrital de Turismo participó con una activación de la marca ciudad que consistía en iluminar las sílabas de la palabra Bogotá, a medida que las personas pedaleaban en 3 bicicletas; adicionalmente en dos pantallas se proyectaba de manera continua videos resaltando el turismo en Bogotá. Se realizó difusión del evento en Twitter del IDT. Se realizó distribución de piezas promocionales.
  100. Estrategias de Promoción y divulgación de la Marca Bogotá a través de diferentes medios de comunicación virtuales como Pauta de Navidad.
  101. Se implementó estrategia de promoción y divulgación de la marca Bogotá a través de los proyectos FONTUR con la promoción del festival de Artbo en pantallas de aeropuertos durante un mes a partir del 11 de octubre al 11 de noviembre.

### 3. PRESUPUESTO DE GASTOS

En la vigencia fiscal 2017, el Instituto Distrital de Turismo contó con un presupuesto de gastos de diez y nueve mil doscientos sesenta y cinco millones ochocientos noventa y nueve mil pesos \$19.265.899.000 distribuido en gastos de funcionamiento y gastos de inversión. A 31 de diciembre, la ejecución del presupuesto de gastos fue del 98,16% y los giros del 79,97%.

A continuación se detalla la ejecución por agregado presupuestal:

Rubro	Apropiación Disponible	Ejecución	% Ejec.	Giros	% Giros
<b>GASTOS</b>	<b>\$19.265.899.000</b>	<b>\$18.912.004.667</b>	<b>98,16%</b>	<b>\$15.406.412.554</b>	<b>79,97%</b>
<b>Gastos de Funcionamiento</b>	<b>\$6.403.812.000</b>	<b>\$6.170.775.435</b>	<b>96,36%</b>	<b>\$6.038.101.295</b>	<b>94,29%</b>
Servicios personales	\$5.099.412.000	\$4.901.135.134	96,11%	\$4.901.135.134	96,11%
Gastos generales	\$1.304.400.000	\$1.269.640.301	97,34%	\$1.136.966.161	87,16%
<b>Gastos de Inversión</b>	<b>\$12.862.087.000</b>	<b>\$12.741.229.232</b>	<b>99,06%</b>	<b>\$9.368.311.259</b>	<b>72,84%</b>
<i>Inversión Directa</i>	<i>\$12.852.890.500</i>	<i>\$12.732.032.732</i>	<i>99,06%</i>	<i>\$9.359.114.759</i>	<i>72,82%</i>
Proyecto 0988 “Turismo como generador de desarrollo, confianza y felicidad para todos”	\$ 5.361.653.500	\$ 5.357.286.690	99,92%	\$ 3.825.564.379	71,35%
Proyecto 1036 “Bogotá destino turístico competitivo y sostenible”	\$ 4.644.317.000	\$ 4.557.076.042	98,12%	\$ 3.094.176.930	66,02%
Proyecto 1038 “Fortalecimiento institucional del IDT”	\$ 2.846.920.000	\$ 2.817.670.000	98,97%	\$ 2.439.373.450	85,68%
<i>Pasivos Exigibles</i>	<i>\$9.196.500</i>	<i>\$9.196.500</i>	<i>100%</i>	<i>\$9.196.500</i>	<i>100%</i>

La ejecución de gastos de funcionamiento presentó un porcentaje del 98,16% a nivel de compromisos, y del 89,97% a nivel de giros. Por su parte, el presupuesto de gastos de inversión presentó un alto nivel de ejecución llegando al 99,06% y los giros a un 72,84%.