



BOGOTÁ



INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO



TURISMO EN LA BOGOTÁ-REGIÓN

KAROL FAJARDO MARIÑO
Directora General
Instituto Distrital de Turismo



IMAGEN DE CIUDAD

DESTINO TURÍSTICO NACIONAL

- Comercialización

DESTINO TURÍSTICO INTERNACIONAL

- Red de información turística

 SOSTENIBLE



Gestión Local

 PRODUCTIVO



• Alianzas

 RESPONSABLE



Gestión Regional

Bogotá - Región RAPE

 INCLUYENTE

Informes, estudios y mediciones



CULTURA

- Gastronómico
- Religioso
- Ancestral
- Música
- Arte
- Nocturno
- Compras



NATURALEZA

- Aviturismo
- Agroturismo
- Aventura
- Biciturismo
- Senderismo
- Rutas temáticas



REUNIONES

- Negocios
- Incentivos
- Congresos
- Ferias
- Eventos
- Grandes espectáculos



BIENESTAR

- Medicinas Alternativas
 - Terapias corporales
 - Esparcimiento
 - Actividades recreativas en espacios naturales
- OFERTA REGIONAL:**
- Balnearios
 - Termalismo



CADENA DE VALOR DEL SECTOR TURÍSTICO DE BOGOTÁ EN 2019



5.613.039

PASAJEROS A BORDO SE REGISTRARON EN 2019



2,7%
INCREMENTO
FRENTE AL 2018

288.537

EMPLEOS EN 2019
DISTRIBUIDOS EN:



EMPLEOS DIRECTOS
SECTOR TURISMO:

21.772

EMPLEOS CONEXOS
AL TURISMO:

266.765

12.462.731



TURISTAS RECIBIÓ
BOGOTÁ EN 2019

1.904.457



TURISTAS INTERNACIONALES
RECIBIÓ BOGOTÁ EN 2019

10.558.274



TURISTAS NACIONALES
RECIBIÓ BOGOTÁ EN 2019



EL TURISMO REPRESENTA **2,9%** DEL PIB DE BOGOTÁ



62,33%
OCUPACIÓN HOTELERA
REGISTRADA EN 2019



2,64 PPS
INCREMENTO
FRENTE AL 2018

LA MÁS ALTA EN LOS ÚLTIMOS OCHO AÑOS

U\$941

MILLONES DE DÓLARES



GASTO TURISTAS
INTERNACIONALES

U\$103

POR DÍA EN BOGOTÁ



GASTO TURISTAS
INTERNACIONALES

U\$1.523

MILLONES DE DÓLARES



GASTO TURISTAS
NACIONAL

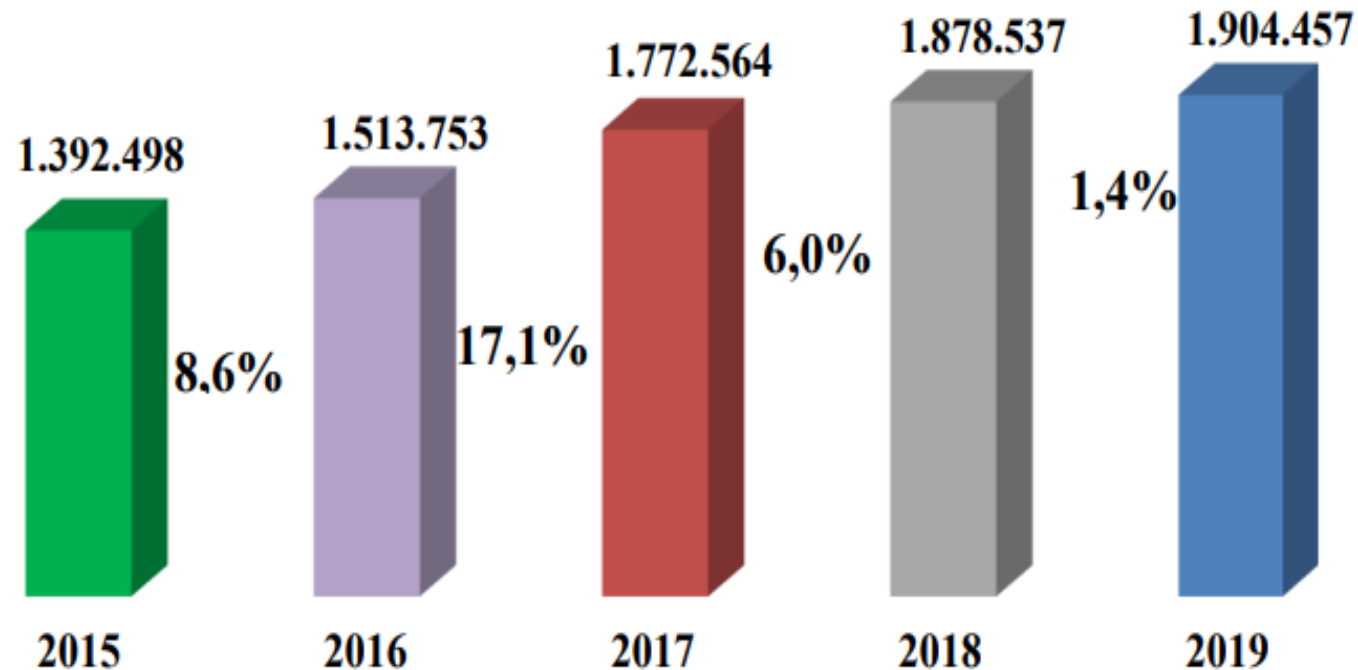


BOGOTÁ EN CIFRAS

42,8% del flujo de visitantes extranjeros en Colombia llega a la ciudad.

Principales lugares de origen de los turistas internacionales fueron: **Estados Unidos** (16,5%), **México** (6,1%), **Ecuador** (4,5%), **España** (4,5%)

El **54,8%** de los turistas internacionales visitan la ciudad por vacaciones, recreación y ocio



Crecimiento del turismo internacional

* Según cifras 2019 del SIT Bogotá

OPORTUNIDADES REGIONALES



Fuente: Rap-e Región Cental

Bogotá viene articulando acciones de **fortalecimiento regional**, de la mano de la Rap-e Región Central.

Este territorio cuenta con unas características geográficas únicas:

30% Recurso hídrico de Colombia

15 de los 36 **complejos de páramo**

12 de las 59 **áreas naturales** del Sistema de Parques Nacionales Naturales

OPORTUNIDADES REGIONALES

4 de los 17 **pueblos patrimonio** de Colombia

401 de los 1.109 bienes declarados **Bienes de Interés Cultural** del Ámbito Nacional

776 kilómetros de Rutas de Biciturismo señalizadas con estándares internacionales

64% de las llegadas de pasajeros en vuelos **internacionales***

37% de las llegadas de pasajeros nacionales en **vuelos regulares***

30% de los **Prestadores de Servicios Turísticos** activos del país*



* Según cifras 2019 del SIT Bogotá, Aeronáutica Civil y RNT



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

Diagnóstico afectación Covid-19

An aerial photograph of Bogotá, Colombia, showing a dense urban landscape with various buildings, green spaces, and a prominent red-roofed structure in the center. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay on the left side.

BOGOTÁ 

Situación actual del sector por el impacto del Covid-19

ENTRE ENERO Y AGOSTO 2020



*Cifras en millones de dólares

Fuente: Observatorio de Turismo IDT. Estudio de caracterización prestadores de servicios y afectación Covid-19.
Observatorio de Turismo IDT. Efectos económicos del covid-19 en el sector turístico de Bogotá y escenarios de reactivación.

DIAGNÓSTICO AFECTACIÓN COVID-19 EN BOGOTÁ

Tipo de Prestador	Disminución mayo 2020	Disminución Agosto 2020	TOTAL
Agencias de Viajes	35,1%	17,6%	52,70%
Arrendadores de Vehículos para Turismo	42,6%	21,3%	63,90%
Empresa de tiempo compartido y multipropiedad	50,0%	25,0%	75,00%
Empresas de Transporte Terrestre Automotor	74,7%	10,0%	84,70%
Establecimiento de Alojamiento	57,0%	15,0%	72,00%
Establecimientos de Gastronomía y Similares **	21,5%	10,75%	32,25%
Guía de Turismo	100%	0,0%	100,00%
Oficina de representación turística *	50,0%	25,0%	75,00%
OPC	66,1%	20,0%	86,10%
Parques temáticos	89,4%	0,0%	89,40%
Vivienda Turística	34,5%	17,25%	51,75%
Otro tipo de hospedaje turístico no permanente*	15,6%	40,0%	55,60%
Otro	76,2%	5,0%	81,20%
Total general	50,1%	15,91%	66,01%

70,7%

**DISMINUCIÓN
EN PROMEDIO
DE LOS
PUESTOS DE
EMPLEO**

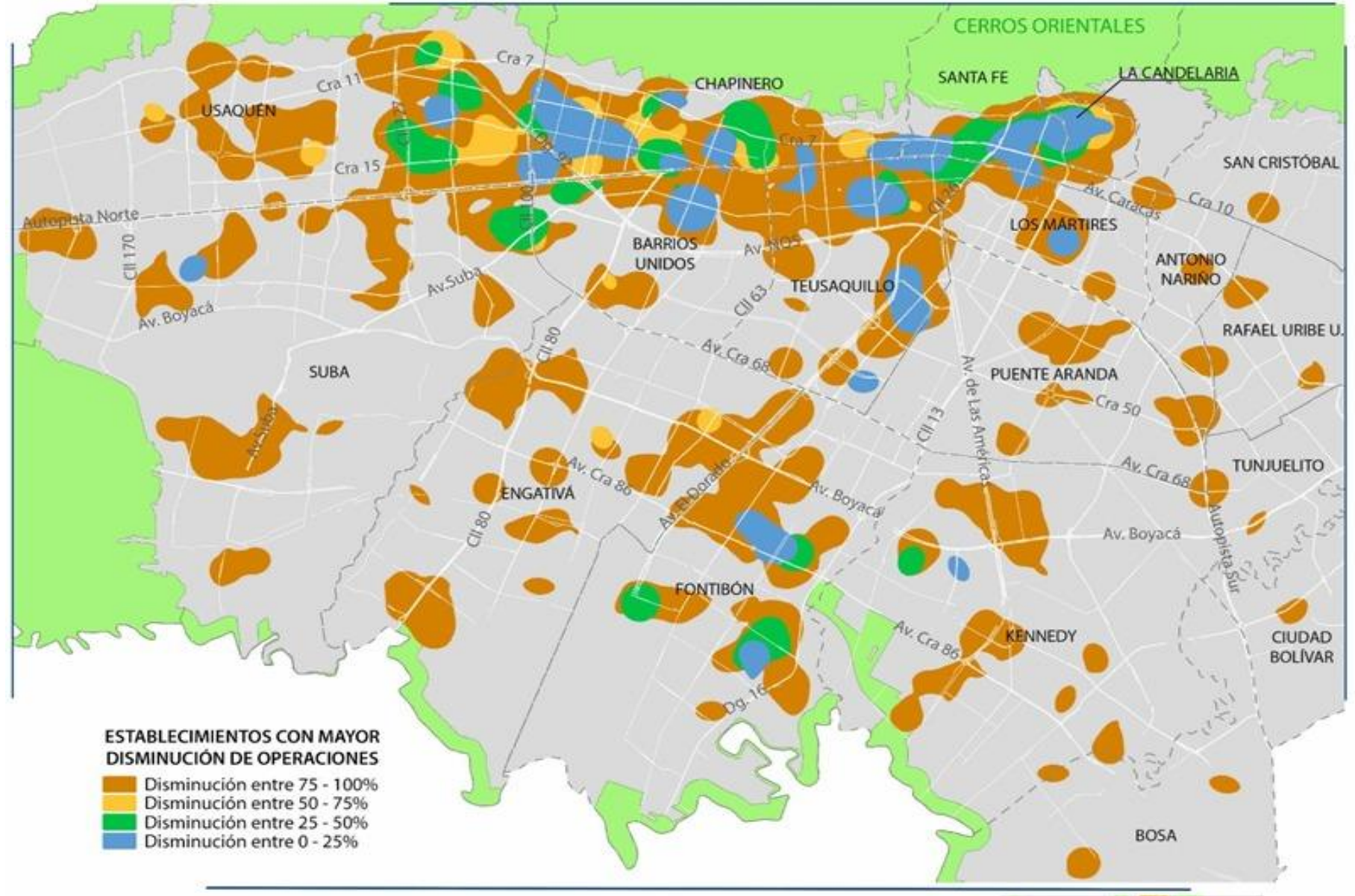
Diseño estratificado, Respuesta 28%, Nivel de confianza del 95% y margen de error entre 2.6% y 3%.

* ORT y Hospedajes no permanente tienen un margen de error del 8% por lo cual no son representativos.

** Establecimientos de Gastronomía y Similares es representativo pero con margen de error del 4,3%.

DIAGNÓSTICO AFECTACIÓN COVID-19 EN BOGOTÁ

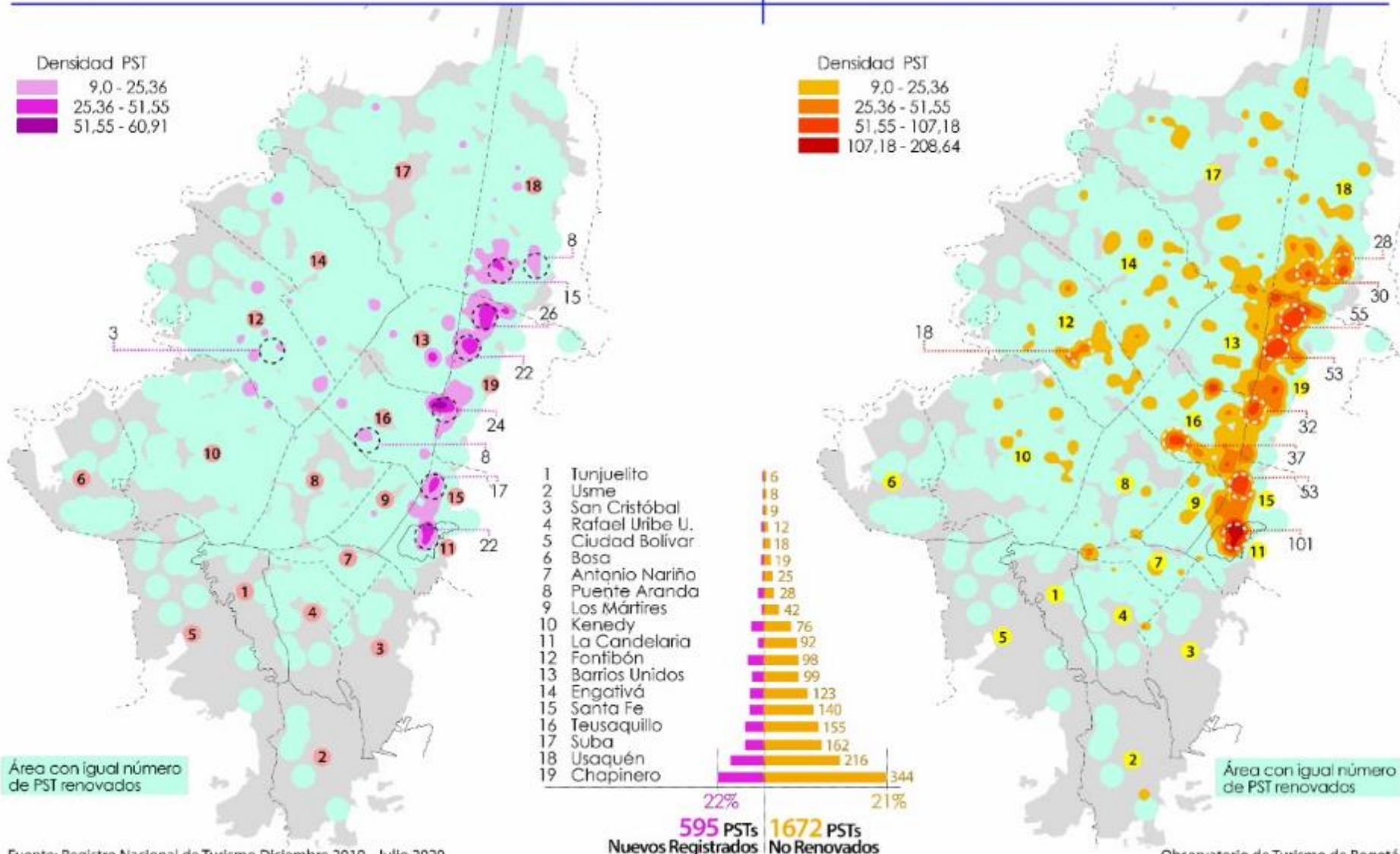
Disminución de la operación de los Prestadores de Servicios Turísticos en Bogotá



DIAGNÓSTICO AFECTACIÓN COVID-19 EN BOGOTÁ

PST NUEVOS REGISTRADOS ENTRE DICIEMBRE 2019 A JULIO 2020

PST NO RENOVADOS ENTRE DICIEMBRE 2019 A JULIO 2020



Fuente: Registro Nacional de Turismo Diciembre 2019 - Julio 2020

Observatorio de Turismo de Bogotá

Fuente: Observatorio Instituto Distrital de Turismo.

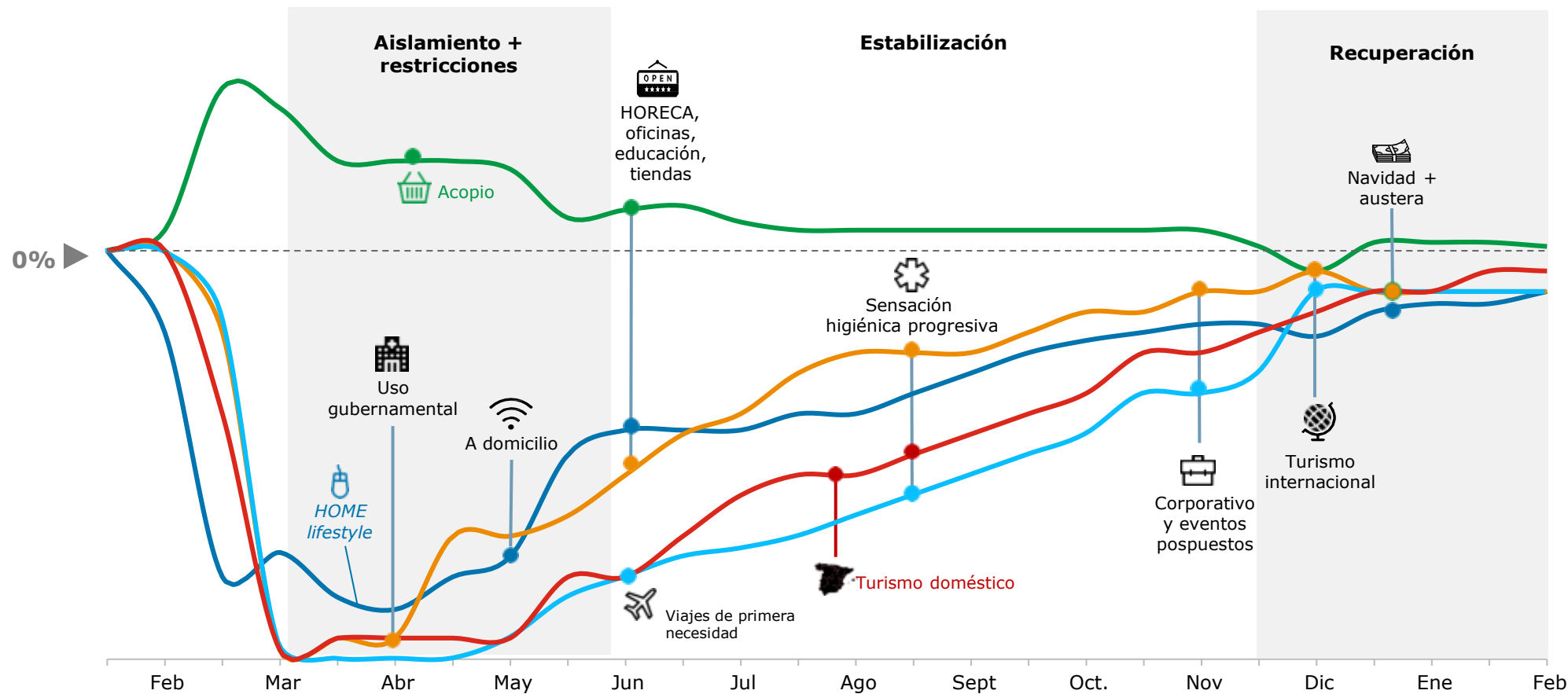
Comportamiento de la renovación del Registro Nacional de Turismo en Bogotá durante la Pandemia.

21,1%

DISMINUCIÓN EN EL TOTAL DE INSCRIPCIONES EN EL RNT

ANÁLISIS SECTORIAL - GENERAL

Análisis sectorial (%Var. sobre Año Anterior)



-  **Alimentación**
-  **Retail**
-  **Restaurantes y ocio**
-  **Viajes**
-  **Hoteles**

© 2020 Deloitte Consulting, S.L.U.
Escenarios COVID19

Estudios de demanda

- ✓ Cuidado, Bioseguridad, Cuidado del medio ambiente, Salud, Estabilidad Laboral, **INCERTIDUMBRE**
- ✓ **Lo trascendental le ganará a lo material** (familia, salud, naturaleza, vivir el presente, experiencias).
- ✓ **La importancia por Viajar permanece** y aumenta a medida que pasa el confinamiento
- ✓ **18 -24 años los primeros en salir, solos y familia nuclear – Medio terrestre en inicio. Con sensación de limpieza e higiene**



NUEVAS OPORTUNIDADES

- Clientes más exigentes.
- Eventos más pequeños – especializados.
- Lugares naturales o alternativos.
- Eventos híbridos.
- Tecnologías que permitan la interacción virtual.
- Eventos en destinos que ofrezcan experiencias innovadoras.
- Sostenibilidad.
- Disrupción .





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

Escenarios



BOGOTÁ

Escenarios durante y después de la crisis

El **Plan de Recuperación** está en función de **escenarios** que en general **dependen** de la relación que existe entre los **planes económicos de recuperación y la convivencia o no con el covid-19** a partir de la vacuna o las medidas que prevengan su contagio. De igual modo, en función de las **medidas gubernamentales y los brotes de reinfección** que se puedan presentar a partir de apertura de fronteras y sectores escalonados de la economía.

ESCENARIO V

La crisis del Covid-19 llegará a un periodo de **“desglobalización”** situación que gráficamente tiene la forma de **“V”**, es decir, una **caída por las medidas de aislamiento** pero que luego **vuelve a subir**.

ESCENARIO U

Será hasta finales de 2022 que el PIB mundial recupere los niveles previos a la Pandemia. **El Covid-19 se expande por diferentes bloques económicos**, y en el caso de los viajes y el turismo, el sector se desploma con las restricciones.

ESCENARIO J

Se propone una realidad económica peor, que se denomina '**J invertida**' por ser una caída drástica como la que se está viviendo y una **recuperación posterior solo parcial**.

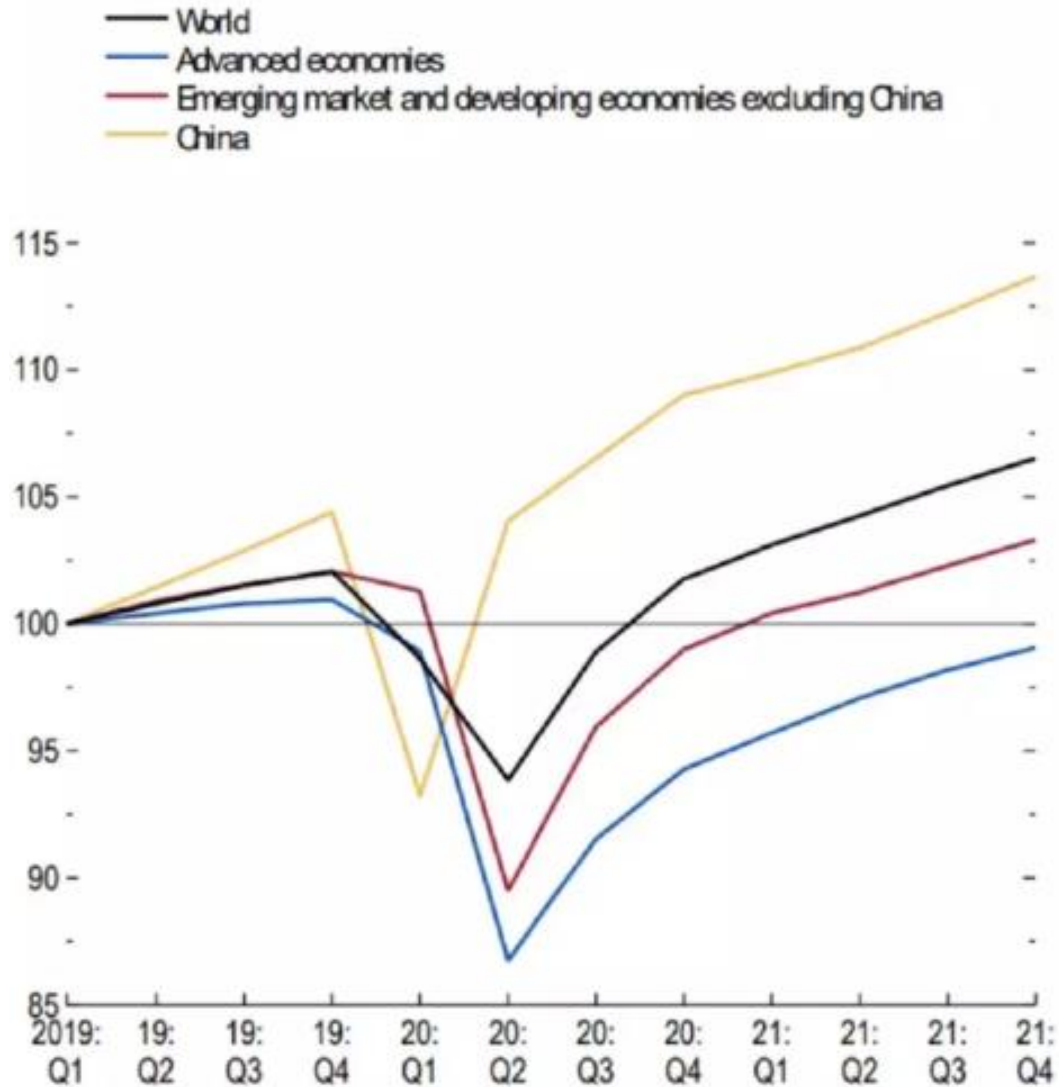
ESCENARIO W

La curva en "**W**" recuerda a una montaña rusa con un descenso vertiginoso, luego un **primer ligero ascenso, seguido de una recaída brutal** y, finalmente, el **esperado crecimiento**.

ESCENARIO L

Tras una caída brutal, el crecimiento y la recuperación serán muy lentas ya no de inmediato y la economía experimentaría un largo período de actividad creciente. **Un crecimiento económico lento y un fenómeno de deflación**.

Escenarios después de la crisis

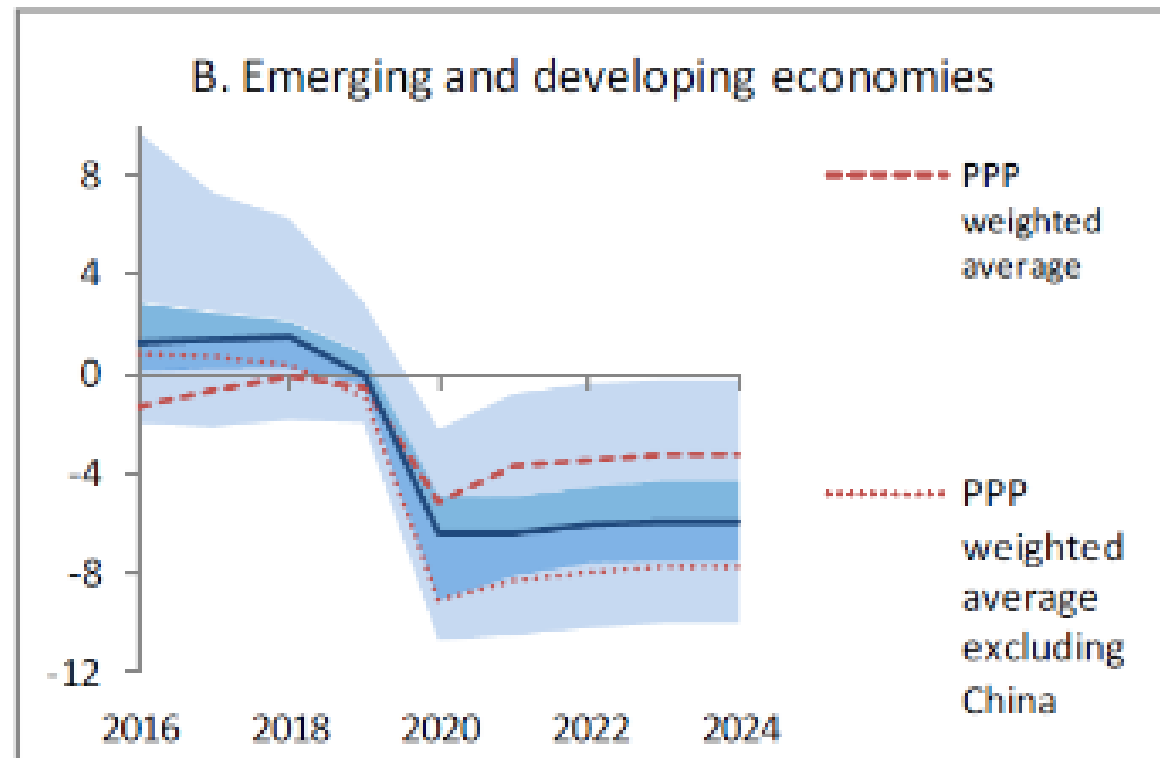
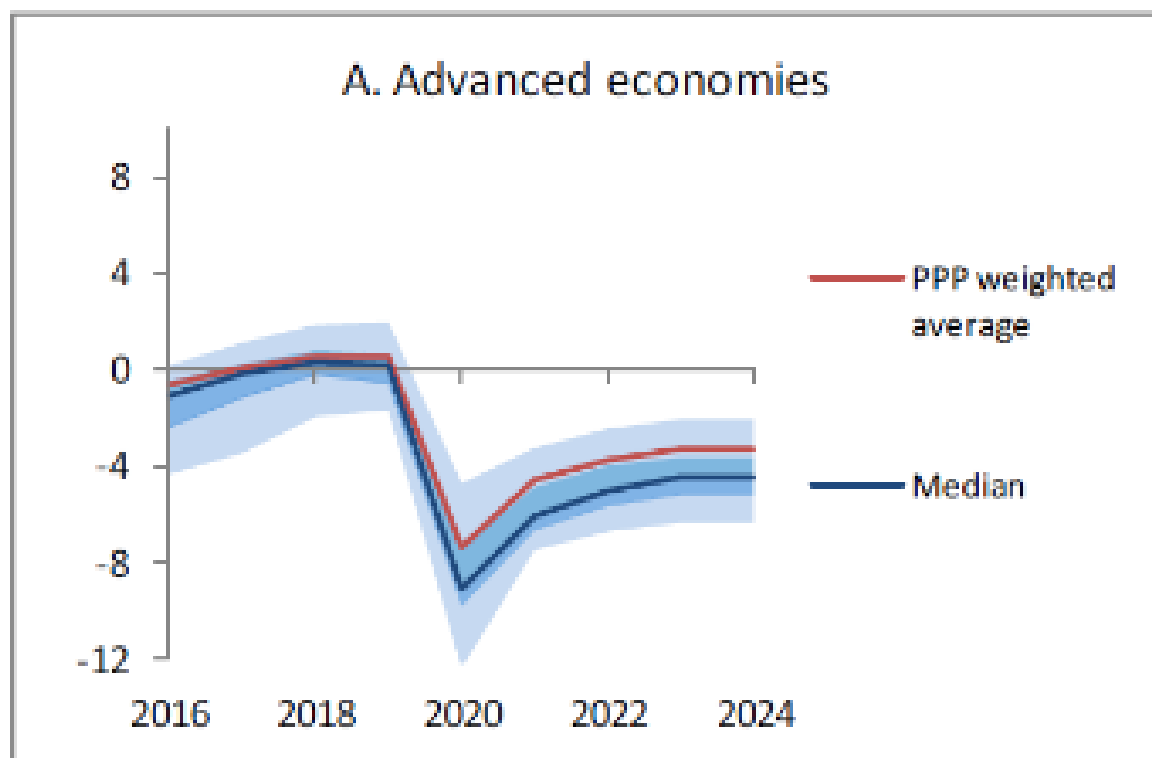


Fuente Fondo Monetario Internacional.

Según el FMI, a finales de 2021, la economía mundial será apenas mayor de lo que era a finales de 2019

Escenarios después de la crisis

Según el Banco de la República de Colombia
para el FMI



La profundidad, duración y forma de la recesión del covid-19 contenida en los pronósticos de crecimiento de mediados de 2020 By: Javier G. Gómez-Pineda Banco de la República, Colombia Borradores de economía No.1123 2020



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

Fase mitigación, reactivación y recuperación del sector en Bogotá.

An aerial photograph of Bogotá, Colombia, showing a dense urban landscape with numerous buildings, streets, and green spaces. The image is used as a background for the slide.

BOGOTÁ 

Fases de mitigación y recuperación del sector en Bogotá

FASE	DEMANDA	OBJETIVO	CRITERIO DETERMINANTE	TIEMPO PROYECTADO
1	Cero demanda	Mitigar y Contener la expansión del virus – Contener	Medidas de contención	“2- 3 meses”
2	Cero o mínima demanda	Planear, estudiar, organizar y mitigar impactos inmediatos – Ajustar, cambiar y programar	Cuarentena con excepciones	“2-3 meses”
3	Regreso progresivo y por niveles de territorialidad	Reactivar los servicios y la oferta local – regional y programación anticipada internacional	Apertura de fronteras terrestres de ciudad y conectividad aérea nacional	“6-12 meses”
4	Estabilización en niveles suficientes de operación (5 - 8 millones de turistas en Bogotá)	Recuperar niveles de años pasados y servicios adaptados o no, a la nueva demanda	Apertura de operaciones aéreas internacionales y fronteras terrestres nacionales	“12 a 18 meses”

* Dependencia alta de las medidas expedidas por el Gobierno Nacional y Distrital y los escenarios estudiados.

Fases de mitigación y recuperación del sector en Bogotá

Aislamiento + restricción (marzo – mayo)

FASE 1

- Gestión y mitigación de la crisis
- Acompañamiento -Aceptación
- Identificación de necesidades
- Contención rápida – Portal Único de Normatividad
- Estrategia #QuédateEnCasa (Cursos- Recorridos- Ayudas)
- Creación de figuras administrativas (consejos, comités, grupos de choque para enfrentar la crisis)
- Articulación con las instituciones
- Planeación regional y nacional

Alistamiento

FASE 2

- Planeación de trabajo conjunto
- Organización de la cadena de valor – Bogotá Región.
- Consolidación protocolos empresas y atractivos - Pilotos
- Apoyo a certificación Sellos
- Pre agendamiento de eventos
- Capacitación continua y Canalización de ayudas al sector permanentes
- Promoción de apoyo, inspiracional y preparación de destino
- Programa de compras anticipadas
- Gestión de conectividad aérea y terrestre
- Alianzas Distritales (IDRD, IDARTES, JBB, FUGA, SDA, SED, etc)
- Alianzas Internacionales (Lima, Quito, México, Madrid, Barcelona) - UCCI

Reactivación • Estabilización

FASE 3

- Turismo regional y nacional
- Recuperación en liquidez de las empresas
- Paquetes y eventos regionales (intercambio de turistas y participantes)
- Adaptación a las nuevas formas
- Reactivación de visitas de programación (MICE, espectáculos, producción)
- Paquetes en parques y espacios abiertos
- Promoción basada en la confianza invitación al- Call To Action
- Empoderamiento de los equipos de trabajo y comunidad local
- Proyectos FONDETUR

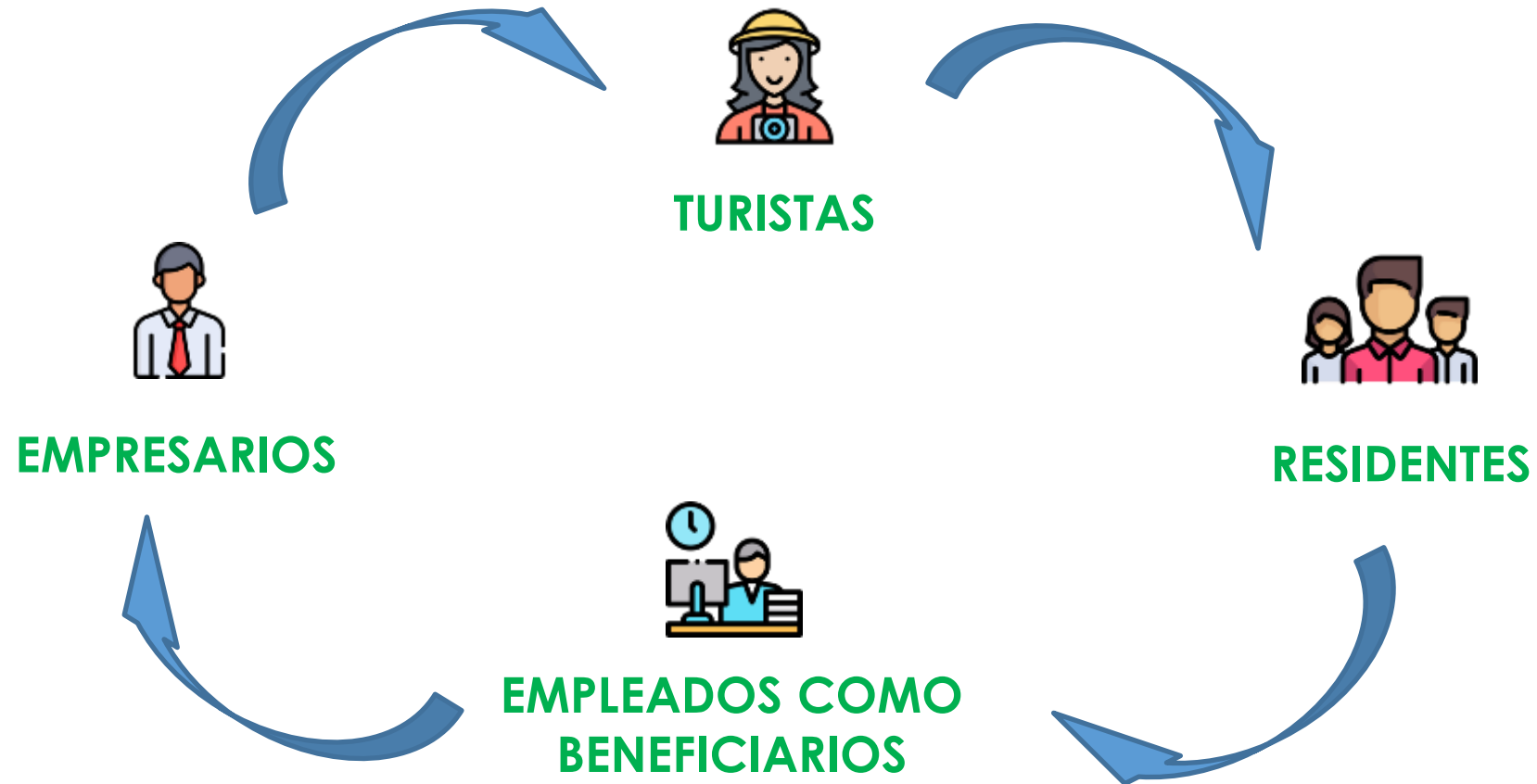
Recuperación

FASE 4

- Nueva realidad post o adaptación de Covid
- Adaptación hecha
- Innovación clave
- Tendencias de la nueva demanda (más sostenible, humana, solidaria y experiencial)
- Promoción Call to Action
- Nuevo turismo
- Grandes eventos

ACCIONES FRENTE A LA CONTINGENCIA COVID 19

4 frentes de trabajo



SOPORTE INSTITUCIONAL SDDE – IDT / CONSEJO DE TURISMO DE BOGOTÁ – COVID19



INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

Mesas sectoriales de trabajo



Espacios de diálogo para la reactivación del sector por mesas de trabajo temáticas

Seguridad y Protección

(2 reuniones en abril y mayo)

- Socialización del protocolo para la Creación de la Red de Participación Cívica de Seguridad Turística.
- Creación y difusión de Tips de autocuidado para comerciantes.

Impuestos Distritales

Abril

Aclarar dudas y propuestas de los gremios frente alivios en el pago de impuestos con la Secretaría Distrital de Hacienda y gremios.

Se enviaron los CIU para la propuestas –

SDH.
Decreto Distrital 137 de 3 Jun

Arriendos - Sec. Hábitat

Mayo

Posibles alivios o acuerdos para el pago de los arriendos en establecimientos de comercio.

Los gremios pasarían propuestas al Distrito.

Decreto Nal. 579 de 2020

Mesas de trabajo - Sectoriales

Protocolos + medidas + pilotos

	Estado actual	Responsables	Fechas
Mesa de Bares	 Instalada	Andrea Feo (Líder) Claudia Pérez Beatriz Pérez	16 de junio 19 de agosto
Mesa de Restaurantes	 Instalada	Secretaria de Desarrollo Económico Andrea Feo	16, 24, 26, 30 junio 07 de Julio 3 de agosto
Mesa de Hoteles	 Instalada	Daniela Jiménez (Líder) Lorena Moreno	16 de junio 02 de Julio
Mesa de Conectividad terrestre	 Instalada	Daniela Jiménez (Líder) Lorena Moreno Andrea Feo	4 de agosto

Mesas de trabajo - Sectoriales

Protocolos + medidas + pilotos

	Estado actual	Responsables	Fecha
Mesa Parques Temáticos	 Instalada	Secretaria de Desarrollo Económico Lorena Moreno (Líder IDT) - Daniela Jiménez IDT	3 julio 11 agosto 14 septiembre
Mesa Agencias de Viajes	 Instalada	Secretaria de Desarrollo Económico Lorena Moreno (Líder IDT) Daniela Jiménez	3 Julio 14 Septiembre
Mesa de conectividad aérea y aerolíneas	 Instalada	William Heredia (Líder) Daniela Jiménez Germán García	12 de junio 26 de junio 17 de julio
Mesa de eventos	 Instalada	Andrea Paola Corrales Beatriz Helena Pérez	10 de Julio



PREPARACIÓN DEL SECTOR TURISMO PARA EL MERCADO INTERNACIONAL



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO

Adquirir **nuevos hábitos** de convivencia y uso de espacios públicos.

Implementación de **protocolos de bioseguridad** en los diferentes escenarios del sector.



BOGOTÁ



PREPARACIÓN DEL SECTOR TURISMO PARA EL MERCADO INTERNACIONAL

Con la reciente reapertura de senderos ecológicos, ascenso a Monserrate, apertura de museos, bibliotecas y escenarios deportivos, la ciudad y los operadores preparan una **oferta más ajustada, personalizada y cumpliendo con los estándares de Bioseguridad.**





TRABAJO COLABORATIVO

NACIONAL

- Articulación entre los destinos nacionales, para salir al mercado internacional con **ofertas novedosas y multidestino**
- Diseño de productos locales y regionales que fortalecen la oferta de la ciudad

INTERNACIONAL

- Creación de oferta multidestino internacional con Quito, Cuenca y Lima en la denominada **Ruta Colonial**.
- Desarrollo de estrategias para llegar a los mercados objetivo, tales como capacitaciones de destino, fam y press trip, entre otros.
- Creación de alianzas de hermandad de destinos con ciudades capitales de Latinoamérica: **Quito, Buenos Aires, CDMX, Lima**

Apoyo del IDT para la implementación sello bioseguridad para el Sector Turístico



FASE 1

Capacitación en
Protocolos de
Bioseguridad y en
sello Check-in



FASE 2

Asistencia técnica en
implementación de
protocolos y en pre
auditoría de Sello Check-in.



FASE 3

Acompañamiento
procesos de
certificación
Modalidad 1
Modalidad 2

CAMPAÑA PROMOCIONAL

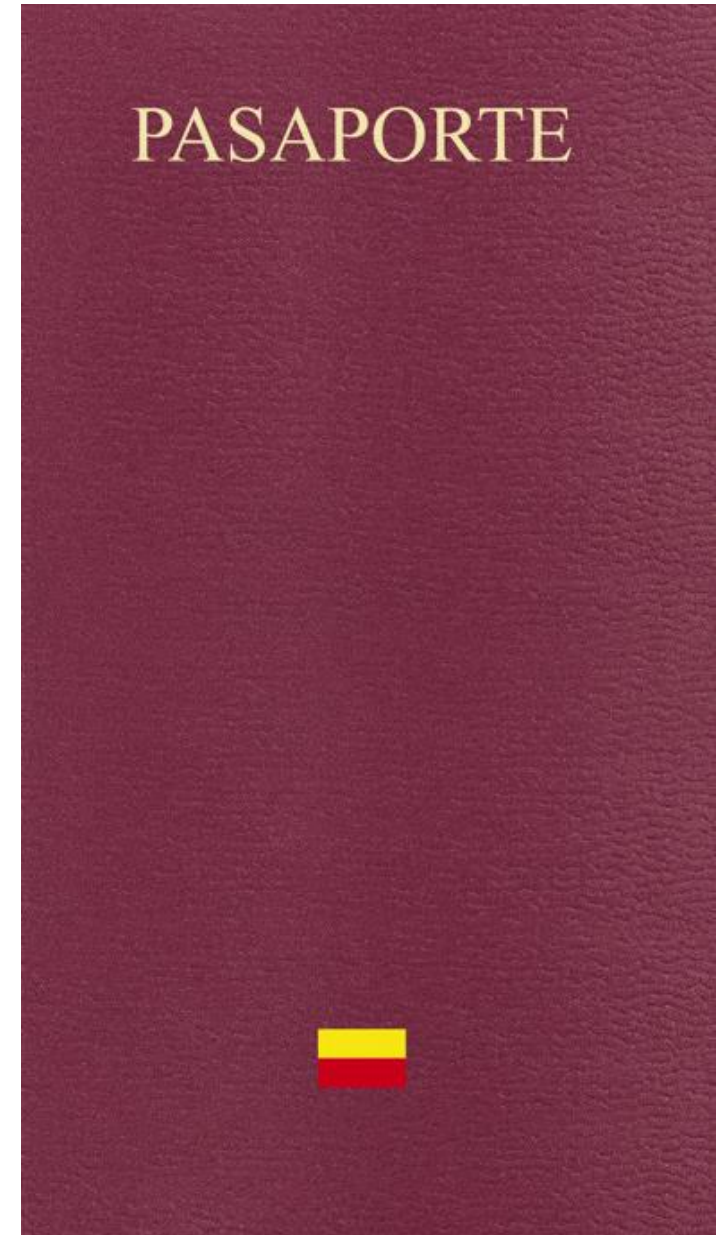
#EnBogotáNosVemos

- A través de la campaña se busca mantener a la ciudad posicionada como principal destino turístico del país.

Se desarrolló en 2 fases:

Fase I: Se muestran las etapas de cuidado y reactivación económica que se han mantenido en la ciudad, e igualmente se establecen relaciones de cercanía y empatía con los mercados de interés.

Fase II: Generar opciones de contacto con los potenciales mercados de turismo y logra una comunicación de cercanía y contacto.



RESULTADOS #EnBogotáNosVemos FASE I



64 Piezas gráficas
En Inglés (12 piezas)

4 Videos
En Español, Inglés y
sub títulos en portugués



Instagram

20 Publicaciones
1049 Interacciones
31.944 Alcance



Twitter

15 Publicaciones
597 Interacciones
16.911 Alcance

Piezas gráficas Fase I: Concepto: empatía



Facebook

20 Publicaciones
1.500 Interacciones
40.182 Alcance

Piezas gráficas Fase II: Concepto: Conectarnos – Fronteras son invisibles

64 Piezas gráficas

En Inglés
(12 piezas)

4 Videos

En Español, Inglés y
sub títulos en
portugués

6 Animaciones

Para Stories (de Redes)



Facebook

32 Publicaciones
291 Interacciones
18.367 Alcance



Instagram

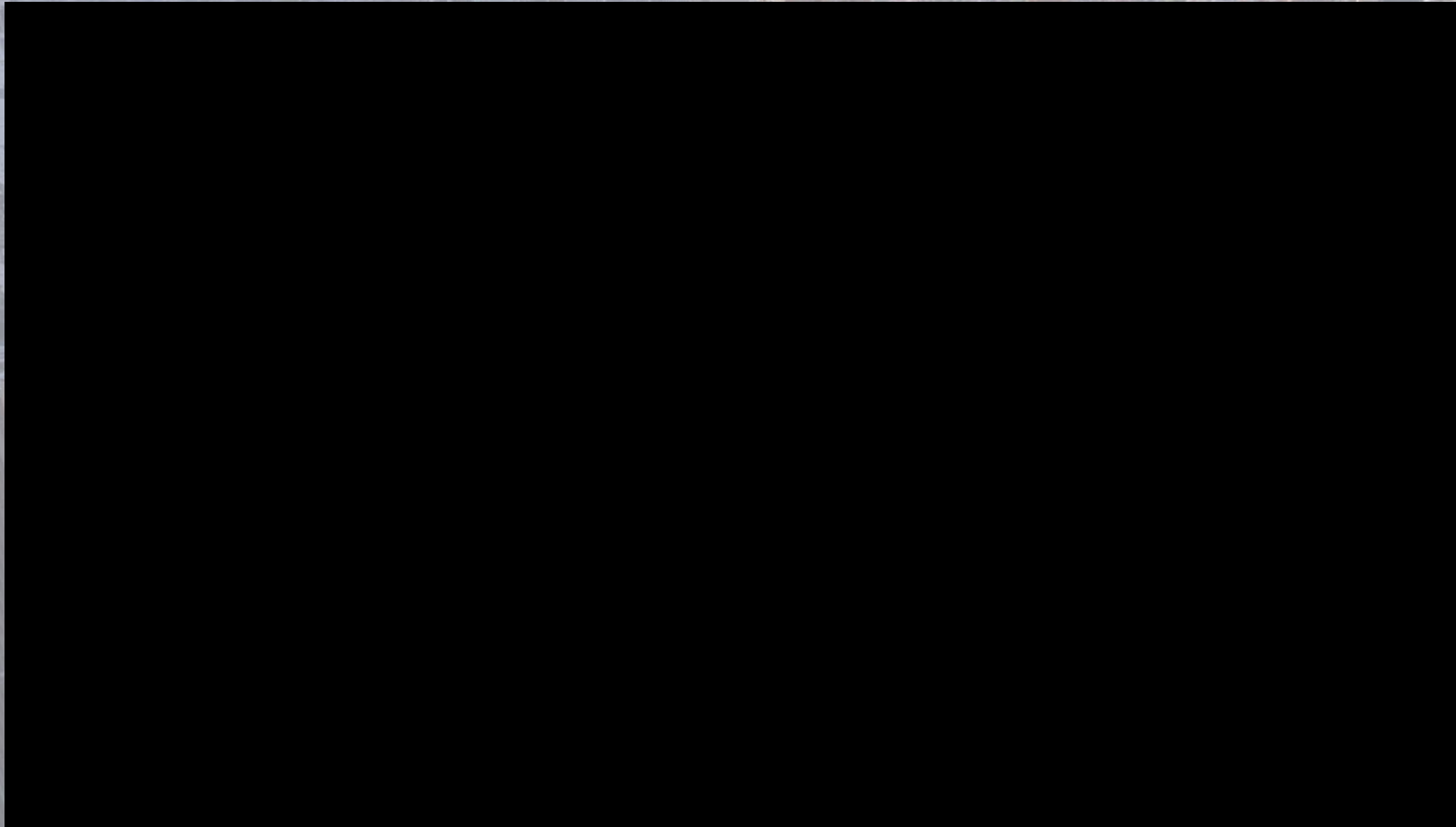
32 Publicaciones
1143 Interacciones
42.335 Alcance



Twitter

32 Publicaciones
1547 Interacciones
56.313 Alcance

#EnBogotáNosVemos: Fase II



En Construcción:

Construcción de mensaje a largo plazo (reactivación).

1. Percepción de marca
2. Definición de Drivers de marca
3. Definición de objetivos de comunicación
4. Posicionamiento de marca Bogotá y concepto
5. Definición de acciones





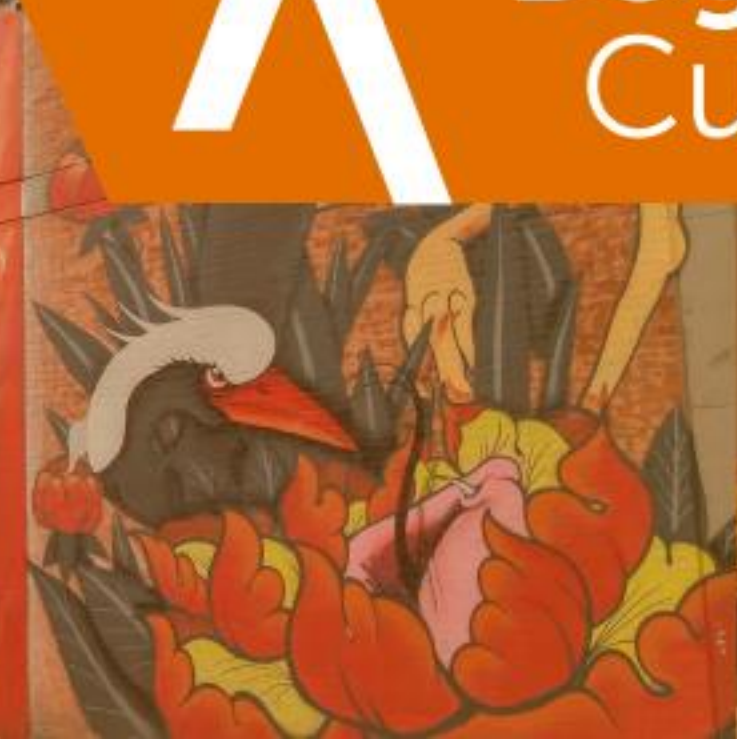
BOGOTÁ

UNA CIUDAD
DE EXPERIENCIAS
ÚNICAS





Bogotá
Cultural





En Bogotá se armonizan el pasado y el presente representados en **arquitectura, obras de artes y museos.**

Ofrece **161** monumentos nacionales y **28** templos religiosos, así como una variada oferta de eventos como el **Festival Iberoamericano de Teatro**, Rock al Parque, entre otros



ALAMEDA JUAN AMARILLO



Bogotá
urbana

La ciudad ofrece diversos recorridos que incorporan el uso de la bicicleta como medio de transporte sostenible para el reconocimiento de atractivos propios de la ciudad como "**Distrito Graffiti**".



DISTRITO GRAFFITI





Bogotá
natural



LUGARES DE OBSERVACIÓN

Más de 15 lugares de observación de aves y naturaleza





Bogotá

gastronómica



En Bogotá existen 19 plazas de mercado públicas que se surten con productos que llegan de varios rincones del país.

Y diversas **experiencias gastronómicas** como:

- Degustación de Café.
- Colombia Salsas Tradicionales
- Degustación de frutas
- Ajiaco
- Obleas





Bogotá

ciudad de negocios





Bogotá
Ciudad de negocios

La oferta cultural y la infraestructura son puntos fuertes para que la ciudad sea sede de un creciente número de multinacionales e importantes ferias, exposiciones, congresos y convenciones durante todo el año. La diversidad rural del departamento de Cundinamarca, se convierte en el complemento ideal para Bogotá.



Castillo Marroquín
Capacidad Máxima:
1,800 PAX



Jardín botánico
José Celestino Mutis
Capacidad Máxima:
600 PAX



Catedral de sal
de Zipaquirá
Capacidad
Máxima:
500 PAX



Museo del Chicó
Capacidad Máxima:
200 PAX



Biblioteca Luis
Ángel Arango
Capacidad
Máxima: 200 PAX





RETOS PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO



- **Gestión territorial** desde la base comunitaria, con una alta injerencia en lo económico y lo ambiental.



- Coordinación y desarrollo de **sistemas asociativos** (entre empresarios, comunidad local), y **alianzas** público-privadas.



- **Articulación** entre los actores de la cadena de valor del turismo y otros sectores conexos que se benefician de la actividad (proveeduría a la industria).



- Empresariado turístico **formalizado**.



- Talento **adecuadamente colocado** (apoyo a los emprendimientos y fortalecimiento de guías turísticos).

- Desarrollo de **narrativa turística** y apropiación de nuestros territorios.



- **Cuidado y protección** de los Niños, Niñas y Adolescentes, y desarrollo **de destinos accesibles**.



INSTITUTO DISTRITAL DE
TURISMO



IDTBogota



@Bogota_Turismo

¡Gracias!


BOGOTÁ