



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



**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO**  
**INFORME EJECUTIVO DE LA GESTIÓN 2016**

**Bogotá, D. C., Enero de 2017**



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

## 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. Capacitación a prestadores de servicios turísticos y conexos, en cultura turística
- 2.1.4. Acompañamiento a localidades
- 2.1.5. Intervención de atractivos turísticos
- 2.1.6. Mantenimiento del sistema de señalización e infraestructura turística
- 2.1.7. 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.

El turismo alrededor del mundo ha sido un sector de constante crecimiento, las llegadas de turistas internacionales aumentan cada año y Bogotá ha sido destacada entre los 12 mejores destinos para visitar en 2017, entre las cuales se destacan ciudades de talla mundial como Berlín, Montreal, Washington, D.C., Houston, Lisboa, entre otros, según la Revista Forbes; una revista especializada en el mundo de los negocios y las finanzas, publicada en Estados Unidos.

El incremento de viajeros extranjeros en el último año fue del 5%<sup>1</sup>, lo que denota la oportunidad económica que el sector representa para la ciudad, dadas las ventajas comparativas que posee Bogotá: ubicación geográfica estratégica, capacidad de generación de negocios, cantidad y diversidad de atractivos turísticos, entre otras.

Para fomentar y promover el desarrollo de la actividad en el país, el sector cuenta con una superestructura bien definida liderada por la Ley General de Turismo, (Ley 300 de 1996 actualizada por las leyes 1101 de 2006 y 1558 de 2012), en la que actúan el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Procolombia, el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) y los gremios y otras entidades de carácter público, privado y mixto.

Así mismo, a nivel Distrital el Plan de Desarrollo “*Bogotá mejor para todos*” orienta a través de su eje transversal “*Desarrollo económico basado en el conocimiento*”, la promoción de las

---

<sup>1</sup> Fuente Migración Colombia, cifra de referencia septiembre 2015 - septiembre de 2016.



condiciones necesarias para potencializar el desarrollo económico de la ciudad y sus habitantes, identificando acciones encaminadas al posicionamiento internacional de la ciudad.

Es así que nuestro propósito es contribuir desde el Instituto Distrital de Turismo como parte del sector de Desarrollo Económico, a la construcción colectiva y progresiva de una ciudad que mejora las condiciones de bienestar de sus habitantes lo cual se ve reflejado en los tres proyectos de inversión propuestos para ejecutar en el periodo 2016-2020, los cuales están orientados a posicionar a Bogotá como destino turístico nacional e internacional, a través del desarrollo de ventajas competitivas y comparativas y una efectiva promoción de ciudad, que permita aprovechar las tendencias y la prospectiva del sector turismo a nivel local, nacional e internacional. De esta manera Bogotá como ciudad líder en Colombia y referente en la región en materia de promoción y gestión turística, podrá convertir el turismo en eje de desarrollo, construcción de paz y felicidad para Bogotá-Región.

## 2. PRINCIPALES LOGROS

### 2.1. GESTIÓN DE DESTINO

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

En 2016 se trabajó principalmente en el fortalecimiento del producto turístico de gastronomía, organizando la tercera versión del Día del Ajiaco Santafereño, como iniciativa desarrollada para impulsar el posicionamiento de Bogotá como destino turístico gastronómico, así como rendir homenaje al ajiaco como principal atractivo turístico del patrimonio inmaterial de la ciudad. Así mismo, como parte del fortalecimiento de este producto, se adelantaron acciones para iniciar la recuperación, fortalecimiento y posicionamiento del patrimonio material e inmaterial de la plaza de mercado de la Perseverancia.

Adicionalmente se adelantaron acciones para avanzar en el fortalecimiento de otros productos turísticos priorizados para la ciudad así:

- ✓ Producto de Turismo Cultural: Se desarrolló la Rueda de Negocios con oferta y demanda de actores del sector cultural y turístico, se realizó el lanzamiento de la Guía de Museos de Bogotá, la Guía de Cinco Circuitos temáticos y el Mapa Guía de la Ruta: Tras las huellas de Gabo en Bogotá. Adicionalmente el IDT tuvo presencia en diferentes espacios relacionados con el turismo cultural como: Mesa de Artesanías, Proyecto de Recorrido por el Cementerio Central con la UAESP, y en alianza con ANATO se avanzó en el proyecto de realización de una rueda de negocios de turismo cultural para el 2017.
- ✓ Producto Turismo Urbano: Se adelantó en la identificación de posibles recorridos turísticos urbanos identificando una propuesta metodológica para el análisis, definición y priorización de las rutas turísticas peatonales y comerciales en las áreas de interés turístico priorizadas.
- ✓ Producto Turístico de Naturaleza: Se participó en reuniones relacionadas con la identificación de escenarios naturales y se realizaron actividades para la consolidación de La Quebrada Las Delicias como producto turístico, con la participación de la comunidad aledaña. En compañía de la Asociación Amigos de la Montaña, se adelantó la construcción colectiva y participativa de los Cerros Orientales, para su reconocimiento, identificación y accesibilidad para todos.

Por otra parte bajo la directriz del Ministerio de Comercio Industria y Turismo se avanzó en una propuesta de estrategia para el desarrollo de Aviturismo en Bogotá y la Región con la participación de las diferentes entidades involucradas: IDRD, Jardín Botánico SDA, Parques

Nacionales, Ministerio de Comercio Industria y Turismo y Asociación Bogotana de Ornitología ABO.

Finalmente, se avanzó en un nuevo producto turístico asociado a la Leyenda de El Dorado, para lo cual se suscribió un convenio de asociación entre el IDT, RAPE Región Central, IDECUT y Unicafam con miras a aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para definir y estructurar el producto turístico asociado a la Leyenda de El Dorado.

### **2.1.2. Fortalecimiento de empresas del sector turístico**

En la vigencia 2016, se logra vincular 3.518 personas, mediante actividades encaminadas al mejoramiento de la competitividad, calidad y sostenibilidad de las empresas del sector turístico de la ciudad y a la asistencia técnica para el diseño e implementación de productos turísticos, consolidando los productos turísticos de: Naturaleza, Cultural, Gastronómico e Idiomático.

Así mismo, se desarrolló el proceso de fortalecimiento de empresas del sector turístico a través de procesos de acompañamiento en calidad, innovación, sostenibilidad, ética y responsabilidad social, logrando fortalecer 27 empresas del sector turístico entre agencias de viaje (6) y establecimientos de alojamiento y hospedaje (21). Durante el proceso se brindó acompañamiento en la implementación de las normas técnicas sectoriales de sostenibilidad en cumplimiento de la resolución 3860 de 2015, a través de asesorías personalizadas y la realización de talleres con temáticas como:

- ✓ Introducción a la sostenibilidad y las normas técnicas sectoriales,
- ✓ Impactos de la actividad turística en las tres dimensiones de la sostenibilidad,
- ✓ Construcción de los programas de sostenibilidad,
- ✓ Atención personalizada – validación matriz de aspectos e impactos,
- ✓ Validación de la formulación de programas de sostenibilidad,
- ✓ Gases efecto invernadero y sustancias agotadoras de la capa de ozono,
- ✓ Monitoreo, seguimiento y mejora continua,
- ✓ Emergencias y contingencias.

Adicionalmente se abordó el componente de innovación de manera transversal a este proceso, y se realizaron visitas para la identificación de necesidades en las tres dimensiones de la sostenibilidad.

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

En lo concerniente al proceso de formación en Cultura Turística, en 2016 se atendió un total de 4.424 prestadores de servicios turísticos y residentes en temas alusivos a turismo, reconocimiento

de atractivos y potencial de la capital como destino turístico sostenible y competitivo de la siguiente forma:

- ✓ -1.805 conductores de taxi, como parte del programa de formación en servicio al cliente y turismo para conductores de taxi de la ciudad
- ✓ 2.280 prestadores entre empresarios, jóvenes, comunidad residente, niños y adulto mayor
- ✓ 238 prestadores de servicios turísticos y complementarios sensibilizados en implementación de acciones para prevención de la Explotación Sexual Comercial de niños, niñas y adolescentes- ESCNNA en el contexto de viajes y turismo,
- ✓ 101 personas asistentes al Séptimo Encuentro de Colegios Amigos del Turismo. En la vigencia 2016, se vincularon 4 colegios públicos adicionales al proyecto; estos son:
  1. Colegio Nueva Zelanda localidad de Suba.
  2. Colegio Carlos Lleras de localidad de Suba.
  3. Colegio República de Panamá de la localidad de Barrios Unidos.
  4. Colegio República de Bolivia de la localidad de Engativá.

Por otra parte se suscribió un convenio de asociación con la Institución de Educación Superior Uniagustiniana, a través del cual se hará el diseño de una plataforma virtual de capacitación en cultura turística para prestadores de servicios turísticos y conexos vinculados en los proyectos Colegios Amigos del Turismo, capacitación de conductores de taxi y Prevención en ESCNNA en el marco del programa Cultura Turística.

#### **2.1.4. Acompañamiento a localidades**

Se acompañó el proceso de fortalecimiento a localidades, priorizando la localidad de La Candelaria con el fin de garantizar que los prestadores de servicios turísticos de esta importante localidad para el turismo, puedan aplicar sus conocimientos y dar cumplimiento a los requisitos de las normas de sostenibilidad. Para ello se desarrolló capacitaciones a los empresarios de la localidad frente al requisito de la norma de sostenibilidad relacionado con la mejora continua incluyendo: procedimiento para el monitoreo y seguimiento a los programas de sostenibilidad, identificación de puntos de mejora, definición de acciones correctivas y su verificación. Así mismo, se capacitó en emergencias y contingencias incluyendo: legislación que aplica, variables a tener en cuenta, posibles amenazas, prevención, vulnerabilidad e identificación de potenciales emergencias. Finalmente se brindó capacitación en temas de buenas prácticas de sostenibilidad, asesorías virtuales y planes de acción.

En reuniones con localidad de La Candelaria se trató temas de proyecto con el Banco Interamericano de Desarrollo - BID para renovación del Centro Histórico como Destino

Turístico Sostenible, Plan de Revitalización del Centro Histórico, Turismo Religioso y Turismo Cultural.

Igualmente, se adelantó acompañamiento a otras localidades en la implementación de actividades y procesos de fortalecimiento turístico, conformando Mesas de Competitividad Turística con las Alcaldías Locales de Santa Fé, Chapinero y La Candelaria. En estas mesas se trataron temas de fortalecimiento para el sector turístico, recuperación del espacio público - vendedores ambulantes y habitantes de calle en la zona hotelera y problemáticas de la localidad.

Se articuló el sistema de gestión turística con las alcaldías locales brindando asistencia técnica en todo lo referente a los programas y proyectos que ofrece el IDT para capacitar a los prestadores de servicios turísticos y fortalecer la cadena de valor del turismo.

De igual manera, se tuvo participación en los encuentros ciudadanos en las Localidades de Chapinero, Usaquén, La Candelaria, Teusaquillo, Santa fe y San Cristóbal y se realizó el encuentro con los 20 Alcaldes Locales en Compensar, en el cual la Directora del IDT presentó el Plan de Acción del IDT y en concreto el trabajo de gestión local en las mismas.

### **2.1.5. Intervención de atractivos turísticos**

Con respecto a la intervención de atractivos turísticos de naturaleza y urbanos, se avanzó en el diseño para la intervención y recuperación de La Plazoleta del Chorro de Quevedo, así como en la elaboración de un documento metodología para la identificación de nuevos atractivos a intervenir, estableciendo las actividades necesarias para su ejecución. Se solicitó información a diferentes entidades distritales ejecutoras de proyectos en espacio público sobre intervenciones en ejecución y futuras, con el fin de desarrollar la metodología propuesta.

Igualmente se adelantaron acercamientos con entidades públicas con el fin de determinar alianzas estratégicas para la intervención de atractivos turísticos de naturaleza priorizados en los Cerros Orientales, suscribiendo un Convenio de Asociación con la Empresa de Acueducto de Bogotá y la Asociación Amigos de la Montaña, con el propósito de fortalecer el sendero del río San Francisco-Roosevelt y la Quebrada La Vieja, a través de la implementación de infraestructura de servicios básica, capacitación e inclusión de comunidades y actores sociales interesados, elaboración de un modelo de administración para el sendero del río San Francisco-Roosevelt y validación y puesta en operación de estos atractivos turísticos.

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



En 2016 se realizó mantenimiento a 75 señales de información turística en el Centro de Histórico y asesoría para la instalación de 9 señales en la Localidad de Teusaquillo por parte de la Alcaldía Local. Así mismo, se realizaron visitas de campo para determinar los requerimientos de mantenimiento de las señales turísticas instaladas, definiendo especificaciones técnicas para llevar a cabo el proceso de selección para realizar el mantenimiento de la señalización turística peatonal instalada en zonas urbanas y rurales de la ciudad de Bogotá, adjudicando los contratos para efectuar el mantenimiento preventivo (limpieza y protección) y el mantenimiento correctivo (reparación). Se iniciaron recorridos de campo para revisar los inventarios de limpiezas y reparaciones establecidas, aclarando dudas técnicas y operativas y se realizó la capacitación correspondiente a los operarios para la limpieza de las señales turísticas.

### **2.1.7. Gestión de información turística**

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

Como parte de los estudios de caracterización de oferta turística de Bogotá y/o del comportamiento de la demanda turística en la ciudad que adelanta el IDT, se realizó una investigación para la medición de la oferta y la demanda turística de Bogotá Región y se publicó el estudio de caracterización de oferta turística de Bogotá denominado “Censo de Alojamiento y Hospedaje”. Lo anterior se estructuró a partir de la definición de la metodología de la investigación; de la captura información, organización y procesamiento de bases de datos además del análisis de resultados para emitir los conceptos técnicos temáticos que soportan la investigación.

Se censaron un total de 626 establecimientos de alojamiento y hospedaje, evaluando la operación real como establecimiento de alojamiento turístico, a aquellos que tienen el Registro Nacional de Turismo (RNT) vigente, logrando a partir de la operación en campo, filtrar los establecimientos que no operan según la normatividad. De igual manera se adelantó un reconocimiento en campo y con fuentes secundarias de nuevas aperturas de establecimientos para el 2016 y 2017.

## **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 2016 se contó con 9 puntos de información turística a través de los cuales se brindó atención a 158.973 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, a través de la Red se prestaron servicios en atención a solicitudes externas, mediante la coordinación de guías e informadores durante la realización de las diferentes actividades que adelantó el Instituto para la promoción turística de la ciudad, tales como:

- ✓ Show room liderado por Cotelco en el hotel Sonesta, mediante la instalación de un Punto de Información Turística y la entrega de material promocional a los asistentes
- ✓ Festival gastronómico de alimentarte, mediante la instalación de un Punto de Información Turística y la realización de recorridos en las carpas del IPES para abordar la historia del ajíaco.
- ✓ Charla sobre Bogotá como destino turístico a invitados internacionales, de la dirección de Servicios Administrativos de la Secretaría Distrital de Educación.
- ✓ Bicirecorridos por la zona centro de Bogotá para apoyar actividad relacionada con la jornada del día sin carro liderada por la Secretaría Distrital de Gobierno.
- ✓ Coordinación y ejecución de recorridos para personal de la Red Nacional de Información Turística convocados por FONTUR durante su paso por Bogotá como parte de un viaje de familiarización en municipios de Cundinamarca y Boyacá.

- ✓ Apoyo a la jornada de revitalización del Barrio las cruces convocadas por la fundación Terpel y a la que acudieron diferentes entidades distritales.
- ✓ Apoyó a jornada de tarde cultural con funcionarios de Transmilenio y Secretaría Distrital de Educación.
- ✓ Tour especial para participantes internacionales del congreso Adela 2016 liderado por la universidad de los Andes.
- ✓ Tour especial para invitado inglés del Seminario Internacional SI Reciclaje de Edificaciones liderado por del IDPC.
- ✓ Tour especial para cadetes de la Policía, escuela Gonzalo Jiménez de Quesada
- ✓ Mercado campesino liderado por el IPES en la plaza de Bolívar
- ✓ Celebración de la semana de la Bicicleta, liderada por la Secretaría Distrital de Movilidad, con el acompañamiento de guías profesionales de turismo
- ✓ Conferencia Latinoamericana y del Caribe para la Internacionalización de la Educación Superior-LACHEC en el centro de convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada.
- ✓ Divulgación de la agenda navideña a través de un trabajo externo en la zona del centro internacional
- ✓ Ubicación de un Punto de Información Turística para orientar a los asistentes del Festival Bogoshorts en el Cine Tonalá
- ✓ Recorridos navideños para abordar los elementos interpretativos de la navidad ubicados en la plaza de Bolívar.

Frente a los servicios ofrecidos en la Red de Información Turística, se definió 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 4,9 sobre 5 puntos como indicador máximo de satisfacción. A continuación se detalla los diferentes tipos de usuarios atendidos y la calificación ofrecida frente a la atención en los PIT



Igualmente, se contó con doce (12) 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 (2 puntos)

### **2.2.2. Actividades de promoción y posicionamiento turístico**

En el marco de la implementación de la estrategia de mercadeo de ciudad, el IDT desarrolló una serie de actividades tendientes a posicionar la oferta turística de la ciudad así:

- ✓ Press Trip en el marco de Indiebo donde se contó con presencia de medios de comunicación nacionales entre ellos El país de Cali – El heraldo de Barranquilla - El Nuevo día de Ibagué y canal TRO, agenda que se desarrolló del 13 al 15 de julio y donde se quiso mostrar las alternativas que para fin de semana se cuentan en la ciudad.
- ✓ Press Trip nacional en alianza con Hotel Hilton Bogotá, para esta oportunidad se convocaron medios nacionales de la sesión de turismo “Algunas regiones del país”. El press trip se desarrolló del 29 al 31 de julio, y la agenda consistió en visita a atractivos de ciudad, como Museo del Oro, museo de la esmeralda, Monserrate, centro histórico, así como un spa, experiencias gastronómicas, mercado de pulgas y parques de diversiones.
- ✓ Press trip productora canadiense para la realización de plan de trabajo de grabación, realizando visita a Monserrate, museo del oro, mirador de la torre Colpatria y ciclovia. Estas tomas servirán para la realización de un documental de Bogotá que se presentará en Canadá a mediados del año 2017.
- ✓ Apoyo a press trip internacional con Procolombia, en el marco de la estrategia de Vive Bogotá Fin de Semana, este press se realizó del 19 al 24 de julio con el fin de demostrar la oferta cultural de Bogotá y la región, sin embargo por presentarse por esos días el paro camionero, del 20 al 22, el itinerario se tuvo que desplazar a Medellín y retomar la tarde del 22 a Bogotá.

- ✓ Alianza estratégica y participación en la Media Maratón de Bogotá, con presencia de marca ciudad, presencia de videos promocionales en el marco de la feria Expomedia y presencia de marca en la zona VIP el día de la carrera. Con esta alianza se trabajaron también redes sociales y el propósito de apoyar estos eventos es posicionar a Bogotá en el imaginario colectivo de una ciudad cosmopolita y con múltiples opciones.
- ✓ Exposición de marca, manejo de redes sociales y promoción de ciudad como anfitriona de grandes eventos en el marco de la feria de ACICAM que se realizó en el recinto ferial de Corferias del 2 al 4 de agosto, este espacio fue de gran importancia para promocionar la oferta complementaria de ciudad para los asistentes al evento.
- ✓ Alimentarte 2016 los días 13,14,15,20 y 21 de Agosto en el parque el Virrey, este evento símbolo del segmento gastronómico de la ciudad, fue una de las mejores vitrinas para la promoción de ciudad y el posicionamiento de la marca, durante estos días de realización del evento se contó con la marca ciudad en formato 3D, así como la realización de unos recorridos temáticos en el marco del evento que le permitía a las personas conocer la oferta de plazas de mercado del stand que para este año el IPES aportó, así mismo se realizó un concurso a través de nuestras redes sociales el cual permitió un alto flujo de movimiento en esta vía de comunicación.
- ✓ Ciclo paseo cachaco, quizás uno de los eventos más emblemáticos y que evocan más cultura Bogotana se realizó el 20 de agosto, este evento contó con la presencia de casi 4.000 personas, la gigantografía fue protagonista en este evento que busca resaltar el orgullo de la cultura Bogotana, así mismo se realizó un trabajo con redes sociales.
- ✓ Participación en el showroom programado por Cotelco-Bogotá, en este espacio se participó con un stand para brindar información al sector hotelero, donde se atendieron alrededor de 100 personas.
- ✓ Press trip con énfasis en gastronomía en alianza con Cotelco, Procolombia y Vivacolombia, en esta oportunidad contamos con 2 periodistas del canal Telemazonas de Ecuador y un periodista especializado en gastronomía de Perú, durante los días 19,20 y 21 de agosto estas personas vivieron Bogotá y toda la oferta que en un fin de semana se pueda tener, pasando desde experiencias como la del cielo, como alimentarte, como cata de café y compras en la ciudad, lo que se busca con esta estrategia en conjunto es activar a la ciudad los fines de semana, por lo que se espera en próximos días contar con las notas generadas por estos medios sobre Bogotá y su oferta gastronómica.
- ✓ Presentación de ciudad a 10 estudiantes internacionales de intercambio educativo, para motivarlos a recorrer y conocer la ciudad durante su permanencia en Bogotá. Esta presentación se hizo por invitación de la Secretaría de Educación el día 23 de agosto.
- ✓ Presentación al FONTUR del proyecto de iniciativa "Promoción de Bogotá en el marco de la Feria Internacional de Arte de Bogotá - ARTBO" con el fin de avanzar en el proceso para que el proyecto sea evaluado por Fontur y contar con recursos para adelantar más acciones en el marco de dicho evento.

- ✓ Apoyo en la Cumbre Mundial de Líderes Locales y Regionales - CGLU, en la cual se contó con presencia de marca y con la realización por parte del IDT en alianza con Cotelco Bogotá y la Cámara de Comercio de un Foro de Turismo Urbano con presencia de 3 panelistas internacionales, la directora del IDT y el presidente de Cotelco Nacional como moderadores del panel. A este evento asistieron 200 personas en una jornada de medio día en la sala de desarrollo y ciudad. Así mismo el evento CGLU como tal conto con más de 2.000 asistentes entre locales, nacional e internacionales.
- ✓ Apoyo a través de alianzas estratégicas el evento WATCHBO en el cual se contó con presencia de marca y divulgación del mismo en redes sociales.
- ✓ Lanzamiento de la aplicación móvil Soundwalkrs, la cual fue una alianza estratégica para contar con mayor información de ciudad y un nuevo servicio a los visitantes. La aplicación ofrece recorridos guiados por audio que llevarán a los visitantes a conocer la ruta de la leyenda de "El Dorado", historia originada por los muiscas, pueblo precolombino que habitó el centro del territorio colombiano. A este lanzamiento asistieron aproximadamente 30 personas del sector turístico y medios de comunicación.
- ✓ ARTBOG a través de proyecto de FONTUR se apoyó este evento con la presencia en redes sociales, elaboración de piezas digitales y realización de press trip.
- ✓ Congreso de Infraestructura Verde, continuando con el seguimiento a los eventos captados por el Buró de convenciones en años anteriores, se realizó alianza con RECIVE entidad que coordinó y lideró el congreso de infraestructura verde, en esta alianza se logró que se donara para la ciudad una marca sostenible elaborada con plantas naturales que inicialmente se ubicó en el patio central de la Alcaldía Mayor de Bogotá. Se realizó rueda de prensa y trabajo en redes sociales.
- ✓ Micsur con presencia de marca ciudad.
- ✓ En lo que respecta a la estrategia de posicionamiento de ciudad se desarrolló pres trip con ARTBOG para promoción de ciudad, en la cual se gestionó 2 periodistas por parte de IDT y se realizó alianza con Invest in Bogotá para sumar estos 2 a los 22 más que estuvieron en el evento.
- ✓ Presentación de destino en el marco del Workshop de Colombia en España, se realizó de una manera poco convencional a través de un panel con el reconocido periodista Iñaki Berrueta quien a través de un diálogo cordial direcciono a cada una de las regiones a presentar lo mejor de cada lugar en total fueron capacitados 150 empresarios. Se realizó Workshop con un total de 14 citas comerciales en las que se logró identificar tendencias y necesidades del mercado español.
- ✓ Misión comercial en Argentina en la ciudad de Buenos Aires en esta misión comercial solicitada por el IDT a Procolombia se realizaron 8 citas comerciales con operadores y oficina de turismo de la ciudad de Buenos Aires. Esta misión comercial buscó re establecer alianzas con el mercado argentino conocido por su interés en la cultura, la gastronomía y el multidesestino; se espera reactivar este mercado en los próximos meses.

- ✓ Se realizó el apoyo y participación al evento Expocotelco el cual se llevó a cabo en la ciudad de Villavicencio- Meta, esta actividad buscaba acercar a Bogotá a este destino de la región central que se convierte en emisores naturales del turismo a nuestra capital, así mismo se desarrolla la acción en el marco del convenio de multidesino firmado por el IDT y su homólogo del Villavicencio. A este evento se atendieron al rededor de 160 personas a las cuales se hizo entrega de material promocional y se informó de los atractivos de ciudad.
- ✓ Apoyo y participación en el evento Expobares, evento que lidera y organiza ASOBARES, el cual buscaba la integración total del sector en lo que comprende la cadena productiva de la vida nocturna de Bogotá así como la parte académica y de conocimiento de la situación actual de la industria, en este evento se contó con presencia de marca, stand y participación de la directora del IDT en un panel referente a los espectáculos que se realizan en la ciudad.
- ✓ En el marco de la estrategia de explorar nuevos segmentos, la entidad decidió apoyar el prográmate supérate de Coldeportes que concentra cerca de 6000 niños en la ciudad de Bogotá para disputar las finales intercolegiados en diferentes disciplinas, este plan piloto para el IDT sirvió para visualizar la posibilidad de generar un convenio con Coldeportes a fin de lograr activar el segmento deportico en la ciudad y que más federaciones y grupos elijan a Bogotá como sede de su evento, en este apoyo se contó con la marca ciudad y el manejo de redes sociales en conjunto entre el IDT y Coldeportes.
- ✓ Press Trip en el marco de la estrategia Bogotá fin de semana con 3 influenciadores, dos de ellos de Perú y uno de Ecuador. En esta oportunidad se les mostro la oferta de familia que se puede vivir en la ciudad por lo que visitaron parques de diversiones de la ciudad.
- ✓ Participación en el encuentro de USTOA en Estados Unidos, del 5 al 9 de diciembre, en este espacio se realizaron reuniones con las agencias mas grandes de los Estados Unidos, y a través del Proyecto con FONTUR se realizó una activación de arte urbano (Grafitis) con un artista reconocido de la ciudad quien viajo a estados unidos exclusivamente para esta actividad.
- ✓ Se apoyó el evento de Expoartesánias, con la presencia de marca ciudad y manejo en conjunto de las redes sociales.
- ✓ Proyecto navidad “Navidad más cerca de las estrellas”. Durante todo el año el IDT lideró la coordinación de la navidad en Bogotá. Se logró presentar a la ciudad un sin número de actividades en coordinación con varias entidades distritales; se realizó la presentación de las luces de Lyon como espectáculo principal que se llevó a cabo en la plaza de Bolívar. Las actividades de luces y espectáculos culturales se desarrollaron hasta el 9 de enero de 2017. De esta manera Bogotá volvió a vivir la navidad y desde el IDT se logró:
  - Generar una ruta de navidad turística articulada con el plan de movilidad, el plan de seguridad y el plan de emergencias: 36 puntos de la ciudad fueron iluminados a través de corredores viales y puntos críticos.

- En 2016 la inversión en iluminación disminuyó un 19% respecto al 2015, con la iluminación de 103.000 Mt2 en 36 sectores de la ciudad a un costo promedio de \$79.296 por metro cuadrado, con 14,6 millones de bombillos instalados.
- Consolidación de una agenda artística, cultural, recreativa y turística, organizada y con un componente internacional ofreciendo a Bogotanos y turistas el disfrute de un espectáculo internacional “La Fiesta de las Luces de Lyon” y más de 290 actividades a la altura de los mejores.
- Promoción del producto navidad y de Bogotá como destino turístico con el apoyo de 66 entidades públicas y 33 privadas, entre otros.
- ✓ Igualmente, como parte de la promoción y posicionamiento turístico de Bogotá, se realizó la producción de 5 piezas de promoción, esferos, manillas, gorras, tarros y bolsos, todo este material con la marca ciudad utilizado para fines promocionales.
- ✓ Participación en el Fam Trip organizado por Villavicencio en el marco de un convenio multidestino firmado, a fin de dar a conocer a los operadores Bogotanos la nueva oferta de esta región y con esto lograr el empaquetamiento multidestino entre las dos ciudades.
- ✓ Participación en el Workshop ofrecido por Brasil para dar a conocer la promoción de dos destinos turísticos nuevos como son: Ceará y Fortaleza, esto a fin de conocer las nuevas tendencias turísticas de este país que cada día representa para Colombia un mercado más importante.

Igualmente, se captaron diez (10) eventos categoría ICCA que contribuyeron a fortalecer la promoción de ciudad turísticamente así:

1. XVI congreso latinoamericano de salud ocupacional 2019
2. Conferencia internacional de avances en Neurotraumatología ICRAN
3. World federation of neurosurgical societies WFNS 2021
4. VI congreso misionero iberoamericano
5. Congreso mundial de terapia neural y odontología neurofocal, investigación básica, clínica y social
6. World Business Forum
7. Movimiento de la traducción de la biblia a lenguas vernaculas 2016
8. VIII congreso latinoamericano de Psicología Junguiana
9. IFERA 2016
10. One Young World



### 3. PRESUPUESTO DE GASTOS

En la vigencia fiscal 2016, el Instituto Distrital de Turismo contó con un presupuesto de gastos de catorce mil trescientos cincuenta y ocho millones diez y siete mil pesos \$14.358.017.000 distribuido en gastos de funcionamiento y gastos de inversión. A 31 de diciembre, la ejecución del presupuesto de gastos fue del 89,18% y los giros del 70,94%.

A continuación se detalla la ejecución por agregado presupuestal:

Rubro	Apropiación Disponible	Ejecución	% Ejec.	Giros	% Giros
<b>GASTOS</b>	<b>\$14.358.017.000</b>	<b>\$12.804.729.542</b>	<b>89,18%</b>	<b>\$10.185.453.902</b>	<b>70,94%</b>
<b>Gastos de Funcionamiento</b>	<b>\$6.095.017.000</b>	<b>\$4.696.999.568</b>	<b>77,06%</b>	<b>\$4.430.352.825</b>	<b>72,69%</b>
Servicios personales	\$4.874.117.000	\$3.527.913.028	72,38%	\$3.527.913.028	72,38%
Gastos generales	\$1.220.729.520	\$1.168.916.060	95,76%	\$902.269.317	73,91%
Pasivos exigibles	\$170.480	\$170.480	100%	\$170.480	100%
<b>Gastos de Inversión</b>	<b>\$8.263.000.000</b>	<b>\$8.107.729.974</b>	<b>98,12%</b>	<b>\$5.755.101.077</b>	<b>69,65%</b>
<b>Inversión Directa</b>	<b>\$8.183.000.000</b>	<b>\$8.027.729.974</b>	<b>98,10%</b>	<b>\$5.675.101.077</b>	<b>69,35%</b>
Bogotá Humana	\$5.665.043.212	\$5.556.512.424	98,08%	\$4.892.657.349	86,37%
Bogotá Mejor para Todos	\$2.517.956.788	\$2.471.217.550	98,14%	\$782.443.728	31,07%
<b>Transferencias Inversión</b>	<b>\$80.000.000</b>	<b>\$80.000.000</b>	<b>100%</b>	<b>\$80.000.000</b>	<b>100%</b>

La ejecución de gastos de funcionamiento presentó un porcentaje del 77,06% a nivel de compromisos, en razón a que en la apropiación inicial del rubro de servicios personales se programó los recursos para financiar la ampliación de la planta del IDT, pero solo hasta el mes de diciembre se culminó todas las etapas necesarias para ampliar la planta de personal y proveer 14 nuevos cargos que permitieron fortalecer la estructura administrativa de la entidad al pasar de una planta global de treinta (30) a cuarenta y cuatro (44) cargos.

Por su parte, el presupuesto de gastos de inversión presentó un alto nivel de ejecución llegando al 98,1%. Este presupuesto fue ejecutado durante el primer semestre, en el marco del plan de desarrollo “Bogotá Humana” y en el segundo semestre, en el marco del plan de desarrollo “Bogotá Mejor para Todos”, debido a que en el año 2016 se realizó el proceso de armonización.