**TURISMO - BOGOTÁ**

**INFORME FONTUR**

1. **FNTP-236-2018. Fase 2: certificación de la norma técnica sectorial NTS-AV 009 en hasta 35 empresas de transporte turístico terrestre automotor especializado**

**Proponente:** Acoltés

**Valor:** $ 147.604.625 (Fontur: $ 118.083.700 contrapartida: $29.520.925)

**Objetivo:** Realizar auditoría de certificación bajo la Norma Técnica Sectorial NTS-AV 009 Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor, hasta a 35 empresas, beneficiarias del proyecto FNTP-253-2017.

**Estado:** viable

**Gerencia:** Competitividad y Apoyo a las Regiones.

**Avance físico:** 0%

**Informe:**

* Radicado el 27 de noviembre de 2018.
* En el mes de enero de 2019, se dieron pre viabilidades técnica, financiera y jurídica al proyecto.
* Se espera en el mes de febrero de 2019 presentar en comité directivo.
* Se espera dar continuidad al proyecto FNTP-253-2017, con la "Fase 2: CERTIFICACIÓN DE LA NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS-AV 009 EN HASTA 35 EMPRESAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIALIZADO", con las primeras 35 empresas de las hasta 70 que abarca el proyecto de implementación.

**2. FNTP-259-2017 Certificación, mantenimiento y recertificación de la NTS-TS-001-1 en el área turística establecida en La Candelaria, Bogotá**

**Proponente:** MinCIT

**Valor:** $47.775.885

**Objetivo:** certificar, hacer las auditorias de seguimiento y la auditoría de re certificación bajo la norma técnica sectorial colombiana NTS-TS-001-1 “Destino turístico - área turística requisitos de sostenibilidad" en el área turística establecida en La Candelaria - Bogotá

**Inicio:** 04 de julio de 2018

**Terminación:** 04 de enero de 2022

**Estado:** en ejecución

**Gerencia:** Competitividad y Apoyo a las Regiones.

**Avance físico:** 20%

**Informe:**

* Radicado el 07 de noviembre de 2017.
* Aprobado el 08 de febrero de 2018.
* Primera auditoría de seguimiento en el año 2019, la cual se estima programar en marzo de 2019.
* Se beneficiará el centro histórico de La Candelaria, los prestadores de servicios turísticos de la zona y la comunidad en general.

**3. PDE-004-2013 Construcción del Centro de Convenciones de Bogotá**

**Proponente:** MinCIT

**Valor:** $300.000.000.000 (MinCIT $40.000.000.000 vigencia 2013; $20.000.000.000 vigencia 2014; Corferias $50.000.000.000; Cámara de Comercio de Bogotá $190.000.000.000)

**De qué trata:** el Centro Internacional de Convenciones de Bogotá - Ágora, es un proyecto de iniciativa público-privada que cuenta con un área de 64.883 metros cuadrados. El proyecto incluye: **Sótanos:** dos sótanos en los que se encuentran áreas de servicio y muebles de carga, cocina para 2.800 comensales y 1.055 parqueaderos. **Piso 1:** zaguán de 2.600 metros cuadrados, lobby principal de 3.700 metros cuadrados, tres zonas de registro independientes. Mezzanine: oficinas de Ágora de 500 metros cuadrados, conexión con Corferias a través de un puente peatonal. **Piso 2:** lobbies y terraza (expo – coffee break – lunch box) de 1.870 metros cuadrados, salones flexibles de 1.000 metros cuadrados, servicios (baños, cocina y depósitos). **Piso 3:** lobbies y terraza (expo – coffee break – lunch box) de 2.100 metros cuadrados, salones flexibles de 1.700 metros cuadrados, servicios (baños, cocina y depósitos). **Piso 4:** estructura de soporte quinto piso, lobbies y terraza (expo – coffee break – lunch box) de 3.500 metros cuadrados, servicios (baños, cocina y depósitos). **Piso 5:** lobbies laterales de 1.500 metros cuadrados, salón principal de 3.100 metros cuadrados (capacidad 4.000 personas), salón principal divisible en tres espacios, servicios (cocina y depósitos).

**Estado:** en ejecución

**Gerencia:** Infraestructura Turística

**Avance recursos Fontur:** 99.8%

**Nota:** El 18 de enero de 2018, se realizó la inauguración del CICB, con la presencia del Señor Presidente de la República.

Teniendo en cuenta que al 31 de diciembre del 2018 la finalidad del fidecomiso no se había cumplido en su totalidad, se prorrogó el plazo de ejecución hasta del 28 de febrero del 2019.

En informe de enero del 2019 la fiduciaria Bogotá solicita a Fontur la autorización para que los recursos disponibles de Fontur se utilicen en el pago de mayores y menores cantidades de otros contratos relacionados con la construcción de Ágora al igual que el pago de liquidaciones. Esta petición está siendo analizada por Fontur.

**4. FNTP-079-2018 Bogotá, capital mundial para la realización de eventos internacionales**

**Proponente:** Buró de convenciones de Bogotá y Cundinamarca

**Valor:** $694.242.015 (Fontur $528.742.015; contrapartida $165.500.000)

**Objetivo:** Sensibilizar a presidentes y altos directivos (tomadores de decisiones) de asociaciones de talla mundial, sobre las potencialidades de Bogotá como destino de eventos internacionales en el marco de los eventos Foro Global de Best Cities y Zona MICE 2018 para incrementar las oportunidades de captación de eventos para Bogotá.

**Inicio:** 12 de agosto de 2018

**Terminación:** 13 de diciembre de 2018

**Estado:** terminado

**Gerencia:** Promoción y Mercadeo

**Avance físico:** 100%

**Informe:**

* Radicado el 28 de junio de 2018
* Se envió la primera solicitud de ajustes y aclaraciones el 9 de julio de2018 de la cual se recibió respuesta la misma semana.
* Se cotizó y ajusto presupuesto y se envió a evaluaciones el 23 de julio de 2018.

• Fue aprobado por comité interno en el mes de julio de 2018 el proyecto fue aprobado por comité directivo virtual el 2 de agosto de 2018.

• Inicio con la ejecución del primer fam el 13 de agosto del 2018.

* Se han llevado a cabo dos reuniones con el proponente para iniciar con la logística de los eventos de diciembre
* Se envió presupuesto por parte de la agencia, se están revisando unos rubros para poder dar la aprobación e iniciar con la logística del fam.
* Se realizó prueba de menú con la agencia y el proponente para el evento en el Museo Nacional en el mes de noviembre.
* El último fam se llevó a cabo del 9 a 13 de diciembre en el marco del foro global “BestCities”; dando con esta actividad terminado el proyecto.
* Pendiente cierre del proyecto.

• El proyecto contempla las siguientes actividades: Un viaje de familiarización con presidentes y altos directivos de asociaciones de carácter mundial en el marco del evento Foro Global BestCities Bogotá 2018 en el mes de agosto ; y un segundo viaje de familiarización para los compradores asistentes a Zona MICE 2018 en el mes de diciembre.

**5. FNTP-250-2017 Promoción internacional multidestino de Bogotá, Cartagena de Indias, Archipiélago islas del rosario y san Bernardo, Santa Marta, Eje Cafetero (Pereira, Manizales y honda) alrededor de la experiencia de hoteles boutique históricos**

**Proponente:** Red de turismo Evoca Historic Boutique Hotels

**Valor:** $572.460.000 (Fontur: $457.960.000; contrapartida: $114.500.000) (aproximado $22.898.000 para departamento)

**Objetivo**: Diseñar y poner en marcha un programa de promoción y mercadeo internacional multidestino de las ciudades de Bogotá D.C., Cartagena de indias, el Archipiélago Islas del Rosario y de San Bernardo, Santa Marta D.T.C.H., Pereira, Manizales y Honda, alrededor de la experiencia de historia, literatura, arte, naturaleza, aventura y hoteles históricos boutique.

**Inicio:** 12 de octubre de 2018

**Terminación:** 11 de abril de 2019

**Estado:** en ejecución

**Gerencia:** Promoción y Mercadeo

**Avance Físico:** 10%

**Informe:**

* Radicado el 26 de octubre de 2017
* Aprobado el 19 de abril de 2018
* El proyecto contempla las siguientes actividades: Producción de video promocional, folleto, fotografías y 3 agendas comerciales en México, USA y Brasil.
* El 20 de noviembre de 2017 se realizó solicitud de ajustes y aclaraciones. El 12 de febrero de 2018 se remitió a Procolombia ficha ajustada por el proponente a fin de que esta entidad emita concepto de si las actividades se encuentran alineadas a la campaña internacional de turismo de lujo. Procolombia solicito plazo para remitir concepto hasta el próximo 14 de marzo de 2018. El 5 de abril de 2018 se llevó acabo reunión con procolombia donde se revisaron las actividades y se solicitó trasmitirle al proponente unos cambios en las actividades, quien acepta los cambios en 2 de 3 actividades y el proyecto se presenta ante comité directivo como lo solicita el proponente.

Se realizó reunión con el proponente y procolombia el 7 de mayo de 2018 a fin de ajustar los lineamientos en la ejecución del proyecto. Se remite a las partes borrador de pliegos de contratación a fin de recibir visto bueno. El proponente solicita varios cambios en la ficha los cuales no fueron aprobados, a la espera de recibir contenido de los folletos y brief a fin de poder abrir proceso de contratación. Se realizó reunión nuevamente el 21 de agosto de 2018 ya que no se ha recibido la información solicitada, se hacen nuevos compromisos para que dicha información sea entregada a más tardar la primera semana de septiembre de 2018. Se realizó reunión con el proponente el 26 de septiembre de 2018 de fin de revisar contenido e iniciar contratación. Se elaboró orden de servicio el 12 de octubre de 2018 a fin de elaborar el video promocional y sus reducciones, la toma de fotografías y la impresión de folletos.

* Se realiza reunión con el proponente y la agencia el 21 de noviembre de 2018 a fin de revisar segunda versión del guion, el proponente argumenta que el mismo es genérico y se compromete a suministrar información necesaria para elaborarlo a medida de las características de los hoteles EVOCA. El 5 de diciembre de 2018 el proponente remite visto bueno del guion del video de 1 minuto, del 5 al 12 de diciembre de 2018 se realiza scouting en los diferentes destinos donde se rodará el video. Se reanuda rodaje finalizando enero de 2019, se realizó producción y se encuentra en edición.

**6. FNTP-134-2017 Promoción de Bogotá como destino turístico internacional 2017**

**Proponente:** Alcaldía Mayor de Bogotá - Instituto Distrital de Turismo

**Valor:** 1.314.540.000 (Fontur: $ 633.000.000; Contrapartida$ 681.540.000).

**Objetivo:** Promocionar a nivel internacional los productos y oferta turística con el fin de aumentar el flujo de turistas extranjeros hacia Bogotá e incrementar su estadía.

**Inicio:** 1 de noviembre de 2017

**Terminación:** Enero 2019

**Estado:** En ejecución

**Gerencia:** Promoción y Mercadeo

**Avance:** 95%

**Informe:**

* Radicado 6 de julio de 2017.
* Terminó su formulación el 16 de agosto de 2017.
* Terminó su evaluación el 22 de agosto de 2017.
* Aprobado 18 de septiembre de 2017.
* Se autorizó el desembolso del 50%, por valor de $316.500.000.
* Durante el mes de enero 2018 se realizó una mesa de trabajo entre Procolombia e IDT, para coordinar el desarrollo de las actividades.
* Durante febrero de 2018 se realizaron dos reuniones, para definir y aclarar las actividades del proyecto, teniendo en cuenta que muchas no se podrán realizar, por lo cual se hará una modificación de la ficha del proyecto, sobre algunas actividades y al método de ejecución de las mismas.
* El IDT solicita modificación de la actividad 1.2 y redistribución de rubros.
* El 17 de diciembre Procolombia en conjunto con el IDT, solicita ampliación de un mes más de ejecución, con una vigencia de 15 meses, e incluir la feria Fitur 2019.
* En el mes de Enero, IDT solicita ampliar el cronograma de ejecución del proyecto hasta el 31 de marzo de 2019, con el fin de cumplir con la ejecución de su contrapartida.
* Actividades:
* Emisión de un plan de medios del programa "Fin de semana en Bogotá" en mercados objetivos como Ecuador y Perú
* Realización de un plan de medios para el programa "Un día más"
* Ejecución de un plan de medios para la promoción de los productos turísticos priorizados: Turismo cultural, naturaleza, negocios, gastronómico y urbano.
* Emisión de un plan de medios para incentivar el programa Bogotá Stop Over.
* Promocionar a través de una estrategia digital, los principales Grandes Eventos de ciudad de impacto turístico. "
* Ejecutar acciones de BTL como activaciones en el marco de ferias y eventos internacionales especializados en turismo.
* Realizar un viaje de familiarización con operadores internacionales, teniendo algunos mercados tales como: Quito, Madrid y Buenos Aires.
* Realizar un press trip con el fin de promocionar la Ruta Colonial compuesta por Cartagena, Bogotá, Quitó y Cuenca.
* Realizar press trips con periodistas internacionales, teniendo en cuenta algunos mercados prioritarios tales como: China, Turquía,  EEUU y España.
* Producción de material promocional para distribución en ferias y eventos especializados

**7. FNTP-141-2017 Promoción turística a nivel nacional: Bogotá ciudad creativa**

**Proponente:** Alcaldía Mayor de Bogotá - Instituto Distrital de Turismo

**Valor:** $786.899.925 (Fontur $391.163.325; contrapartida $395.736.600)

**Objetivo:** Promocionar a nivel nacional la ciudad de Bogotá como destino turístico creativo, resaltando su patrimonio cultural, natural y la experiencia como ciudad capital.

**Inicio:** 01 de diciembre de 2017

**Terminación:** 31 de diciembre de 2018

**Estado:** en ejecución

**Gerencia:** Promoción y Mercadeo

**Avance físico:** 80%

**Informe:**

* Radicado el 17 de julio de 2017.
* Se enviaron las primeras solicitudes de ajustes y aclaraciones el 18 de julio del 2017.
* El proyecto fue enviado a pre-vibildiades el 27 de julio de 2017, quedando pre-viable el 01 de agosto de 2017.
* Fue a Comité Interno del 01 de agosto de 2017 quedando viable.
* Aprobado en Comité Directivo de 04 de agosto de 2017.
* El proyecto extendió su tiempo de ejecución hasta finales de diciembre de 2018, por temas de contratación por parte del IDT.
* EL 21 de septiembre de 2018 se tuvo una reunió con IDT para coordinar entrega de últimas piezas e iniciar su pauta.
* En noviembre de 2018 a finales IDT envió cuña y videos que hacían falta para la última pauta.
* Se está en proceso de contratación de medios, para iniciar con la pauta y dar fin a la ejecución del proyecto.
* El proponente ajusto las piezas con los últimos logos y las envió al formulador del proyecto para iniciar la pauta, siendo está la última actividad por ejecutar del proyecto de los recursos cofinanciables.
* El proyecto cuenta con las siguientes actividades: plan de medios a nivel nacional promocionando los productos turísticos priorizados (cultural, naturaleza, negocios, y urbano), diseño y producción de material promocional, fam trip con agencias de viaje, estrategia de multidestinos en convenio con Villavicencio, planes promocionales en digital para posicionar los programas “Fin de Semana en Bogotá”, “un día más“ y “biciturismo”.