



BOGOTÁ AUTÉNTICA

*Haz parte del Portafolio de turismo
premium diseñado para viajeros con estilo.*

Organizan



CONVOCATORIA PARA LA POSTULACIÓN DE ACTIVIDADES Y PLANES DE TURISMO CON ENFOQUE DE LUJO Y EXCLUSIVIDAD

‘BOGOTÁ AUTÉNTICA’ – PORTAFOLIO DE TURISMO PREMIUM PARA VIAJEROS CON ESTILO

Bogotá se consolida como un hub estratégico de negocios, inversión y conocimiento, y avanza hacia una oferta turística más sofisticada, orientada a ofrecer planes y experiencias únicas, auténticas, exclusivas y altamente personalizadas para viajeros corporativos de alto nivel.

Bogotá consolidó en 2025 su posicionamiento como principal puerta de entrada internacional del país, al recibir 1.913.648 visitantes extranjeros, lo que evidenció un crecimiento sostenido y reafirmó su relevancia como destino turístico líder en Colombia. En este contexto, y reconociendo el impacto del turismo en el desarrollo económico de la ciudad, así como el crecimiento del turismo de reuniones y eventos, Bogotá se posiciona como un referente en el segmento MICE, lo que implica la necesidad de fortalecer y diversificar planes dirigidas a participantes y turistas de alto nivel que asisten a congresos, convenciones y viajes de incentivos.

En línea con lo anterior, y considerando que la ciudad ya cuenta con una oferta turística robusta y diversificada, el Instituto Distrital de Turismo y el Bureau de Convenciones de Bogotá, en alianza con LATAM Airlines, la Cámara de Comercio de Bogotá y FENALCO, invitan a empresarios y operadores turísticos especializados a postular actividades y/o planes de turismo con enfoque de lujo y/o premium, dirigidos a público corporativo de alto nivel que valora la exclusividad, la autenticidad, el servicio personalizado y los estándares internacionales de calidad, con el propósito de ampliar y sofisticar la oferta existente y fortalecer el posicionamiento de Bogotá como destino de talla mundial.

Este portafolio estará dirigido a un público del segmento corporativo de alto nivel que visita la ciudad en el marco de eventos internacionales, viajes de incentivos, delegaciones VIP, speakers, inversionistas y viajeros de alto poder adquisitivo, quienes valoran la excelencia en el servicio, la autenticidad y la exclusividad.

¿Qué entendemos por turismo con enfoque de lujo y exclusividad en el contexto de Bogotá?

Para efectos de esta convocatoria, el lujo no se define exclusivamente por el precio o la opulencia, sino por la calidad excepcional de la experiencia, el nivel de personalización y la capacidad de generar vivencias auténticas e irrepetibles.

En Bogotá, el turismo con enfoque de lujo se expresa a través de tres dimensiones complementarias: el *lujo cultural y auténtico*, que aprovecha el patrimonio histórico, el arte contemporáneo, la gastronomía de autor y los saberes locales; el *lujo experiencial*, basado en el acceso exclusivo, la curaduría experta y los momentos únicos e intransferibles; y el *lujo de servicio*, sustentado en la atención personalizada, la discreción y la excelencia operativa. Las propuestas seleccionadas deberán demostrar solidez en al menos una de estas dimensiones.

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ENTIDAD A CARGO DE LA CONVOCATORIA

La presente convocatoria es organizada por el Instituto Distrital de Turismo (IDT), entidad encargada de liderar la promoción, el desarrollo y la gestión del turismo en Bogotá, así como de fortalecer la competitividad del destino y la articulación con los actores del sector, y el Bureau de Convenciones de Bogotá, unidad de Invest in Bogotá, organización público-privada dedicada a la promoción de inversión, atracción de eventos internacionales y posicionamiento de la ciudad como destino competitivo a nivel global, en alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá, FENALCO y LATAM Airlines, aliado estratégico que aportará su conectividad nacional e internacional, y su capacidad de articulación de mercados, que buscará fortalecer la visibilidad de Bogotá en mercados prioritarios. Para efectos de la presente convocatoria, las entidades organizadoras y sus aliados estratégicos se denominarán entidades PROMOTORAS. Su participación contribuye a posicionar la ciudad como un destino accesible, competitivo y atractivo para el segmento corporativo de alto nivel, así como a potenciar la promoción y comercialización de las actividades y planes que harán parte de este portafolio.

Esta alianza público-privada busca consolidar una oferta de alto valor para la ciudad, articulando capacidades de promoción, relacionamiento internacional y desarrollo de producto turístico, con el fin de posicionar a Bogotá en el segmento de turismo con enfoque de lujo y exclusividad. A través de esta convocatoria, se pretenden identificar y visibilizar experiencias y/o planes que respondan a estándares internacionales, contribuyan a elevar la competitividad del destino y fortalecer su reconocimiento en mercados estratégicos.

2. OBJETIVO DE LA CONVOCATORIA

Identificar, evaluar y consolidar un portafolio de actividades y planes turísticos con enfoque de lujo y exclusividad de Bogotá para el segmento corporativo de alto nivel.

Esta estrategia público-privada busca promover una oferta turística de alto valor, visibilizando propuestas que contribuyan al posicionamiento de Bogotá como un destino auténtico, atractivo, competitivo y sostenible para eventos, congresos, viajes de negocios y turismo de reuniones.

En este contexto, se priorizarán aquellas actividades y planes que:

- Ofrezcan propuestas auténticas, exclusivas y diferenciadas
- Incorporen altos estándares de calidad y servicio
- Permitan un alto nivel de personalización según el perfil del cliente corporativo
- Fortalezcan el posicionamiento de Bogotá como un destino de alto nivel

Adicionalmente, se busca que los visitantes de la ciudad conecten con su cultura y oferta turística desde una perspectiva auténtica y sofisticada, fomentando así su intención de regresar y generando un mayor impacto económico en el ecosistema local.

Los productos seleccionados harán parte del **Portafolio 'Bogotá auténtica' - planes premium para viajeros con estilo**, el cual será promovido activamente ante clientes nacionales e internacionales del Instituto Distrital de Turismo, el Bureau de Convenciones de Bogotá y LATAM Airlines, especialmente aquellos vinculados a eventos estratégicos, delegaciones de alto nivel y viajeros de alto poder adquisitivo.

3. REGIMEN LEGAL APLICABLE

Por su parte, "El Instituto Distrital de Turismo (IDT) se compromete a salvaguardar la privacidad de la información personal obtenida, de acuerdo con la Ley 1581 de 2012 y demás disposiciones concordantes, sus Políticas de confidencialidad www.idt.gov.co/sites/default/files/sources/pages/politicas-del-sitio/DE-

[PO2%20Pol%C3%ADtica%20de%20Tratamiento%20de%20Datos%20Personales%20V2%2031032025.pdf](http://www.idt.gov.co/sites/default/files/sources/pages/politicas-del-sitio/DE-PO2%20Pol%C3%ADtica%20de%20Tratamiento%20de%20Datos%20Personales%20V2%2031032025.pdf) y se compromete a no ceder, vender, ni a compartir estos datos recibidos con terceros sin la autorización expresa e informada de los titulares.

En consecuencia, la participación en la convocatoria no genera derecho alguno a favor de las ORGANIZACIONES proponentes respecto de la adjudicación de contratos o la adquisición de compromisos por parte de los PROMOTORES, limitándose únicamente a la posibilidad de ser considerados dentro de las acciones de promoción y difusión previstas en el presente documento.

4. NATURALEZA DE ESTA CONVOCATORIA

La presente convocatoria constituye únicamente una invitación pública dirigida a los operadores turísticos de Bogotá - Región interesados en presentar propuestas de paquetes y servicios turísticos con enfoque de lujo y exclusividad, complementarios para visitantes y asistentes a eventos corporativos en la ciudad de Bogotá. En consecuencia, este proceso no configura en sí mismo una oferta mercantil ni un contrato, ni genera para los PROMOTORES obligación alguna de aceptar las propuestas recibidas ni de celebrar acuerdos con las ORGANIZACIONES proponentes.

La aceptación de las propuestas, en su caso, estará sujeta exclusivamente a las reglas, criterios y procedimientos descritos en este documento, sin que ello implique compromiso contractual o precontractual alguno por parte de los PROMOTORES.

En desarrollo de lo anterior, las partes interesadas manifiestan y aceptan que:

No se constituye relación contractual: la participación en la presente convocatoria no implica la celebración de un contrato, ni configura una relación de agencia, sociedad,

asociación, cuentas en participación o cualquier otro vínculo de naturaleza contractual entre los PROMOTORES y las ORGANIZACIONES participantes.

Autonomía de las partes: cada ORGANIZACIÓN proponente asume de manera independiente y exclusiva los riesgos operativos, financieros y legales derivados de sus actividades, así como las utilidades o pérdidas que se deriven de las mismas. En ningún caso la convocatoria genera vínculos de subordinación laboral, civil, comercial o de cualquier otra naturaleza entre los PROMOTORES y las ORGANIZACIONES proponentes, ni entre éstos y los empleados o contratistas de la contraparte.

Inexistencia de subordinación y representación: la convocatoria y las eventuales relaciones comerciales que puedan surgir de ella no otorgan a las ORGANIZACIONES proponentes facultad alguna para actuar en nombre o representación de los PROMOTORES, ni crean relación de dependencia, subordinación o solidaridad frente a obligaciones de carácter laboral, comercial, civil, tributario o de cualquier índole.

Mecanismos de resolución: cualquier diferencia en la interpretación o aplicación de lo dispuesto en la presente convocatoria será resuelta mediante mecanismos de diálogo, concertación y entendimiento directo entre las partes, privilegiando siempre la buena fe y la colaboración institucional.

5. CLÁUSULA DE RESERVA

Los PROMOTORES de esta convocatoria se reservan expresamente la facultad de modificar, suspender o dar por terminada la convocatoria en cualquier momento, así como de rechazar, total o parcialmente, cualquiera de las propuestas recibidas, cuando así lo estime conveniente para sus intereses institucionales.

La adopción de estas decisiones no genera obligación alguna de justificación frente a las ORGANIZACIONES proponentes ni otorga derecho a compensación, indemnización o reembolso de gastos a las ORGANIZACIONES que hubieren participado o presentado propuestas en el marco de la presente convocatoria.

6. RESERVA EN DOCUMENTOS

En caso de que las ORGANIZACIONES proponentes consideren que alguno de los documentos o la información contenida en su propuesta se encuentra amparado por normas de confidencialidad o de protección legal, deberán manifestarlo expresamente por escrito al momento de la presentación de la propuesta, indicando de manera clara y precisa el alcance de la restricción y citando la disposición legal que sustente tal condición.

Será responsabilidad exclusiva de la ORGANIZACIÓN proponente acreditar la naturaleza reservada o confidencial de la información aportada, así como adoptar las medidas necesarias para su adecuada protección.

7. CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN

Las ORGANIZACIONES que se presenten a esta convocatoria podrán recibir o tener acceso a datos e información confidencial y de propiedad de la otra parte. La Parte que reciba la información confidencial mantendrá esta información en total reserva y se obliga, durante la vigencia de la convocatoria, a no revelar, divulgar, exhibir, publicar, mostrar, comunicar, comercializar, producir para terceros y/o emplear la información a la que tenga acceso, a menos de que medie autorización por escrito. Esta obligación continuará vigente aún después de la terminación por cualquier causa de la vinculación que ligue a las partes.

PARÁGRAFO PRIMERO. La información confidencial incluye sin limitación alguna, todas las descripciones, datos, productos, procesos y operaciones, métodos, fórmulas, know-how y cualquier otra información de naturaleza técnica, económica, jurídica, financiera, operativa, estratégica y en general, toda aquella información que esté relacionada con programas, inventos, marcas, patentes, nombres comerciales, y derechos de propiedad industrial o intelectual, licencias y cualquier otra información oral o escrita que se revele dentro del marco de esta convocatoria. Así mismo, son confidenciales todos los borradores, las revisiones y los documentos definitivos que comprendan o incluyan la información confidencial.

PARÁGRAFO SEGUNDO. Dentro de la información confidencial no se incluirá: a) Aquello que sea del dominio público; b) Que esté en posesión de la otra parte y que la haya recibido legítimamente con anterioridad a la suscripción del presente acuerdo; c) Que por orden válida de autoridad competente deba revelarse en tal forma que pase al dominio público.

La información confidencial no dejará de serlo cuando debe revelarse a cualquier entidad oficial, nacional o internacional, por orden válida de autoridad competente, sin que pierda su calidad de confidencial y reservada.

PARÁGRAFO TERCERO. La Parte que recibe la información confidencial podrá proporcionar esta información a sus empleados, asesores, representantes y agentes (colectivamente llamados los "Representantes"), quienes requieren de la información para cumplir con el objeto de este Acuerdo, siempre y cuando cada uno de esos Representantes esté sujeto a obligaciones de confidencialidad y no revelación, que no sean menos restrictivas que las que se contienen en el presente Acuerdo. La Parte que recibe se compromete a tratar esta información con el mismo cuidado y discreción que utiliza para su propia información, el cual debe ser razonable, para evitar la divulgación no autorizada, la publicación o el uso de la información confidencial recibida, en virtud del presente documento.

8. ORGANIZACIONES QUE PODRÁN PRESENTARSE A LA CONVOCATORIA

Esta convocatoria está dirigida a agencias de viajes especializadas en turismo con enfoque de lujo y exclusividad, DMCs (Destination Management Companies), Operadores

turísticos boutique, Hoteles de categoría premium o lujo, proveedores de planes y/o experiencias exclusivas (gastronomía, bienestar, cultura, naturaleza, entre otros), empresas de concierge y servicios personalizados, y empresas de transporte terrestre de lujo y/o servicios de movilidad ejecutiva (vehículos premium, transfer VIP, transporte aéreo privado, entre otros).

Nota #1. La postulación y la evaluación se aplicarán sobre cada experiencia o paquete turístico propuesto, y no sobre la organización postulante.

Nota #2: En el evento en que la propuesta sea presentada de manera conjunta por dos o más ORGANIZACIONES, estas podrán presentarse como proponente plural, identificándose con la denominación que determinen al momento de la postulación. Para efectos de la presente convocatoria, cada uno de los integrantes deberá acreditar de manera individual el cumplimiento de los requisitos mínimos habilitantes exigidos, sin perjuicio de aquellos que por su naturaleza admitan acreditación conjunta.

Así mismo, deberán indicar expresamente su condición de proponente plural y designar la persona que actuará como representante para todos los efectos de la convocatoria, quién será el interlocutor frente a las entidades promotoras. Para tal efecto, las organizaciones deberán adjuntar un documento suscrito por sus representantes legales en el que conste su intención de participar conjuntamente, la identificación de sus integrantes, la denominación adoptada y la designación del representante.

9. PROCESO DE PRESENTACIÓN A LA CONVOCATORIA

Las ORGANIZACIONES que se presenten a esta convocatoria deberán realizar la inscripción y postulación de las experiencias y/o planes turísticos exclusivamente a través del enlace al formulario que encontrarán a continuación.

En este formulario, además, deberán incluir los soportes y la documentación exigida en los requisitos habilitantes y criterios de evaluación. Recuerde que una postulación incompleta automáticamente descartará la experiencia y/o el paquete turístico de la organización postulante al proceso de evaluación.

Enlace de postulación: (crear enlace)

No se recibirán postulaciones ni su documentación asociada por fuera de la fecha y hora señalada en el cronograma establecido en esta convocatoria. En caso de inquietudes o dudas por favor comunicarse a los correos electrónicos incluidos al final de estos Términos de Referencia.

10. REQUISITOS MÍNIMOS HABILITANTES

Las ORGANIZACIONES que se presenten a esta convocatoria deberán cumplir, como mínimo, con los siguientes requisitos y enviar la documentación exigida para cada uno

de ellos. En caso de que la postulación y los documentos que se exigen a continuación estén incompletos, la propuesta no será evaluada y automáticamente será descartada.

- Matrícula mercantil vigente (Cámara de Comercio): Un (1) documento en PDF que evidencie que la ORGANIZACIÓN cuenta con matrícula mercantil renovada y vigente a la fecha de postulación y cuenta con al menos 2 años de operación desde la fecha de constitución hasta la fecha de publicación de la convocatoria.
- Registro Nacional de Turismo de la ORGANIZACIÓN (Si aplica): Un (1) documento en PDF que detalle el Registro Nacional de Turismo actualizado al año 2026 en PDF, según los lineamientos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Certificación de Pago de Parafiscales FONTUR de la ORGANIZACIÓN (Si aplica): Un (1) documento en PDF con la certificación y/o soporte en PDF de pago al Fondo Nacional de Turismo de los parafiscales correspondientes al primer trimestre del año 2026. Si debido a la Ley 2294 de 2023, su empresa se encuentra exenta de este pago, deberá anexar a su postulación el respectivo soporte.
- Redes sociales y herramientas digitales de comercialización y promoción: Un (1) documento en PDF firmado por el Representante Legal de la ORGANIZACIÓN en el que se detalle: enlace a página web funcional, enlace a red(es) social(es) activa(s) de la organización, enlace al catálogo digital y/o brochure de la experiencia.
- Política de Responsabilidad Ambiental y/o Sostenibilidad de la ORGANIZACIÓN: Un (1) documento en PDF que contenga las políticas, lineamientos y/o manuales de la ORGANIZACIÓN con los mecanismos y/o estrategias que implementan para la mitigación de impactos socioambientales negativos de su operación turística y/o para promover su contribución a la conservación y restauración ambiental (ej. acciones para la medición, manejo y/o compensación de huella de carbono, para la reducción de plásticos de un solo uso, para la restauración ecológica, entre otros).
- Pasarela de pagos habilitada para compras nacionales e internacionales: Un (1) documento en PDF firmado por el Representante Legal de la ORGANIZACIÓN en el que se confirme que la ORGANIZACIÓN proponente cuenta con pasarela de pagos o plataforma transaccional habilitada para compras a nivel nacional e internacional. Deberá incluir evidencia fotográfica (captura de pantalla) de la plataforma o pasarela de pagos que utiliza la ORGANIZACIÓN proponente.
- Protocolos de atención VIP, privacidad y confidencialidad: Un (1) documento en PDF firmado por el Representante Legal de la ORGANIZACIÓN que describa, como mínimo, los lineamientos para (i) manejo de datos personales y privacidad del cliente, (ii) discreción (no divulgación, fotografía/uso de imagen cuando aplique), (iii) gestión de riesgos y contingencias básicas durante la operación (cambios de último minuto, salud, movilidad, clima), y (iv) canales de atención y escalamiento 24/7 o equivalente para clientes de alto perfil.

- Carta de intención con rango de precio del paquete: Un (1) documento en PDF firmado por el Representante Legal de la ORGANIZACIÓN en el que se indique el rango de precio por persona del paquete postulado, expresado en dólares estadounidenses (USD). Este documento busca garantizar que las propuestas correspondan al segmento de actividades, experiencias y/o planes de lujo y que estén alineadas con los estándares de valor del portafolio.
- Referencias de operación con clientes de alto perfil: Un (1) documento en PDF firmado por el Representante Legal de la ORGANIZACIÓN que acredite experiencia previa en la atención de viajeros de alto poder adquisitivo, delegaciones corporativas, diplomáticas o grupos de incentivos internacionales. El documento podrá incluir cartas de referencia de clientes o aliados, listado anonimizado de tipos de clientes atendidos o cualquier evidencia que sustente la trayectoria de la ORGANIZACIÓN en el segmento premium o de lujo.

En total se han definido nueve (9) requisitos habilitantes, cada uno de los cuales debe ser soportado con la documentación correspondiente que permita verificar que la ORGANIZACIÓN cumple con el criterio establecido. Los PROMOTORES no realizarán solicitudes de aclaración ni permitirán la subsanación de estos soportes. Por tanto, el incumplimiento o ausencia de cualquiera de los documentos exigidos implicará la exclusión automática del paquete turístico presentado por la ORGANIZACIÓN.

11. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Las postulaciones que cumplan con los requisitos habilitantes pasarán a una siguiente fase en la que se evaluará la propuesta que deberá incorporar como mínimo la información de los siguientes criterios:

Criterio	Medio de verificación y/o soporte
1. Exclusividad y diferenciación de la experiencia	
Carácter exclusivo o diferencial de la experiencia propuesta	Se evaluará con la ficha técnica del paquete o experiencia postulada, material comercial, brochure, itinerario detallado y demás información que describan el producto.
2. Atención personalizada y capacidad de servicio premium	
Atención personalizada y capacidad de servicio premium	Se evaluará con el documento que indique: protocolo de atención, descripción del modelo de servicio, evidencias de concierge, atención preferencial, anfitrión dedicado, welcome amenities, atención 24/7 u otros equivalentes.
Atención en idiomas y experiencia con viajeros internacionales	Se evaluará con certificaciones, perfiles del equipo, brochure, sitio web, evidencias de operación con clientes internacionales o carta firmada por representante legal.
3. Calidad de marca, herramientas digitales y comercialización	
Página web y presencia digital de alto nivel	Se evaluará con el soporte enviado para el requisito habilitante correspondiente. Si lo requiere, podrá enviar soportes adicionales.

Material comercial, brochure o catálogo de experiencia premium	Se evaluará con el brochure, portafolio, ficha comercial o catálogo digital presentado por la organización.
4. Sostenibilidad	
Evidencia de prácticas sostenibles y de turismo responsable	Se evaluará con la política de sostenibilidad, certificaciones, soportes gráficos, programas o evidencias adicionales presentadas por la organización. Se recomienda incluir evidencias aplicadas al producto postulado (no solo políticas generales), que cubran impactos ambientales, socioculturales y económicos, tales como: compras/proveeduría local verificable; medidas de reducción de residuos y plásticos de un solo uso; acciones de eficiencia en agua/energía; prácticas de respeto y salvaguarda del patrimonio y la autenticidad cultural; y acciones de medición, reducción y/o compensación de huella de carbono (cuando aplique).
5. Viabilidad operativa y capacidad de respuesta para el segmento lujo	
Capacidad operativa, logística y de gestión de la experiencia y protocolos de seguridad, privacidad y manejo de clientes de alto perfil	Se evaluará con ficha técnica, descripción logística, red de aliados, operación del producto, tiempos de respuesta, capacidad de confirmación, políticas de reserva y cancelación. Se requiere adjuntar soporte adicional en el formulario: protocolos, lineamientos internos, políticas de tratamiento de datos, manejo de clientes VIP, seguros, acuerdos de confidencialidad o soportes similares.
6. Alineación con el posicionamiento de Bogotá como destino premium	
Coherencia de la experiencia con la narrativa de ciudad y el segmento objetivo	Se evaluará con la descripción del producto, storytelling, itinerario, componentes de valor y demás soportes entregados.
7. Trayectoria, reputación y reconocimiento en el segmento premium	
Reconocimiento, certificaciones y presencia en medios o redes especializadas de lujo	Se evaluará con: menciones o publicaciones en medios especializados de lujo (Condé Nast, Travel + Leisure, Forbes Travel Guide, etc.), membresías en redes internacionales (Virtuoso, ATTA, LATA, Relais & Châteaux, Leading Hotels of the World u otras equivalentes), premios o reconocimientos del sector, o evidencias de participación en ferias y plataformas de turismo premium. Si lo requiere, podrá enviar soportes adicionales.
8. Coherencia del precio con el segmento de lujo	
Posicionamiento tarifario alineado con el segmento premium internacional	Se evaluará con la carta de intención con rango de precio presentada como requisito habilitante y el valor declarado en la ficha técnica del paquete. Se recomienda incluir una breve justificación del valor (qué incluye y qué hace premium la experiencia) y, cuando aplique, diferenciar condiciones comerciales B2B (tarifa neta/comisiones) y B2C (tarifa

	pública).
9. Calidad e infraestructura física verificable	
Certificaciones de categoría, calidad demostrable de infraestructura y activos operativos	Se evaluará con certificaciones de categoría vigentes (NTS, Cotelco 5 estrellas, Forbes Travel Guide, Michelin, Leading Hotels of the World u otras equivalentes), fotografías profesionales de espacios, vehículos o activos operativos, o cualquier soporte que acredite la calidad física de la oferta. Si lo requiere, podrá enviar soportes adicionales al formulario.
10. Capacidad de personalización y diseño a medida (experiencias bespoke)	
Demostración de capacidad para diseñar experiencias completamente a medida según el perfil del cliente	Se evaluará con un caso de estudio o ejemplo real (anonimizado) de una experiencia diseñada a medida para un cliente anterior, que evidencie la capacidad de la organización para atender solicitudes especiales, construir itinerarios únicos, gestionar accesos exclusivos o adaptar la experiencia a perfiles específicos de alto nivel. Se debe adjuntar soporte adicional en el formulario.

Los requisitos mínimos habilitantes y el documento de la propuesta, con los criterios técnicos, deberán ser adjuntados en el formulario de inscripción.

12. BENEFICIOS PARA LOS SELECCIONADOS

Las organizaciones seleccionadas harán parte del **Portafolio 'Bogotá auténtica' - planes premium para viajeros con estilo** y podrán acceder a los siguientes beneficios:

1. Visibilidad y posicionamiento

Inclusión en el portafolio oficial de turismo de actividades y planes con enfoque de lujo y exclusividad de Bogotá, con promoción activa ante clientes nacionales e internacionales del Bureau de Convenciones de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo (IDT), a través de la página oficial de turismo VisitBogota.co, y LATAM Airlines. Difusión en los canales institucionales y aliados estratégicos, incluyendo redes sociales, materiales de ciudad y otras plataformas de promoción de destino.

2. Acceso a mercado internacional

Presentación de los paquetes ante organizadores de eventos internacionales, delegaciones de alto nivel y compradores especializados. Participación en agendas comerciales, ruedas de negocio y misiones de promoción del destino organizadas por el Bureau de Convenciones de Bogotá y el Instituto Distrital de Turismo (IDT).

3. Articulación estratégica con el ecosistema

Conexión con hoteles premium, venues estratégicos y actores clave del ecosistema turístico de la ciudad. Participación en experiencias piloto y activaciones con clientes VIP, delegaciones estratégicas e inversionistas internacionales.

4. Fortalecimiento de capacidades

Acompañamiento técnico en la estructuración y mejora del producto premium. Retroalimentación basada en estándares internacionales de turismo de lujo, con miras a fortalecer la competitividad de la oferta turística de la ciudad en mercados de alto valor.

5. Oportunidades comerciales directas

Referenciación directa ante clientes y aliados del Instituto Distrital de Turismo y el Bureau de Convenciones de Bogotá en procesos de captación y atención de eventos internacionales. Inclusión prioritaria en experiencias diseñadas para delegaciones estratégicas, speakers, inversionistas y grupos de incentivos de alto perfil.

13. ESCOGENCIA

Las ORGANIZACIONES que cumplan con todos los requisitos habilitantes y obtengan los mayores puntajes en los criterios de evaluación establecidos, serán seleccionadas para hacer parte del portafolio oficial de paquetes turísticos **‘Bogotá auténtica’ - planes premium para viajeros con estilo**, de acuerdo con los cupos establecidos por los PROMOTORES.

El proceso de evaluación estará a cargo de un comité interdisciplinario conformado por el/la Subdirector(a) de Mercadeo del Instituto Distrital de Turismo o su delegado(a); el/la Director(a) del Bureau de Convenciones de Bogotá o su delegado(a); el/la Director(a) de Mercadeo de LATAM Airlines o su delegado(a); el/la Director(a) del Clúster de Turismo de la Cámara de Comercio de Bogotá o su delegado(a); el/la Director(a) de Relaciones Externas, Turismo, Logística y Asuntos Protocolarios de FENALCO o su delegado(a). Dicho comité analizará las postulaciones con base en criterios técnicos, de calidad, pertinencia y alineación con los objetivos establecidos en la presente convocatoria.

Fase de curaduría – Pitch:

Como parte del proceso de curaduría y validación de las actividades y/o planes postulados, las ORGANIZACIONES preseleccionadas deberán realizar un pitch de su propuesta ante un grupo de expertos designado por los PROMOTORES con el fin de presentar y contrastar la oferta del portafolio.

Para efectos de estandarización y comparabilidad, el pitch deberá incluir como mínimo: (i) descripción del producto (duración, inclusiones/exclusiones, capacidad, operación y logística), (ii) diferencial premium (elementos de exclusividad, curaduría y nivel de servicio), y (iii) condiciones comerciales (rangos tarifarios en USD, disponibilidad, tiempos de respuesta, políticas de reserva/cancelación y, cuando aplique, condiciones B2B: tarifas netas/comisiones). La no participación en el pitch o el no cumplimiento de las condiciones definidas para esta fase implicará que la propuesta no continúe en el proceso de selección e inclusión en el portafolio.

14. CRONOGRAMA DE LA CONVOCATORIA

Actividad	Fecha
Lanzamiento de la convocatoria y publicación en los canales digitales de las entidades participantes.	06 de mayo de 2026
Recepción de observaciones y/o preguntas	06 y 07 de mayo de 2026
Cierre de la convocatoria y recepción de propuestas.	10 de julio de 2026
Solicitud de aclaraciones y subsanación a las organizaciones postulantes	11 de julio a 04 de agosto
Evaluación de postulaciones recibidas	05 de agosto a 28 de agosto
Notificación y comunicación a las ORGANIZACIONES proponentes seleccionadas	a partir del 31 de agosto

15. CONSIDERACIONES PARA TODAS LAS ORGANIZACIONES QUE SE PRESENTEN A ESTA CONVOCATORIA

Toda ORGANIZACIÓN que se presente a esta convocatoria entiende y acepta los términos que se han establecido para ella en este documento. Es importante que las ORGANIZACIONES no olviden diligenciar el formulario completamente, ni cargar la totalidad de la documentación solicitada para verificar el cumplimiento de los requisitos habilitantes y de los criterios de evaluación.

- En caso de quedar seleccionada, los PROMOTORES de esta convocatoria le enviarán un correo electrónico indicando los pasos a seguir y detallando los documentos que deben suscribirse para avanzar con la promoción del paquete turístico presentado.
- En caso de no ser seleccionada, la organización será informada a través de correo electrónico. No obstante, podrá participar en futuras convocatorias, teniendo en cuenta los ajustes o mejoras que considere pertinentes en su propuesta.
- La ORGANIZACIÓN seleccionada deberá asumir completa responsabilidad de la operación turística del paquete presentado a esta convocatoria, incluidos los aspectos relativos a la gestión del riesgo.
- La organización deberá garantizar que suscribirá una póliza o seguro de Responsabilidad Civil Extracontractual que respalde la ejecución y operación de las actividades turísticas que se estarán promocionando como resultado de esta convocatoria. Este seguro deberá cubrir los riesgos que pueda materializarse, daños y/o perjuicios a terceros con ocasión de la realización de esta actividad.
- Los PROMOTORES a cargo de esta convocatoria no serán responsables por la venta de los paquetes turísticos ni podrán garantizar un número mínimo de cotizaciones o reservas.
- Los planes turísticos y actividades que se presenten a esta convocatoria se habilitarán para su promoción en los canales que se definan por parte de los

PROMOTORES de la convocatoria a partir de la fecha que sea comunicada a las ORGANIZACIONES seleccionadas.

- Las ORGANIZACIONES seleccionadas deberán garantizar que están en la capacidad de operar la actividad y/o el plan y servicio turístico que postularon a esta convocatoria. Si la organización no se encuentra en capacidad de operar el producto turístico deberá comunicarlo inmediatamente al Bureau de Convenciones de Bogotá y al Instituto Distrital de Turismo (IDT).
- Cualquier cobro, pago y/o transacción que surja con ocasión de la promoción de los paquetes turísticos seleccionados en esta convocatoria será gestionado y de responsabilidad exclusiva de la ORGANIZACIÓN proponente.
- Los PROMOTORES de la convocatoria podrán solicitar la validación de las ORGANIZACIONES postulantes ante listas de verificación para asegurar el cumplimiento de los procedimientos y controles necesarios para la identificación, evaluación, gestión y monitoreo del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo y otros delitos.

En razón a que las ORGANIZACIONES que participen en esta convocatoria actúan con plena autonomía intelectual, profesional, conceptual, técnica y administrativa, y sin ninguna clase de subordinación frente a los PROMOTORES, se excluye cualquier vínculo de tipo laboral entre los PROMOTORES y las ORGANIZACIONES o el personal utilizado por ésta para el desarrollo del objeto de la convocatoria y su ejecución. En consecuencia, será de exclusiva responsabilidad de las ORGANIZACIONES el pago de salarios y prestaciones a que hubiere lugar respecto del personal mencionado. Las ORGANIZACIONES deberán mantener indemne a los PROMOTORES de cualquier reclamación proveniente de terceros que tenga como causa sus actuaciones o las de sus subcontratistas o dependientes, así como de cualquier reclamo, perjuicio, daño presentado y/o causado a personas y/o bienes de índole penal, civil administrativo, comercial, laboral, contractual o extracontractual que puedan llegarse a presentar.

Para aclaración de dudas, inquietudes y otras cuestiones relacionadas con la información que contiene esta convocatoria, podrá escribir hasta el día de cierre de la convocatoria establecido en el cronograma anteriormente mencionado al correo diana.rios@idt.gov.co.

Recuerde ingresar al siguiente enlace para diligenciar el formulario de su postulación:

Inscríbete aquí 

***Bogotá los invita a ser parte de una oferta turística auténtica y de alto nivel,
donde la exclusividad y la sofisticación marcan la diferencia.***



BOGOTÁ AUTÉNTICA

Más información en
visitbogota.co



20 Años

SIN ANIMO

D E L U C R O

Propuesta comercial

SIN ANIMO

► Ay, que rico país fest

En el año 2017, se lanzó la primera tarima itinerante en Colombia.

Un camión que cuenta con todas la condiciones técnicas para poner un escenario de primer nivel a la orden de los proyectos musicales, y todas las expresiones artísticas, de cada lugar que visita.

► Precursores del género tropical moderno

CENTROS EMBAJADALES ESTADOS UNIDOS Calle 13 y 14 Tel. 33-17-44 Fax 33-17-44 Correo electrónico: embajada@embajada.org	STDES CHILE Calle 13 y 14 Tel. 33-17-44 Fax 33-17-44 Correo electrónico: embajada@embajada.org	CAZUCA Calle 13 y 14 Tel. 33-17-44 Fax 33-17-44 Correo electrónico: embajada@embajada.org	CADE TORONTO Calle 13 y 14 Tel. 33-17-44 Fax 33-17-44 Correo electrónico: embajada@embajada.org	SUCERCADE SUIZA Calle 13 y 14 Tel. 33-17-44 Fax 33-17-44 Correo electrónico: embajada@embajada.org	AMERICAS Calle 13 y 14 Tel. 33-17-44 Fax 33-17-44 Correo electrónico: embajada@embajada.org	PUNTO DE SERVICIO PUNTO DE ATENCION CHILE Calle 13 y 14 Tel. 33-17-44 Fax 33-17-44 Correo electrónico: embajada@embajada.org
---	--	---	---	--	---	--

SIN ANIMO

D E L U C R O

En el 2022, "Sin Ánimo de Lucro," una de las bandas más representativas de Colombia, y precursora del género pop tropical colombiano, regresa a la escena musical con el relanzamiento de la banda de la mano de Carlos Vives



RANDES DISCOS DE 1991 • DUNE • RADIOHEAD • JEAN MICHEL JARRE

RS076 Oct-Nov 2021
rollingstone.com.co

Rolling Stone



CARLOS VIVES &
Sin Ánimo de Lucro
Una parranda sin fin



REDES SOCIALES SAMPER:

432MIL PERSONAS

BOGOTÁ 23,5%

MEDELLÍN 8,3%

CALI 6,6%

BARRANQUILLA 5,2%

COLOMBIA, Estados Unidos,
ESPAÑA, CHILE

Edades:

25-34 - 50,5%

35-44 - 49,5%

POSTS

600K EN

ALCANCE

IMPRESIONES TOTALES 6,431.610

VISITAS AL PERFIL 377,667



REDES SOCIALES SIN ANIMO DE LUCRO:

101K PERSONAS

POSTS 36,3K

REELS 64,2

480,747 IMPRESIONES
28.113 VISITAS AL PERFIL



REDES SOCIALES ACORDEONEA:

48,2K BOGOTA MEDELLIN CALI BARRANQUILLA
COLOMBIA,USA
25-34 43,7%

REELS 25,3K

POSTS 19,6K

450,222 IMPRESIONES
28.800 VISITAS AL PERFIL



2017
12 fechas
56 artistas
7.000 asistentes
12 ciudades y municipios

2018
15 fechas
60 artistas
12.000 asistentes
15 ciudades y municipios

***SOGAMOSO**

***ANAPOIMA**

***LA CALERA**

***MINUTO DE DIOS**

***MADRID**

***UR FESTIVAL 2018**

***PARQUE EL VIRREY *CLUB MEDIA FEST 2017**

***SOPÓ**

***TABIO**

***GUASCA**

***IBAGUÉ**

***GACHANCIPÁ**

***PAIPA**

***ZIQUAIRÁ**

***TENJO**

***CITY-U-BOGOTÁ**

***COSQUÍN ROCK COLOMBIA 2018**

***EL ROSAL**



2019
12 fechas
60 artistas
17.000 asistentes
12 ciudades y municipios

Propuesta comercial

SIN ANIMO



20
EN 26

IMÁGEN DE GIRA

Crearemos una pieza gráfica que funcionará como la imagen oficial de la gira. A partir de ella desarrollaremos todas las adaptaciones necesarias para cada ciudad donde se presente la gira, asegurando coherencia visual en todos los territorios.



► sin animovil







Fechas tentativas 2026:

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. Ibagué | 14. Armenia |
| 2. Neiva | 15. Anapoima |
| 3. Tunja | 16. Popayán |
| 4. Bucaramanga | 17. Pasto |
| 5. Pereira | 18. Honda |
| 6. Cali | 19. Tocancipá |
| 7. Medellín | 20. Zipaquirá |
| 8. Villavicencio | 21. Sogamoso |
| 9. Girardot | 22. Paipa |
| 10. Yopal | 23. Valledupar |
| 11. Barranquilla | 24. Santa Marta |
| 12. Cartagena | 25. Barrancabermeja |
| 13. Cúcuta | 26. Manizales |



Beneficios para la marca

Ser parte del grupo de empresas que tienen el liderazgo que inspira y apoya a los colombianos para hacer parte de una iniciativa particular e independiente por la paz, la inclusión y la reconciliación a través del arte y la cultura.

Entradas al evento

(número por confirmar)

Free Press

Notas de prensa que se hagan sobre la gira

Impreso

Logo en Pantallas LED de los costados de la tarima
Todo el material audiovisual y fotográfico que produzca el staff durante toda la gira, será entregado al patrocinador para su libre uso.



▶ 2026:

- Tarima equipada con backline, luces y sonido para 1,200 personas
- Planta eléctrica de 50-75 Kva
- Carpa teepee de mercancía de Sin Animo de lucro y de las otras bandas que tocan en la fecha
- Carpa teepee chillout para el público asistente
- Estructura central tipo Teepee como hito del evento frente a tarima
- Espacio(s) para activación de marca con actividad(es) o punto de venta de patrocinadores
- Banderines y luces de feria
- Carpa para camerinos
- Actividades locales de emprendimiento
- Actividades locales de gastronomía



**AY
QUÉ
RICO
PAÍS**
GIRA INTERNACIONAL

El evento:

- Concierto en tarima de Sin Ánimo de Lucro
- Concierto / presentación en tarima de acto local invitado 1
- Concierto / presentación en tarima de acto local elegido por convocatoria
- Concierto / presentación en tarima de acto local elegido por convocatoria
- Experiencias de marca por parte de patrocinadores
- 1 video previo al evento, anunciando fecha, lugar, y convocatoria de bandas locales
- 1 video resumen del evento
- Actividades locales de emprendimiento, comercio, alimentación, etc.



Camilo Rivera
DIRECCIÓN GENERAL

SADL MUSIC GROUP SAS
NIT 901460831

sinanimodelucro2005@gmail.com
3218719041

Reserva Comercial:

La información contenida en este documento, sus anexos, tablas de evaluación y análisis, así como los mensajes de datos, como fax o e-mail, originados o derivados de la información preparada por los funcionarios de **SADL MUSIC GROUP SAS**, son entregados para estudio y evaluación de la solución o proyecto aquí expuesto por lo tanto no debe publicarse, duplicarse, distribuirse o ser utilizada por personas distintas a las aquí dirigidas y a los funcionarios de la compañía o personas externas involucradas en la decisión y calificación de la misma.

Confidencialidad:

Sin perjuicio de los términos y condiciones que conjuntamente redacten las partes, desde ahora **SADL MUSIC GROUP SAS** se compromete a, además del manejo profesional de los procesos documentales y la ética que exigen los mismos, firma una clausula de confidencialidad de la información. De tal forma, se garantiza que los hechos conocidos en razón de nuestra gestión no serán en ningún momento divulgados a terceros, sin previa autorización escrita ó por orden Judicial.



FORMATOS

Se incluyen todos los permisos de funcionamiento y difusión musical del gobierno, plan de contingencia, pólizas de seguro, lugar del evento, todos los gastos derivados. Incluye todos los gastos derivados del concurso y plataforma digital desarrollada para la convocatoria de artistas locales, así como sus jurados, difusión comercial y afiches.

Fecha en Bogotá o poblaciones cercanas:

\$70.000.000 COP



ROCK
AL PARQUE

30 AÑOS

BOGOTÁ, CIUDAD ROCK

I N S T I T U T O D I S T R I T A L D E L A S A R T E S - I D A R T E S



INSTITUTO
DISTRITAL DE LAS ARTES
IDARTES



- ✦ **FECHA:** 10, 11 y 12 de octubre 2026
- ✦ **LUGAR:** Parque Metropolitano Simón Bolívar
- ✦ **AFORO ESPERADO:** 120.000 personas x día
- ✦ **NO. DE BANDAS:** 65 bandas





30 AÑOS DE ROCK EN BOGOTÁ

INTRODUCCIÓN

Rock al Parque, además de ser el festival gratuito de música más grande de América Latina, es también una política cultural exitosa que ha permitido a la ciudadanía apropiarse del espacio público como escenario de expresión, encuentro y convivencia. Este evento ha sido clave en la consolidación de procesos identitarios colectivos, generando un sentido de pertenencia en múltiples generaciones y promoviendo valores como la diversidad, la inclusión y el respeto a través de la música.

En 2026, el Festival Rock al Parque celebrará su trigésima edición y para conmemorar esta fecha emblemática, el Instituto Distrital de las Artes - Idartes propone la realización de múltiples actividades que destaquen la importancia del evento y contribuyan al fortalecimiento de su memoria histórica.



INSTITUTO
DISTRITAL DE LAS ARTES
IDARTES

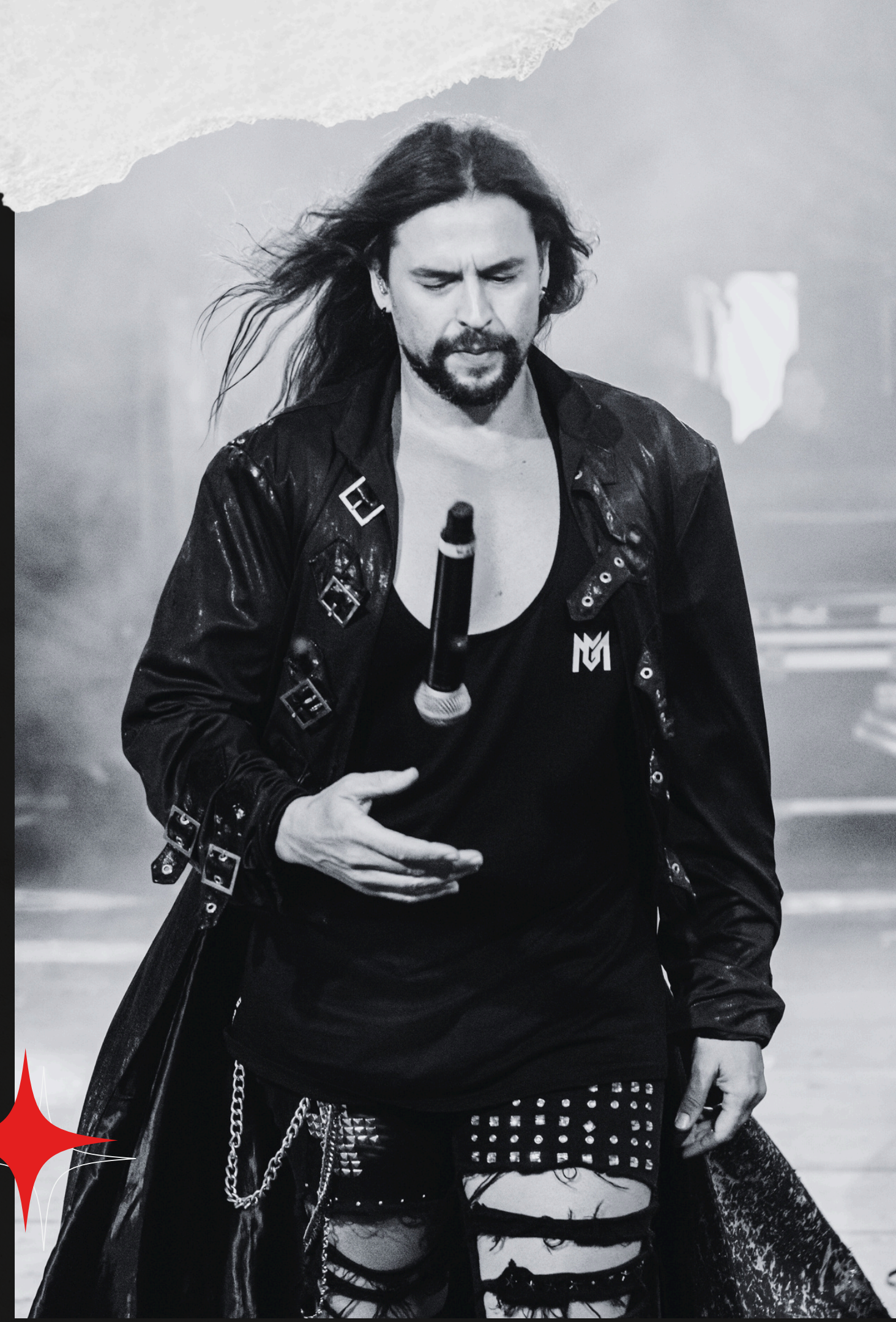


ANTECEDENTES

Las convocatorias realizadas por el Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDCT) en 1992 evidenciaron que en Bogotá estaba surgiendo un fenómeno de bandas emergentes, acompañadas por un público significativo y fiel seguidor del rock. Por esta razón, en 1995 el IDCT decidió crear Rock al Parque, un festival que buscaba visibilizar el talento del rock distrital y, al mismo tiempo, convocar agrupaciones internacionales que contribuyeron a fortalecer el movimiento local, aportando nuevas sonoridades y perspectivas artísticas.

Esta primera edición contó con la asistencia de más de 80 mil personas, que entre el 26 y el 29 de mayo de 1995 visitaron diversos escenarios de Bogotá, como el Estadio Olaya Herrera, el Teatro al Aire Libre La Media Torta, el Parque Simón Bolívar y la Plaza de Toros La Santamaría. En esta ocasión participaron 43 bandas nacionales, entre ellas Aterciopelados, Morfonía, 1280 Almas, Catedral y La Derecha. Además, el festival contó con la presencia internacional de Fobia (México) y Seguridad Social (España).

La celebración de los 10 años de Rock al Parque se llevó a cabo en el Parque Metropolitano Simón Bolívar, el único escenario seleccionado para esta edición conmemorativa. En esta ocasión, se instalaron dos escenarios y más de 300 mil personas disfrutaron de 15 bandas nacionales, 13 internacionales y 18 distritales.





HITOS CONMEMORACIONES

ROCK AL PARQUE

Edición 5 aniversario (16, 17 y 18 de octubre de 1999)

- Dos escenarios (Simón Bolívar y Media Torta)
- Eliminatorias distritales con público en Media Torta, Tunal y Servitá
- 43 bandas distritales
- 64 bandas en vivo
- 225.000 espectadores
- Publicación del libro "Rock al Parque 1995-2000"
- Presentación del documental "Rock al Parque 97"

Edición 10 aniversario (30, 31 de octubre y 1 de noviembre de 2004)

- 18 bandas ganadoras de convocatoria y 4 bandas distritales destacadas
- Se abrieron dos tarimas más en el parque Simón Bolívar (para un total de tres, como se mantiene hasta ahora)
- 50 bandas en vivo
- 400.000 espectadores

HITOS CONMEMORACIONES

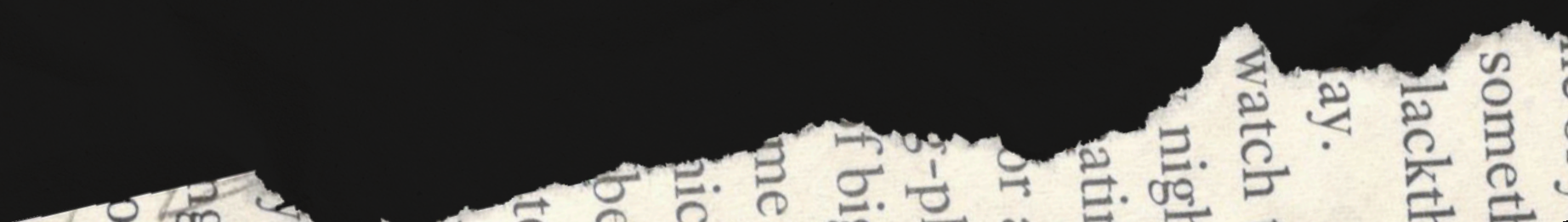
ROCK AL PARQUE



Edición 15 aniversario (27, 28 y 29 de junio de 2009)

- ✦ Exposición fotográfica itinerante y retroactiva
- ✦ Línea de memoria en el Museo de Bogotá
- ✦ Exposición de memorabilia
- ✦ Publicación del libro "Rock al Parque: 15 años guapeando"
- ✦ Caja de postales
- ✦ Disco compilatorio con las bandas ganadoras de la Convocatoria de Música

- ✦ 33 bandas ganadoras de convocatoria y 8 bandas distritales invitadas
- ✦ 66 bandas en vivo y cinco presentaciones especiales
- ✦ 320.000 asistentes



HITOS CONMEMORACIONES

ROCK AL PARQUE



Edición 20 aniversario (16, 17 y 18 de agosto de 2014)

- ✦ Dos escenarios (Simón Bolívar y Media Torta)
- ✦ Foro de periodismo con invitados de España, Chile, México, Argentina, Estados Unidos y Colombia
- ✦ Carpa Itinerante con proyección de documentales
- ✦ Maratón fotográfica (por concurso)
- ✦ Maratón para realizadores audiovisuales (por concurso)
- ✦ Presentación por YouTube del mini documental "Rock al Parque habla solo"
- ✦ 26 bandas ganadoras de convocatoria, 3 bandas distritales invitadas en Alianza con Festivales Locales, 26 bandas nacionales invitadas, 3 bandas de Colombianos en el Exterior
- ✦ 85 bandas en vivo y dos shows especiales tributo al metal de Bogotá y Medellín
- ✦ Más de 300.000 asistentes



HITOS CONMEMORACIONES

ROCK AL PARQUE



Edición 25 aniversario (29 y 30 de junio, y 1 de julio de 2019)

- ✦ Dos escenarios (Simón Bolívar y Teatro Jorge Eliécer Gaitán)
- ✦ Ciclo de charlas especiales con Zeta Bosio, Draco Rosa, Rita Indiana, Rubén Albarrán, Aterciopelados, Kraken, Estados Alterados y La Derecha
- ✦ Ciclo de cine en la Cinemateca
- ✦ Publicación de libro "Rock al Parque, 25 años de orgullo estridente"
- ✦ Publicación del libro de letras de canciones "Rock al Parque Vol.1" con Libro al Viento
- ✦ Intervenciones en grafiti (por concurso)
- ✦ Publicación de disco recopilatorio en vinilo
- ✦ 71 presentaciones en vivo
- ✦ 20 bandas ganadoras de convocatoria y 10 shows especiales de bandas distritales de larga trayectoria (por concurso)
- ✦ Show de cierre con la Orquesta Filarmónica de Bogotá y artistas bogotanos, colombianos y latinoamericanos
- ✦ Más de 340.000 asistentes
- ✦ Cerca de 6.000 personas asistieron al Teatro Jorge Eliécer Gaitán para ver las tres funciones de 31 Minutos de Chile (programación para público infantil y familiar)

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL PÚBLICO DE ROCK AL PARQUE



Sexo	
Hombre	56,70%
Mujer	41,70%
No responde	1,60%

Edad	
13-19	14,20%
20-29	33,10%
30-39	38,60%
40-49	9,40%
50-59	3,90%
60-69	0,80%

Estrato	
Uno	4,70%
Dos	36,20%
Tres	48,00%
Cuatro	10,20%
Cinco	0,80%

- Porcentajes tomados del informe de la Dirección Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural, basado en las encuestas aplicadas.



TURISTAS ROCK AL PARQUE 2025



Nacionales	16,6%
Cundinamarca	7,0%
Antioquia	3,4%
Boyacá	1,1%
Meta	0,9%
Tolima	0,7%
Valle del Cauca	0,6%
Caldas	0,4%
Nariño	0,4%
Risaralda	0,4%
Santander	0,3%
Norte de Santander	0,3%
Huila	0,3%
Cauca	0,2%
Atlántico	0,2%
Archipiélago de San Andrés y Providencia	0,1%

Internacionales	7,4%
Perú	1,5%
Italia	1,0%
México	1,0%
Argentina	1,0%
Estados Unidos	0,9%
Ecuador	0,9%
Panamá	0,5%
Francia	0,3%
Venezuela	0,2%
Chile	0,1%
España	0,1%
Gran Bretaña	0,1%
Guatemala	0,1%
Uruguay	0,1%

- Porcentajes tomados del informe de la Dirección Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural, basado en las encuestas aplicadas.
- El 25% de quienes asistieron provienen de otras ciudades del país y el extranjero.



IMPACTO ECONÓMICO DE ROCK AL PARQUE



Variable de Gasto	Turistas Internacionales (COP)	Turistas Nacionales (COP)
GASTOS DURANTE EL FESTIVAL		
Alimentación	\$429.655	\$109.582
Transporte interno	\$268.715	\$68.963
Hospedaje	\$323.808	\$67.724
Artículos y compras (souvenirs)	\$207.072	\$26.897
Variable de Gasto	Turistas Internacionales (COP)	Turistas Nacionales (COP)
GASTOS NO RELACIONADOS CON EL EVENTO		
Alimentación y bebidas (antes)	\$292.564	\$53.878
Alimentación y bebidas (después)	\$348.414	\$58.325
Transporte	\$313.463	\$93.247
Compras (artesanías/souvenirs)	\$315.595	\$35.171
Vestuario e indumentaria	\$191.924	\$29.091
Otros gastos	\$188.726	\$35.538

*Fuente “Informe de percepción y Satisfacción del Festival Rock al Parque 2025” de la Dirección Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural.

- Muestra de 136.025 personas
- Cifras internacionales ajustadas según TRM promedio de \$4.000 COP
- Los valores representan el gasto promedio por persona



ROCK AL PARQUE 30 AÑOS

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto consiste en planear, diseñar y ejecutar acciones comunicativas, culturales y pedagógicas orientadas a conmemorar los 30 años de Rock al Parque. Lo anterior se realizará desarrollando actividades artísticas, expositivas y participativas que buscan:

- Fortalecer la memoria histórica del festival, reconstruyendo sus hitos más importantes desde 1995.
- Llevar la experiencia del festival a otros territorios a través de exposiciones.
- Reafirmar el sentido de pertenencia de la ciudadanía hacia el festival, involucrando a los actores que han participado en las diferentes versiones de Rock al Parque (curadores, productores, músicos, medios, asistentes, técnicos, entidades, gestores).



BOGOTÁ, CIUDAD ROCK

10, 11 Y 12 DE OCTUBRE DE 2026

Octubre de 2026 será histórico para Bogotá. Con Rock al Parque y la llegada de **Iron Maiden a Vive Claro (domingo 11 de octubre)**, la ciudad tiene la oportunidad de consolidarse como capital del rock en América Latina. Estos eventos no compiten, se potencian: activan diferentes sectores y generan impacto multiplicador.



MEDIOS

- Foro Internacional de Periodismo Rockero (7, 8 y 9 de octubre)
- Taller de periodismo en alianza con la Fundación Gabo

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

- Rockápsulas
- Observatorio de Culturas
- Mesas de diálogo

MEMORIA

- Videopodcasts con Revista Cambio
- Documental



COMPONENTE MUSICAL

- 32 agrupaciones distritales por convocatoria.
- 3 agrupaciones distritales invitadas
- 10 agrupaciones nacionales invitadas.
- 20 agrupaciones internacionales invitadas.



ROCK
AL PARQUE

ACTIVIDADES

IMPRESOS

- Libro *Rock al Parque 30 años. Bogotá y las voces de la trasescena*
- Caja de postales
- Imagen + Afiche del festival

EXPOSICIONES

- Exposición itinerante en bibliotecas públicas
- Exposición en el Archivo Distrital de Bogotá





PRODUCCIÓN

ARTICULACIÓN INTERINSTITUCIONAL COMITE SUGA

- **Secretaría de Gobierno:**
 - Dirección jurídica:** permisos
 - Dirección de Diálogo y Convivencia Social:** primera línea de atención ante situaciones de orden público
- **Dirección policiva:** espacio público; protocolos de inspección de Policía; autorización y aval a los dispositivos de entretenimiento.
- **IDRD:** préstamo Parque Metropolitano Simón Bolívar.
- **Secretaría de Movilidad:** autorización de cierres viales.
- **Transmilenio:** Transporte público de asistentes; ampliación de horarios y aumento de rutas.
- **Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia:** gestores de convivencia: en articulación con Gestores de diálogo
- **Secretaría de Salud:** aval del Plan de Salud y a través del Centro Regulador de Emergencias, suministro de especialistas y ambulancias.
- **Policía Metropolitana:** operativo de seguridad
- **Instituto Distrital de Gestión del Riesgo y Cambio Climático - IDARTES:** evaluar al Plan de Emergencia con relación a riesgos físico y humanos.
- **Bomberos:** aprobación del Plan de Emergencias y Plan contra incendios; autorización de efectos especiales, pirotecnia, uso de GLP.

- **IPES:** control del espacio público y ventas ambulantes
- **Alcaldías locales de Teusaquillo, Barrios Unidos y Engativá:** máximas autoridades locales: recurso humano de control del espacio público; autorización de uso de efectos especiales; temas de seguridad.

OTRAS ENTIDADES

- **Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte**
 - **Observatorio de Culturas:** encuestas
- **Secretaría de Desarrollo Económico:** alianza para espacios de emprendimiento (Hecho en Bogotá/Zonas de Arte y Emprendimiento).
- **Comisión Intersectorial del Espacio Público** (CIEP (DADEP, Sec. de Habitat, Sec. de Gobierno, Sec. de Cultura, Sec. de Desarrollo Económico, Sec de la Mujer, Sec de Salud, Sec. de Movilidad, Sec. de Ambiente, Sec. de Hacienda, Sec. de Seguridad, Sec. de Planeación, Sec. Integración Social): Solicitud de exención de cobro por aprovechamiento económico del espacio público.
- **Secretaría de Ambiente:** monitoreo de ruido durante ensayos y conciertos y protección de fauna y flora del Parque; articulación línea estratégica Eco-Festivales.
- **Secretaría de la Mujer:** activación de la Línea Púrpura y manejo del espacio seguro para las mujeres.
- **Aeronáutica civil:** autorización para el uso de drones.





ROCK
AL PARQUE

30 AÑOS

I N S T I T U T O D I S T R I T A L D E L A S A R T E S - I D A R T E S



INSTITUTO
DISTRITAL DE LAS ARTES
IDARTES

