

INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

Rendición de Cuentas Informe Ejecutivo¹

Mayo de 2014

¹ Para mayor detalle de esta Rendición de Cuentas consultar Informe de Gestión y Resultados – Vigencia 2013:
http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/04/cbn_1090_informe_de_gestion_y_resultados_idt_2013.pdf.

Tabla de contenido

<i>Introducción</i>	3
1 Informe Ejecutivo de Rendición de Cuentas	5
El Instituto en el Plan de Desarrollo Distrital 2012 – 2016 “Bogotá Humana”	5
Ejecución presupuestal institucional	10
2 Principales logros del IDT con impacto en la ciudad	12
3. Dificultades presentadas para alcanzar los objetivos	16
4. Conclusiones	18
5. Desafíos para el año 2014	20
6. Anexo 1. Balance de cumplimiento de las metas y recursos 2013.	22

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



BOGOTÁ
HUMANANA

Introducción

Dentro del marco del Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Humana”, las actividades adelantadas por el Instituto Distrital de Turismo (IDT) han impulsado el desarrollo económico de Bogotá a través de la promoción de la actividad turística de la ciudad y de gestionar las mejores condiciones de competitividad y sostenibilidad del destino, conforme a lo establecido en los Acuerdos 275 de 2007 y 327 de 2008, el Decreto 327 de 2008 y la Política de Calidad de la entidad.

El IDT lleva a cabo su labor misional, mediante la implementación de planes, programas y proyectos que adelanta en buena medida bajo alianzas estratégicas público – privadas del orden nacional y distrital. Se ciñe a criterios que maximizan la relación de beneficio/costo y de apalancamiento de los recursos públicos, asignados para lograr el mayor impacto en la ciudad en materia de generación de empleo, inversión, divisas, imagen, competitividad y calidad de vida de la ciudad.

La apuesta estratégica para Bogotá se ha concentrado en posicionarla como un destino turístico sostenible, y para el sector turismo como un impulsador del desarrollo económico, social y cultural. En cumplimiento de estos objetivos, la ciudad cuenta hoy con una renovada imagen que apoya el posicionamiento y recordación de Bogotá en temas priorizados (cultura, inversión, turismo, innovación, naturaleza, gastronomía, golf, religioso, diversión, compras, etc.). Así mismo, con la campaña de promoción turística “Bogotá, Infinitas Posibilidades”, dirigida a divulgar y resaltar la variada oferta turística de la ciudad para satisfacer gustos y necesidades de los diferentes públicos de interés. Y con la apertura de un moderno Punto de Información Turística (PIT) ubicado en el muelle internacional del aeropuerto El Dorado, dotado con toda la infraestructura y tecnología para dar la bienvenida a los viajeros extranjeros y brindarles información general y turística.

Adicionalmente, con el fin de mejorar las condiciones de competitividad turística y de hacer de Bogotá una mejor ciudad para vivir y visitar, durante 2013 se beneficiaron de manera directa 10.054 personas a través de proyectos como Bilingüismo, Escuelas de Seguridad, Plazas de Mercado, Resignificación Ancestral de la Cultura Muisca, Turismo Idiomático, Valoración del patrimonio del Palacio Liévano y Turismo Rural. De la misma manera, 161 empresas se favorecieron mediante procesos de incubación, creación de planes de negocios, certificación en normas técnicas de turismo sostenible y prevención de la explotación sexual y comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA).

En lo correspondiente a inclusión y desarrollo social, el IDT en su apuesta por la extensión de los beneficios de la actividad turística a la comunidad residente y el disfrute de los atractivos -como contribución a la lucha frente a la segregación- adelantó las estrategias “Cultura Turística” y “Turismo Social y Comunitario”, con las que en 2013 se beneficiaron 13.241 personas. Otro aporte fue la vinculación de 6 nuevos colegios distritales al programa Distrital de Colegios Amigos del Turismo.

El IDT, por intermedio del Observatorio Turístico de Bogotá, único en Colombia para la provisión y análisis de datos turísticos, mediante investigaciones realizadas por expertos del Instituto en alianza con entidades confiables, realizó el año pasado, 3 invaluable investigaciones sobre el comportamiento de la oferta y la demanda turística de la ciudad.

Dichos estudios confirman la consolidación de Bogotá como el principal destino turístico colombiano a nivel nacional e internacional. Como consecuencia, la dinámica del sector impulsa la actividad económica de la ciudad, con un auge creciente en materia de inversión nacional e internacional en infraestructura turística y en mayores atractivos.

La gestión del IDT cuenta con la favorabilidad y credibilidad por parte de la ciudadanía, como lo revelan importantes medios de comunicación que resaltan su capacidad técnica. Esta característica se confirma además con la certificación otorgada de parte de la firma SGS en las normas NTC-ISO 9001:2008 y NTCGP 1000:2009 y ratificada por segundo año consecutivo. Por otra parte, su compromiso con el medio ambiente se evidencia con la reciente certificación del Sistema de Gestión Ambiental en la norma internacional ISO 14001:2004 otorgada por la firma ICONTEC.

Es importante resaltar que a medida que se avanza en la consolidación del modelo de desarrollo turístico definido para la ciudad, es necesario hacerlo en la asignación de recursos para seguir posicionando a Bogotá como principal atractivo turístico de la nación. Lo anterior requiere de un reconocimiento del sector turístico como renglón de los servicios con efectos multiplicadores en la generación de riqueza, de empleo e inclusión social. En este sentido se deben seguir aunando esfuerzos entre el sector público y el privado para mantener al turismo como alternativa de desarrollo sostenible para la ciudad y su zona de influencia, y como posibilidad para abrir nuevos caminos de mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos.

Las acciones realizadas por la Administración Distrital en el marco del Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Humana”, en cabeza del IDT, ponen a Bogotá a la vanguardia nacional y regional en materia de gestión en competitividad, promoción e información para el sector del turismo.

El presente informe se estructura de la siguiente forma. En la primera parte, se describen los avances en las metas del Plan de Desarrollo Distrital y la ejecución de los recursos. En la segunda, se describen los principales logros. En la tercera se mencionan las dificultades presentadas para el logro de los objetivos. En la cuarta se recogen las conclusiones y finalmente, en una quinta, se relacionan los desafíos que tendrá que sortear el IDT para el año 2014.

1 Informe Ejecutivo de Rendición de Cuentas

Los avances en las metas del año 2013 corresponden al Plan Distrital de Desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas para Bogotá D.C. 2012 – 2016 “Bogotá Humana”. En este sentido se presentan a continuación los resultados obtenidos.

El Instituto en el Plan de Desarrollo Distrital 2012 – 2016 “Bogotá Humana”

El IDT se ubica en los siguientes ejes estratégicos y programas del Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Humana”:

Eje 1: Una ciudad que supera la segregación y la discriminación: el ser humano en el centro de las preocupaciones del desarrollo.

Programa 12: Apoyo a la economía popular, emprendimiento y productividad.

Cuadro 1

Relación Proyectos y Metas del IDT en el marco del programa 12 asociado al eje 1 del Plan de Desarrollo Distrital "Bogotá Humana" 2012-2016.

Proyecto prioritario	Proyecto de inversión	Metas
163- Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá	731	244- Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados.
		245- Incubar 120 empresas prestadoras de servicios turísticos, dentro de las cuales 10 son de vendedores informales como opción productiva para su salida del espacio público.
		246- 200 nuevos empresarios del turismo para el próximo cuatrienio.
		247- Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad.
		248- Afianzar 6 clúster turísticos en la ciudad de Bogotá, que recojan cerca de 200 unidades productivas dándole salidas económicas a 2.400 personas directas vinculadas a ellos.
		249- Realizar actividades de turismo social/o ecológico en el marco de Bogotá-Región con la participación de por lo menos 10.000 ciudadanos.
		250- Capacitar 450 prestadores de servicios turísticos y los conexos a la cadena productiva del turismo en una segunda lengua acorde al tipo de servicio y clasificación de la misma.

Proyecto prioritario	Proyecto de inversión	Metas
164- Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos.	740	251- 30.000 personas en el cuatrienio para formar en amor y apropiación por la ciudad, de los dos grupos: 1). 10.000 personas que tienen contacto frecuente con los visitantes. 2). 20.000 de ellas entre adultos mayores, jóvenes y niños en escolaridad y discapacitados.
		252- Generar apropiación del territorio a través de la implementación del Programa Nacional Colegios Amigos del Turismo en 20 colegios públicos de la ciudad.
		253- Dos sectores turísticos señalizados.
		254- 120 Prestadores de Servicios Turísticos o complementarios que apliquen estrategias de prevención de ESCNNA.
		255- 60 empresas turísticas adicionales, comprometidas con prácticas de calidad e innovación como diferenciador de mercado.
		256 - Atender 3.420 recorridos turísticos peatonales.
		257- Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística.
		258- Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad.
		259- Captar 120 eventos con categoría ICCA.

Eje 3: Una Bogotá que defiende y fortalece lo público.

Programa 31: Fortalecimiento de la función administrativa y desarrollo institucional.

Cuadro 2

Relación Proyectos y Metas del IDT en el marco del programa 31 asociado al eje 3 del Plan de Desarrollo Distrital "Bogotá Humana" 2012-2016.

Proyecto prioritario	Proyecto de inversión	Metas
235- Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades.	712	457- Implementar en el 100% de las entidades del distrito el Sistema Integrado de Gestión.

Indicador de impacto Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Humana”:

DESCRIPCIÓN DE LA META DE IMPACTO		Incrementar 10% anual el número de visitantes de la ciudad.	
INDICADOR	Nombre	Variación porcentual anual de la llegada de visitantes a Bogotá.	
	Tipo	Efectividad (Impacto)	
	Fórmula	$\frac{\{(Llegada\ de\ Visitantes\ a\ Bogotá\ en\ t) - (Llegada\ de\ Visitantes\ a\ Bogotá\ en\ t-1)\}}{(Llegada\ de\ Visitantes\ a\ Bogotá\ en\ t-1)} * 100$	
META 2013	LOGROS 2013	AVANCE	OBSERVACIONES
10%	23.630.318 ²	- 4,54%	<p>Para el año 2013 se evidencia un decrecimiento en la llegada de visitantes a Bogotá en el orden de 4.54 % frente al 2012, el que es explicado únicamente por la disminución en la llegada de visitantes a Bogotá en la tipología de visitantes nacionales³.</p> <p>Según el Observatorio de Turismo del IDT, durante el año 2013 llegaron a Bogotá 1.067.304 visitantes extranjeros, lo que muestra un crecimiento del 17.9 % frente al año 2012 y supone un hito histórico al sobrepasar el millón de visitantes foráneos por encima de la dinámica mundial y del país, lo que ratifica el liderazgo del turismo urbano en Colombia y en Suramérica en 2013.</p> <p>En contraste, los visitantes nacionales representaron una caída del 26.25 % frente al mismo período, situación explicada principalmente por los paros y movilizaciones que se realizaron el año pasado durante el segundo semestre de 2013, así como la percepción económica, política y de seguridad, derivada de estos hechos, que también pudo influir en el comportamiento de los principales mercados emisores nacionales de la ciudad, concentrados principalmente en la región central, que viaja preferiblemente por carretera</p> <p>Para una ampliación de los análisis anteriores, remítase al apartado 2 “Principales logros del IDT con impacto en la ciudad”.</p>

² Es relevante señalar que el indicador está formulado según el Acuerdo 489 de 2012 a la luz de medición sobre visitantes, los que pueden o no pernoctar, una cifra más contundente sobre el número de turistas corresponde a 8.018.522 turistas (visitantes que pernoctaron) durante el 2013.

³ La llegada de visitantes a Bogotá se explica por tres componentes: 1. llegada de visitantes internacionales, 2. llegada de visitantes nacionales y 3. llegada de visitantes por conexión.

Avance en la ejecución de la metas a 31 de diciembre de 2013:

Cuadro 3

Avance en las metas del IDT asociadas al Plan de Desarrollo Distrital "Bogotá Humana" 2012-2016.

DESCRIPCION	PROG. / EJEC.	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRAM. 2013	% DE AVANCE 2012-2013	% AVANCE AL PLAN DE DESARR
244- Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados	PROG.	15	7.230	7.755	5.000	1.000	21.000	136,09%	135,91%	47,02%
	EJEC.	35	9.839				9.874			
245- Incubar 120 empresas prestadoras de servicios turísticos, dentro de las cuales 10 son de vendedores informales como opción productiva para su salida del espacio público	PROG.	20	65	25	25	5	120	92,31%	92,31%	42,86%
	EJEC.	-	60				60			
246- 200 nuevos empresarios del turismo para el próximo cuatrienio	PROG.	20	90	45	45	20	200	66,67%	66,67%	30,00%
	EJEC.	-	60				60			
247- Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad	PROG.	-	1.300	1.300	1.300	1.100	5.000	41,92%	41,92%	10,90%
	EJEC.	-	545				545			
248- Afianzar 6 clúster turísticos en la ciudad de Bogotá, que recojan cerca de 200 unidades productivas dándole salidas económicas a 2.400 personas directas vinculadas a ellos	PROG.	35	-	79	79	42	200	0,00%	0,00%	0,00%
	EJEC.	-	-				-			
249- Realizar actividades de turismo social/o ecológico en el marco de Bogotá-Región con la participación de por lo menos 10.000 ciudadanos	PROG.	1	1	2	2	1	7	200,00%	150,00%	42,86%
	EJEC.	1	2				3			
250- Capacitar 450 prestadores de servicios turísticos y los conexos a la cadena productiva del turismo en una segunda lengua acorde al tipo de servicio y clasificación de la misma	PROG.	125	100	100	100	25	450	215,00%	149,78%	76,89%
	EJEC.	131	215				346			
251- 30.000 personas en el cuatrienio para formar en amor y apropiación por la	PROG.	1.217	8.133	6.096	5.463	9.091	30.000	113,05%	111,35%	34,70%

DESCRIPCION	PROG. /EJEC.	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRAM. 2013	% DE AVANCE 2012-2013	% AVANCE AL PLAN DE DESARR
ciudad, de los dos grupos: 1). 10.000 Personas que tienen contacto frecuente con los visitantes. 2). 20.000 entre adultos mayores, jóvenes y niños en escolaridad y discapacitados	EJEC.	1.217	9.194				10.411			
252- Generar apropiación del territorio a través de la implementación del Programa Nacional Colegios amigos del turismo en 20 colegios públicos de la ciudad	PROG.	4	4	4	4	4	20	150,00%	125,00%	50,00%
	EJEC.	4	6				10			
253- Dos sectores turísticos señalizados	PROG.	-	0,01	0,99	-	1	2	100,00%	100,00%	0,50%
	EJEC.	-	0,01				0			
254- 120 Prestadores de Servicios Turísticos o complementarios aplicando estrategias de prevención de ESCNNA	PROG.	10	15	40	35	20	195	106,67%	101,00%	84,17%
	EJEC.	85	16				101			
255- 60 empresas turísticas adicionales, comprometidas con prácticas de calidad e innovación como diferenciador de mercado	PROG.	25	25	5	5	-	60	100,00%	100,00%	83,33%
	EJEC.	25	25				50			
256 - Atender 3.420 recorridos turísticos peatonales	PROG.	428	855	855	855	427	3.420	105,96%	103,41%	45,26%
	EJEC.	642	906 ⁴				1.548			
257- Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística	PROG.	62.500	250.000	250.000	250.000	187.500	1.000.000	102,79%	101,69%	41,89%
	EJEC.	161.874	256.976 ⁵				418.850			
258- Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad	PROG.	2	1	2	1	-	6	100,00%	100,00%	50,00%
	EJEC.	2	1				3			
259- Captar 120 eventos con categoría ICCA.	PROG.	-	6	10	11	93	120	100,00%	100,00%	5,00%
	EJEC.	-	6				6			

⁴ Es preciso aclarar que el total consolidado de recorridos fue de 1.209, razón por la cual los 303 recorridos faltantes, serán reportados en SEGPLAN en el primer trimestre de 2014, dado que hasta ese momento se abre el sistema para realizar el respectivo seguimiento.

⁵ Total consolidado de consultas 256.979, razón por la cual, 3 consultas se reportarán en SEGPLAN en el primer trimestre de 2014.

DESCRIPCION	PROG. /EJEC.	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRAM. 2013	% DE AVANCE 2012-2013	% AVANCE AL PLAN DE DESARR
457- Implementar en el 100% de las entidades del distrito el Sistema Integrado de Gestión	PROG.	19,99	40,00	60,02	80,01	100,00	100,00	100,00%	100,00%	40,00%
	EJEC.	19,39	40,00				59,39			

Ejecución presupuestal institucional

El cuadro 4 presenta un comparativo de la ejecución presupuestal, funcionamiento e inversión, del IDT años 2012 y 2013.

Cuadro 4
Ejecución Presupuestal IDT (Comparativo 2012-2013).

CONCEPTO	Diciembre 31 de 2012			Diciembre 31 de 2013		
	APROPIACIÓN (\$)	% EJEC.	% GIROS	APROPIACIÓN (\$)	% EJEC.	% GIROS
TOTAL PRESUPUESTO con reservas	15.987.692.699	98,43%	71,03%	15.684.510.316	96,44%	93,15%
TOTAL PRESUPUESTO sin reservas	13.713.336.000	98,47%	67,60%	11.451.561.000	95,30%	90,52%
TOTAL FUNCIONAMIENTO	3.864.383.176	97,65%	96,71%	4.005.582.234	95,64%	98,12%
FUNCIONAMIENTO VIGENCIA	3.709.148.000	97,79%	96,58%	3.881.561.000	95,63%	98,11%
RESERVAS FUNCIONAMIENTO	155.235.176	94,20%	100,00%	124.021.234	95,66%	98,70%
TOTAL INVERSION	12.123.309.523	98,68%	62,93%	11.678.928.082	96,72%	91,47%
INVERSION DIRECTA	10.004.188.000	98,72%	58,40%	7.570.000.000	95,13%	86,61%
BOGOTÁ HUMANA	6.208.978.480	98,46%	33,75%	7.243.811.678	94,91%	85,98%
731-163 - Desarrollo turístico social y productivo de Bogotá	968.121.020	99,49%	41,84%	3.429.000.000	91,92%	82,72%
740-164 - Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos	4.942.892.185	99,24%	32,24%	2.930.811.678	98,33%	87,17%
712-235 - Sistemas de mejoramiento de la gestión y de la capacidad operativa de las entidades	297.965.275	82,18%	32,33%	884.000.000	95,12%	94,11%
BOGOTÁ POSITIVA	3.795.209.520	99,15%	98,43%	-	-	-
436 - Bogotá internacional, turística y atractiva	2.136.900.394	99,48%	98,71%	-	-	-
464 - Fortalecimiento de la productividad y la competitividad en el sector turístico de Bogotá en su entorno regional	856.274.401	97,53%	97,19%	-	-	-
444 - Fortalecimiento Institucional	802.034.725	100,00%	98,97%	-	-	-
RESERVAS DE INVERSIÓN	2.119.121.523	98,46%	84,37%	4.108.928.082	99,65%	100,00%
PASIVOS EXIGIBLES	-	-	-	326.188.322	100,00%	100,00%

Fuente: Planeación y Sistemas y PREDIS.

De acuerdo al cuadro 4, la ejecución total de la entidad para 2013 fue del 96,44% (\$15.126 millones ejecutados)⁶ frente al 98.43% alcanzado en 2012. Además, los giros frente a los recursos comprometidos representaron el 93.15%, esto es un aumento en 22 puntos porcentuales respecto a los registrados en 2012 (71.03%). Esto significa que si bien se ejecutó un porcentaje menor de la apropiación en el 2013 respecto a la vigencia anterior, el porcentaje de giros sobre lo ejecutado fue significativamente superior.

La ejecución de los recursos de funcionamiento para la vigencia 2013 fue del 93.90% (\$3.831 millones ejecutados), frente al 97,79% de ejecución en 2012; entre tanto, los giros frente a los recursos comprometidos representaron el 99.96%. Cabe anotar que las reservas de funcionamiento para 2013 se ejecutaron en 95.66% y los giros de estos recursos alcanzaron un total de 98.7%.

Por su parte, la ejecución de los recursos de inversión fue del 96.72% (\$11.295 millones ejecutados), frente al 98,68% registrado en 2012, con un comportamiento en los giros frente a los recursos comprometidos, que representaron apenas el 62.93%.

El rubro de Pasivos Exigibles corresponde a compromisos que no se cancelaron en la vigencia 2012 y que eran reserva del 2011. Suman un valor total de \$326.188.322 y se ejecutaron mediante los CRP 203, 204, 444 y 445 además de los giros totales correspondientes.

En relación a los proyectos de inversión, la ejecución se efectuó así:

Ejecución de recursos del Proyecto 731.

VIGENCIA	APROPIACIÓN	EJECUCIÓN	%	RESERVAS 2013
2013	3.429.000.000	3.152.007.233	91,92%	544.796.768

Ejecución de recursos del Proyecto 740.

VIGENCIA	APROPIACIÓN	EJECUCIÓN	%	RESERVAS 2013
2013	2.930.811.678	2.881.985.404	98,33%	369.651.853

1.1.1.1 Ejecución de recursos del Proyecto 712.

VIGENCIA	APROPIACIÓN	EJECUCIÓN	%	RESERVAS 2013
2013	884.000.000	840.834.639	95,12%	49.490.581

⁶ Incluyendo las reservas constituidas. Si se tiene en cuenta solamente el presupuesto de vigencia, la ejecución corresponde a un valor de 95.3% con un 90.52% de giros.

2 Principales logros del IDT con impacto en la ciudad

El IDT, a través del Observatorio de Turismo, desarrolló tres (3) investigaciones sobre el comportamiento de la oferta y la demanda turística de la ciudad.

Las cifras del año 2013 marcan un crecimiento de visitantes internacionales y una baja significativa en los visitantes nacionales. Sin embargo, la cifra absoluta de turistas que recibió la ciudad fue significativa: 8.018.522.

Según el Observatorio de Turismo del IDT, durante el año 2013 llegaron a Bogotá 1.061.268 turistas extranjeros, lo que muestra un crecimiento del 15% frente al año 2012 y supone un hito histórico al sobrepasar el millón de visitantes foráneos. En contraste, los turistas nacionales representaron una caída del 8% frente al mismo período.

Esta situación puede explicarse por los paros y movilizaciones que se realizaron el año pasado durante el segundo semestre de 2013. La percepción económica, política y de seguridad, derivada de estos hechos, también pudo influir en el comportamiento de los principales mercados emisores nacionales de la ciudad, concentrados principalmente en la región central, que viaja preferiblemente por carretera.

Sin embargo, la cifra de llegadas de turistas internacionales a Bogotá evidencian un incremento sorprendente, por encima de la dinámica mundial y del país, lo que ratifica el liderazgo del turismo urbano en Colombia y en Suramérica: en 2013, según indica la Organización Mundial del Turismo, las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron al 5%, mientras que en Colombia, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, crecieron al 6,8%. En Bogotá, este crecimiento se duplica hasta llegar al 15%.

En el estudio del año 2013 se presentaron los siguientes resultados:

- En cuanto a la procedencia del turismo internacional, se observa una tendencia permanente de participación de Estados Unidos como primer mercado emisor hacia la ciudad (27%), seguido de Venezuela y España (cada uno con el 9%, respectivamente) y Ecuador (6%).
- Para el caso de los visitantes nacionales se puede determinar que la ciudad de Bogotá es el eje de atracción turística para la Región Central, al tener en su orden de procedencia como principales destinos en Colombia, con una tendencia hasta el año 2013, a Cundinamarca (15%), Tolima (15%) y Meta (9%).
- El nivel de gasto promedio de los viajeros no residentes nacionales es en promedio de \$578.000, mientras que el nivel de gasto de los no residentes internacionales, en promedio y según cifras preliminares, fue de \$1.812.000.
- La principal motivación de visita a Bogotá por parte de los turistas nacionales sigue siendo negocios y trabajo, con el 43%. En segundo lugar aparece la visita a familiares y amigos, con el 25%, al tiempo que se vislumbra un cambio en la tendencia hacia otros móviles tales como recreación y vacaciones, asistencia a

eventos y visita a familiares y amigos. Para los visitantes no residentes internacionales, la tendencia más significativa de visita es recreación y vacaciones, con 39%, lo que confirma la diversificación de la oferta turística de Bogotá.

Durante el año 2013, según la Encuesta de Establecimientos de Alojamiento en Bogotá, se presentaron los siguientes resultados:

- En concordancia con el crecimiento de la inversión en hotelería en la ciudad y las exenciones tributarias para el sector, así como con la dinámica creciente del turismo en Bogotá como primer destino turístico del país, se cuenta con mayor oferta de alojamiento en la capital. Ello se refleja en el aumento de las habitaciones disponibles para ser ocupadas para el año 2013, cifra que subió a 17.009, con un incremento del 4,5% en comparación con el año anterior.
- El porcentaje de ocupación fue de un 51,9%, lo que muestra una disminución de 0,9 puntos porcentuales con respecto al año 2012.
- La oferta total de camas en Bogotá aumentó a 24.984, lo que representa un incremento del 4.4% frente a lo reportado durante el año 2012, que registró 23.875 camas.
- La principal motivación de viaje de los huéspedes nacionales que se alojan en la ciudad de Bogotá es de negocios y trabajo, con un 64%, seguido de ocio y recreación con un porcentaje del 14%. Le siguen convenciones, eventos, ferias y congresos, con el 10%, y en cuanto a salud y servicios médicos el número es de 3%. Inconvenientes de transporte (2%) y otras motivaciones (7%), completan la tabla.
- En cuanto a las principales motivaciones de los huéspedes internacionales, el 54% visita Bogotá por motivos de trabajo, el 28% por motivos de ocio y el 7% por eventos o convenciones. Los inconvenientes por transporte (amercos) llegaron a un 3%, mientras que otras motivaciones alcanzaron un 8%. Estas cifras ratifican la vocación para el turismo corporativo de la ciudad y su creciente oferta para el mercado vacacional.

Por otra parte, en coherencia con la Política Distrital de Turismo aprobada mediante decreto 327 de 2008, el IDT desarrolló durante la vigencia 2013 las siguientes iniciativas, en el marco de los tres ejes que a continuación se describen:

Gráfico 1
Esquema de la Política Distrital de Turismo Gestión del Destino.



- **Competitividad Turística.**

En este primer eje se busca fortalecer la ciudad como destino turístico a partir del mejoramiento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos y de las empresas conexas a la cadena de valor del sector en Bogotá. Está integrada por cuatro (4) estrategias (Productividad, Seguridad Turística, Producto Turístico e Infraestructura Turística), cada una compuesta a su vez por diferentes proyectos.

Como resultado general del eje de competitividad, durante el año 2013 se beneficiaron de manera directa 10.054 personas atendidas a través de los proyectos Bilingüismo, Escuelas de Seguridad, Plazas de Mercado, Resignificación Ancestral de la Cultura Muisca, Turismo Idiomático, Valoración del patrimonio del Palacio Liévano y Turismo Rural. A su vez, 101 empresas se favorecieron con procesos de incubación, certificación en normas técnicas o comprometidas con la prevención de la Explotación Sexual y Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA). Igualmente se generaron 60 nuevos planes de negocio relacionados con el turismo en la ciudad.

- **Inclusión y Desarrollo Social.**

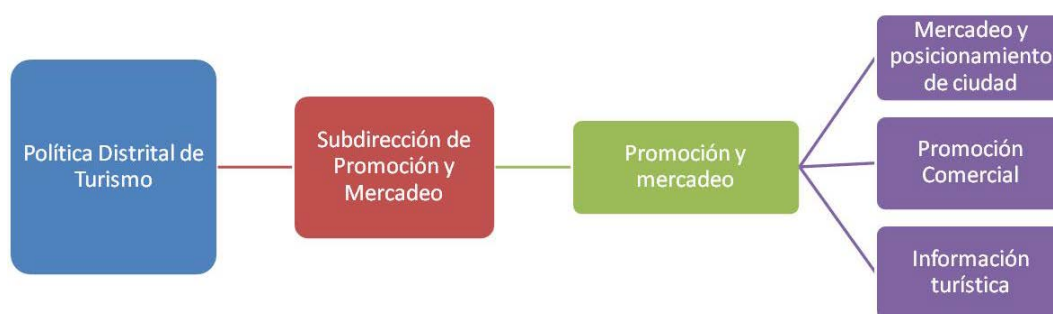
El segundo eje busca facilitar la inclusión de las comunidades receptoras y de los residentes en las actividades turísticas de la ciudad, para mejorar la extensión de los beneficios y disfrute de los atractivos como contribución a lucha frente a la segregación. Este eje se encuentra integrado por dos estrategias denominadas “Cultura Turística” y “Turismo Social y Comunitario”.

Como resultado general del eje de Inclusión y Desarrollo Social, durante el año 2013 se beneficiaron de manera directa 13.241 personas, se desarrollaron 2 actividades de turismo social y se vincularon 6 nuevos colegios distritales al programa Distrital de Colegios Amigos del Turismo.

- **Región Capital.**

El tercer eje de trabajo busca promover la integración de Bogotá con la región a través del turismo, mediante el desarrollo de estrategias que contribuyan a diversificar la oferta turística regional. En este eje se avanzó en la integración del Distrito con los ocho (8) municipios pertenecientes a la provincia de Sabana de Occidente, a partir del diseño de un nuevo producto denominado “Circuito Turístico Sabana Occidente” que incluyó la capacitación directa de 49 prestadores de servicios turísticos de la Provincia.

Gráfico 2
Esquema de la Política Distrital de Turismo Promoción del Destino.



Finalmente, en lo relacionado con la promoción de Bogotá como destino turístico, durante la vigencia 2013 el IDT desarrolló de manera general, las siguientes actividades:

- Apertura del Punto de Información Turística (PIT) en el muelle Internacional del Aeropuerto El Dorado. Se trata de un moderno e importante punto institucional de especial utilidad y tecnología, diseñado para dar la bienvenida a los viajeros internacionales y brindarles información general y turística de la ciudad.
- Desarrollo inicial de la campaña de promoción turística “Bogotá, Infinitas Posibilidades”, como campaña sombrilla dirigida a divulgar y resaltar la diversa oferta turística de la ciudad para satisfacer gustos y necesidades de los diferentes públicos de interés.
- Lanzamiento de la evolución de la ‘marca ciudad’ por parte de las entidades gestoras –Instituto Distrital de Turismo, Invest in Bogotá y Cámara de Comercio de Bogotá–, como renovada imagen que apoya el posicionamiento y recordación de la capital colombiana en temas priorizados (cultura, inversión, turismo, innovación, naturaleza, gastronomía, golf, religioso, diversión, compras, etc.) principalmente en el contexto internacional.

3. Dificultades presentadas para alcanzar los objetivos

A continuación se presentan las dificultades por eje de acción:

a. En competitividad, inclusión social e integración regional:

- Procesos de deserción e informalidad que incidieron en el cumplimiento de algunas metas proyecto.
- El nivel educativo y la extracción social en algunas poblaciones es muy variada, pero mayoritariamente baja, lo que dificulta el desarrollo de algunos proyectos.
- El desarrollo de operaciones de índole logística generó dificultades en la normal operación de algunos proyectos.
- Se presentaron dificultades generadas por parte de entidades externas al IDT en lo concerniente a tiempos extensos de gestión.

b. Promoción y posicionamiento de Bogotá como destino turístico:

- Para el IDT, el esquema de trabajo planteado por la Alcaldía Mayor no ha resultado tan efectivo. La razón obedece, en parte, a que el público objetivo o los usuarios principales del IDT son los turistas y visitantes de la ciudad, mientras que para las demás secretarías o dependencias del Distrito son los residentes o ciudadanos.
- Esto hace que los mensajes y conceptos para el IDT deban ser diferentes, así como los canales de distribución y comunicación. Mientras que para las demás entidades distritales el público objetivo se encuentra en la misma ciudad, para el IDT está en el resto del país y del mundo. Sin embargo, poco a poco se ha logrado una mayor alineación con la agencia creativa, el manejo del sector y la velocidad de respuesta.
- Para el caso de la ETB como central de medios, es evidente el desconocimiento acerca del comportamiento del sector del turismo y de los canales de comunicación apropiados para llegar a los públicos de interés para el IDT. Además, dado que normalmente esa agencia solo gestiona pauta publicitaria con medios locales, no mantiene contactos con medios internacionales.
- La promoción internacional de destinos turísticos requiere mayores presupuestos para tener mejores resultados. Bogotá podría beneficiarse de mayores esfuerzos en el posicionamiento de su imagen como ciudad y como destino turístico, para lo cual es trascendental contar con presupuesto que permita aumentar la presencia en medios internacionales de alto impacto, actividades orientadas al público final y la cofinanciación de publicidad con mayoristas u operadores turísticos.

- Los cambios en la agenda de algunas actividades de promoción conjunta con otras entidades, que en muchos casos llegaron a cancelar viajes de prensa o viajes de familiarización programados dentro del cronograma de trabajo del IDT, hicieron que en algunos casos no se llegara al nivel de impacto necesario en algunos mercados.

c. Gestión de información para el sector:

- Poca disponibilidad de información de las fuentes secundarias, lo que genera rezago para la validación y análisis.
- Dispersión de fuentes de información secundarias.
- Poca disponibilidad de la información por parte de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad.
- Falta de cultura de la información entre actores del sector, especialmente en el segmento privado del turismo.
- Dificultades tecnológicas y operativas para recopilar información primaria.
- Falta de posicionamiento y reconocimiento del trabajo del Observatorio de Turismo del IDT como entidad territorial líder en la generación de estadísticas sectoriales a nivel nacional.



4. Conclusiones

a. En competitividad, inclusión social e integración regional:

- En términos generales se logró la conformación de un equipo sinérgico con conocimiento y experiencia. Se ejecutaron 19 iniciativas que responden de manera pertinente a las 12 metas que el Plan de Desarrollo “Bogotá Humana” ha propuesto para la Subdirección de Gestión de Destino.

b. Promoción y posicionamiento de Bogotá como destino turístico:

- Existe una reactivación de mercados importantes para la ciudad por su cercanía geográfica y cultural, como es el caso de la mayoría de países de Latinoamérica. Se requiere prestar atención a grandes emisores como Brasil y Chile, que presentan comportamientos de decrecimiento a pesar del progresivo flujo de inversiones provenientes de estos países.
- Las acciones de promoción de ciudad que el Instituto Distrital de Turismo ha realizado en los últimos años han generado un paulatino interés del turismo internacional por Bogotá. Esto se refleja en el crecimiento de mercados que históricamente consumen productos de Sol y Playa, y que ahora consumen el producto cultural de Bogotá.
- La creciente conectividad de la ciudad con países como Estados Unidos, reduce el tiempo de viaje con mercados de largo alcance como Japón y China. Se trata de mercados que el IDT está trabajando desde ahora, y que prometen ser potenciales generadores de turismo hacia la ciudad.
- Del mismo modo se debe trabajar en mercados exploratorios como Canadá, Inglaterra y Portugal.

c. Gestión de información para el sector:

- La dinámica del turismo internacional en Bogotá es creciente, en concordancia con la situación económica de la ciudad y su aumentado posicionamiento como destino de turismo de negocios, de eventos y vacacional.
- Las llegadas de visitantes colombianos a la ciudad presentaron un retroceso a nivel nacional durante 2013, aspecto asociado a las situaciones de los paros agrario y cafetero durante dicho año pasado. Estos elementos pudieron incidir en el desplazamiento de los viajeros a la ciudad, particularmente desde los departamentos emisores de la región central que hacen sus viajes por tierra hacia Bogotá y representan el 50% de la cuota del mercado nacional.

- La ocupación hotelera de la ciudad y la tarifa promedio de los establecimientos de alojamiento y hospedaje presentan reducciones, en concordancia con el incremento de la oferta de establecimientos de la ciudad.
- Las motivaciones de viaje a la ciudad se mantienen constantes y mantienen la preferencia de Bogotá por razones de negocios, visitas a familiares y amigos y ocio.
- Las investigaciones de viajeros, de establecimientos de alojamiento y hospedaje y de visitantes asistentes a eventos de la ciudad, son herramientas técnicas, pertinentes y fundamentales para llevar un monitoreo permanente del mercado turístico de la ciudad. Su metodología y rigor técnico se destacan entre las mejores investigaciones del país en materia turística.

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
Teléfono: 2170711
Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co



5. Desafíos para el año 2014

a. En la Gestión de Destino, respecto a competitividad, inclusión social e integración regional:

- Avanzar en el fortalecimiento de la productividad de las pequeñas y medianas empresas turísticas de Bogotá, de acuerdo con las necesidades de la oferta y la demanda turística de la ciudad.
- Continuar el fortalecimiento de la corresponsabilidad de los prestadores de servicios turísticos de Bogotá en materia de seguridad y prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes asociadas al turismo, así como de la creación de capacidades en los prestadores de servicios turísticos que permitan desarrollar planes y programas para disminuir los riesgos a los que están expuestos los turistas en la ciudad.
- Profundizar el sentido de apropiación de Bogotá como ciudad incluyente, mediante acciones de sensibilización dirigidas a grupos de ciudadanos residentes en la capital que son estratégicos para la cadena de valor del turismo.
- Impulsar actividades de turismo social para Bogotá que faciliten compartir los efectos positivos que genera el turismo tanto a las comunidades rurales como a los niños y jóvenes pertenecientes a poblaciones tradicionalmente segregadas en la ciudad.
- Desarrollo de productos turísticos en el marco de Bogotá y la región que contribuyan a generar nuevas experiencias para visitantes y residentes.
- Avanzar en el proceso de señalización de dos nuevos sectores, para favorecer la exploración, descubrimiento y conocimiento de la oferta turística de la ciudad.
- Continuar la implementación del programa nacional Colegios Amigos del Turismo (CAT) en Bogotá, a través de articular contenidos turísticos de forma transversal a los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) de las instituciones educativas que se vinculen al programa.

b. Promoción y posicionamiento de Bogotá como destino turístico:

- Elaboración y posicionamiento del producto multi-destino, en conjunto con Cartagena, Medellín y Quindío, para promover estos destinos en los mercados que se encuentran a más de seis (6) horas de vuelo de la ciudad.
- Estrategia de paquetes turísticos a un costo razonable para el turismo nacional e internacional de corto alcance, para dinamizar la actividad turística de Bogotá en los fines de semana.

- Consolidar el acceso de los prestadores a plataformas comerciales y de mercadeo que acerquen la oferta turística de la ciudad al consumidor final.
- Emprender campañas de capacitación y promoción del destino en los países con los que se logren formalizar nuevas rutas directas hacia Bogotá.
- Suscribir convenios o inscribir proyectos en entidades del Estado dirigidas a la promoción turística, si se tienen en cuenta los pocos recursos con los que cuenta el IDT para promoción. Con estos acuerdos o alianzas se lograría duplicar dichos recursos.
- Darle prioridad al turismo idiomático.

c. Gestión de información para el sector:

- Fortalecer la capacidad técnica y operativa del Observatorio de Turismo.
- Continuar con la implementación de las investigaciones de viajeros, de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje y de visitantes asistentes a eventos en Bogotá.
- Actualizar permanentemente directorios de prestadores de servicios turísticos.
- Cambiar el estilo de las publicaciones del Observatorio de Turismo.
- Publicar las investigaciones pendientes con información del año 2013.
- Diseñar e implementar una investigación de satisfacción de turistas de la ciudad de Bogotá.
- Publicar e implementar índices de competitividad turística y de precios turísticos para la ciudad de Bogotá.
- Generar publicaciones especializadas a partir de los resultados de las investigaciones.
- Posicionar el trabajo del Observatorio de Turismo entre los actores del sector y del Gobierno Distrital.

6. Anexo 1. Balance de cumplimiento de las metas y recursos 2013.

CÓDIGO META	META PDD 2012-2016	PROGRA / EJECUT	AVANCE META 2012	PRESUPUESTO 2012	AVANCE META 2013	PRESUPUESTO 2013	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRA M. 2013	% AVANCE AL CUATRIENIO
244	Beneficiar 21.000 personas vinculadas y/o relacionadas con los proyectos ubicados en los territorios turísticos identificados.	PROG.	15	323.180.000	7.230	688.141.066	21.000	136,1%	47,0%
		EJEC.	35	319.046.666	9.839	641.366.506	9.874		
245	Incubar 120 empresas prestadoras de servicios turísticos, dentro de las cuales 10 son de vendedores informales como opción productiva para su salida del espacio público.	PROG.	20	159.751.200	65	125.775.600	120	92,3%	50,0%
		EJEC.	-	159.751.200	60	121.525.600	60		
246	200 nuevos empresarios del turismo para el próximo cuatrienio.	PROG.	20	226.935.997	90	32.640.000	200	66,7%	30,0%
		EJEC.	-	226.242.664	60	32.640.000	60		
247	Profesionalizar 5.000 conductores de taxi con formación personal y conocimiento amplio de la oferta turística y cultural de la ciudad.	PROG.	-	-	1.300	208.133.333	5.000	41,9%	10,9%
		EJEC.	-	-	545	204.879.399	545		
248	Afianzar 6 clúster turísticos en la ciudad de Bogotá, que recojan cerca de 200 unidades productivas dándole salidas económicas a 2.400 personas directas vinculadas a ellos.	PROG.	35	4.000.000	-	-	200	0,0%	0,0%
		EJEC.	-	4.000.000	-	-	-		
249	Realizar actividades de turismo social/o ecológico en el marco de Bogotá-Región con la participación de por lo menos 10.000 ciudadanos.	PROG.	1	26.950.000	1	1.168.070.001	7	200,0%	42,9%
		EJEC.	1	26.875.566	2	1.156.223.074	3		
250	Capacitar 450 prestadores de servicios turísticos y los conexos a la cadena productiva del turismo en una segunda lengua acorde al tipo de servicio y clasificación de la misma.	PROG.	125	201.870.000	100	135.000.000	450	215,0%	76,9%
		EJEC.	131	201.870.000	215	135.000.000	346		

CÓDIGO META	META PDD 2012-2016	PROGR A / EJECUT	AVANCE META 2012	PRESUPUESTO 2012	AVANCE META 2013	PRESUPUESTO 2013	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRA M. 2013	% AVANCE AL CUATRIENIO
251	30.000 personas en el cuatrienio para formar en amor y apropiación por la ciudad, de los dos grupos: 1). 10.000 Personas que tienen contacto frecuente con los visitantes. 2). 20.000 entre adultos mayores, jóvenes y niños en escolaridad y discapacitados.	PROG.	1.217	339.480.000	8.133	248.565.000	30.000	113,0%	34,7%
		EJEC.	1.217	317.180.000	9.194	246.885.000	10.411		
252	Generar apropiación del territorio a través de la implementación del Programa Nacional Colegios amigos del turismo en 20 colegios públicos de la ciudad.	PROG.	4	123.500.000	4	129.800.000	20	150,0%	50,0%
		EJEC.	4	123.500.000	6	118.383.332	10		
253	Dos (2) sectores turísticos señalizados.	PROG.	-	-	0	72.684.511	2	100,0%	0,5%
		EJEC.	-	-	0	72.684.511	0		
254	120 Prestadores de Servicios Turísticos o complementarios aplicando estrategias de prevención de ESCNNA.	PROG.	10	50.253.000	15	79.945.500	195	106,7%	84,2%
		EJEC.	85	50.253.000	16	75.912.833	101		
255	60 empresas turísticas adicionales, comprometidas con prácticas de calidad e innovación como diferenciador de mercado.	PROG.	25	73.100.000	25	14.500.000	60	100,0%	83,3%
		EJEC.	25	73.100.000	25	14.500.000	50		
256	Atender 3.420 recorridos turísticos peatonales.	PROG.	428	139.911.849	855	91.000.000 (Reservas)	3.420	106,0%	45,3%
		EJEC.	642	138.983.865	906	78.000.000 (Reservas)	1.548		
257	Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística.	PROG.	62.500	141.838.212	250.000	1.420.246.544	1.000.000	102,8%	41,9%
		EJEC.	161.874	138.983.865	256.976	1.412.198.840	418.850		
258	Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad.	PROG.	2	1.740.728.999	1	268.883.334	6	100,0%	50,0%
		EJEC.	2	1.733.578.999	1	266.483.334	3		
259	Captar 120 eventos con categoría ICCA.	PROG.	-	-	6	50.000.000	120	100,0%	5,0%
		EJEC.	-	-	6	50.000.000	6		

CÓDIGO META	META PDD 2012-2016	PROGR A / EJECUT	AVANCE META 2012	PRESUPUESTO 2012	AVANCE META 2013	PRESUPUESTO 2013	TOTAL	% DE AVANCE FRENTE A PROGRAMA. 2013	% AVANCE AL CUATRIENIO
260	Implementar en el 100% de las entidades del distrito el Sistema Integrado de Gestión.	PROG.	19,99	297.965.275,00	40,00	884.000.000,00	100,00	100,0%	40,0%
		EJEC.	19,39	244.867.897,00	40,00	840.834.639,00	59,39		

Avenida Carrera 24 No. 40 – 66
 Teléfono: 2170711
 Fax.2170711 Ext. 180
www.bogotaturismo.gov.co

