

CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

<u>FORMATO</u> EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA OFICINA DE CONTROL INTERNO

1. ENTIDAD: Instituto Distrital de Turismo -	2. DEPENDENCIA A EVALUAR: mo - IDT Subdirección de Promoción y Mercadeo							
OBJECTIVO INSTITUCIONAL DEL CALCIONADOS CON LA DEPENDENCIA:								
2- Posicionur a Bogotá como destino turístico a través de la divulgación de su oferta y productos turísticos con el fin de atraer visitantes a nivel nacional e internacional y mejorar la imagen de la ciudad, generando desarrollo, confunza y felicidad para teclos								
4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL								
CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL	5.1. INDICADOR	5.2. RESULTADO (%)	5.3. ANÁLISIS DEL RESULTADO					
	Alender usuarios residentes nacionales y extranjeros a través de la Red de Información Turística.	134,3	Esta actividad se realiza con recurso de la reserva vigencia 2019, para los meses de enero y febrero del 2020, y va encaminada a la atención de usuarios residentes nacionales y extranjeros, a través de los diferentes puntos de la Red de Información Turística.					
			De acuerdo a lo anterior se evidencia sobreejecución en la meta, ya que se programaron atender a 9.000 usuarios y se atendieron 12.087 usuarios registrados para consultas e inscripción a recorridos turísticos.					
			Evidencia: Registros de consultas e inscripción a recorridos turísticos (Enero-Febrero 2020).					
	Atender usuarios residentes nacionales y estrucions a través de la Red de Información Terística.	30,0	Esta actividada partir del mes de murzo a junio, se realiza con recurso de la vigencia 2020 y va encaminada a la atención de usuarios residentes nacionales y extranjeros, a través de los diferentes puntos de la Red de Información Turistra, evidenciando que la programación Se e observó que para estos meses se programaron attender un total de 8,060 usuarios , de los cuales se atendieron 2.421 usuarios que realizaron consultas e inscripción a recorridos turísticos, esto obsedece a factores internos y externos que se presentanon, una de cillas fue la terminación de las contratos de los guias e informadores turísticos, presentado a si una denota en los tiempos de atención, toto de los factores que impacto en el compliamento de los programado ha sido de entregues institucion que se viene presentando a coma del COVID-19, dende se toma como medida el anlimento preventivo y laego deligatorio de la cialdadata, esto describado por el consolidad de compliamento de la cialdadata, esto del 2004 marzo del 2020, lo que obliga a realizar el cierre de todos los puntos de información Turistica, a parir de este dia, por lo anterior esta actividad se cumplo en un 30%.					
			Evidencia: Registros de consultas e inscripción a recorridos turísticos (Marzo-junio 2020).					
	Alender consultas turísticas a través de herramientas digitales.	111,9	Se evidencia que se programaron para el primer semestre de la viganvia 2020 la atención 27.200 usuarios por medio de las herramientas digitales, de las cuales se realizaron 30.433, lo que demuestra una sobreejecución de la actividad. Por otra parte, al realizar la verificación de los programado vs. lo ejecutado mes por mes, no se evidencio una adecuanda planeación ya que en se programó una cantidad determinada y en ningún mes se cumplió con lo programado, pues en unos meses se ejecutó mas y en otros menos.					
			Evidencia: Informes generados en PDF por medio de la herramienta Google Analytics					
Atender 44.260 personas a través de la red de información turistica	Mantener en operación los Puntos de Información Turística -PIT.	87,5	El proceso proyecto maintener en operación para los meses de enero, febrero y marzo ocho (8) PIT fijos, al verificar el cumplimiento del indicador propuesto se pudo evidenciar, que en los meses de enero y marzo no se cumpió con lo programado. Para el mes de enero, no se entrego el PIT del Templete del Libertador, en vista que no se culminaron las obras necesarias para poner el punto en funcionamiento. Para el mes de marzo los fictores que no permiteron el cumplimiento de la meta proyectada, se procestaran, primero, por una reducción de los guias e informadores turisticos, por termisación de contrato, y segundo, debido a la menagencia santiaria por cuenta del COVID-19, lo que obligo a cernar los PITS a parte del 20 de marzo del 2020. Sepudo evidencia que de acuerdo a la programado, en los cuales se tenis proyectado contar con los 8 PITS en funcionamiento, se obtuvo un resultado promedio de 7 PITS habilitados para estos meses; así la cosas la actividad se cumplis en un 87.5% Evidencias: Registro de consultas y formato PD-F20 seguimiento Red de Información Turistica.					
	Mantener en operación los PIT Virtuales.	103,7	Se evidencia que durante los mes de enero, febrero y marzo de la vigencia 2020, se programó la operación de dicciocho (18) puntos de información turistica virtuales en diferentes zonas de la ciadad, que con respecto a lo sjecuciado para los meses de febrero y marzo se habilito un punto adeixonal de información turistica virtual, presentando a su una sobre ejecución de la meta. L'entro comercial Gabrias 2. Centro comercial El Reiro 4. Estación del tren de la sabana Usaquén 5. Undago 6. Terminal Salure 7. Tentor Moyer Julio Mario Santo Domingo 8. Maixia 9. Hoeld Tequendama 10. Confrica 1 11. Centro comercial el Grim San Victorino 13. Centro Histórico - Casa de los comuneros 14. Hotol BH Usaquén 15. Sede Principal DT 16. Planetario Distrital 17. Tentro Moyer Distrital 17. Tentro Jungo Partico de la comuneros 18. Planeta Financia de la comunica de la comuneros 18. Hotol BH Usaquén 19. Sede Principal DT 10. Hotol BH Usaquén 19. Sede Principal DT 10. Planetario Distrital 17. Tentro Jungo Bieser Gailalia 18. Panto de la financia turistica virtual en eventos 19. Quisiose de la Luz En importante memociane que para los meses de abril a mayo no luto proyección sobre en esta actividad, esto obedeció a que por cuenta de la emergencia sanitaria por el COVID 19, y el aislamiento preventivo y obligatorio decretado por el Gebierno Nacional se vio en necesidad de cerrar los puntos de información turística físicos y virtuales a partir del 20 de marzo de la vigencia 2020. Teniendo en cuenta lo anterior, la actividad se considera cumplida. Evidencias: Registro de consultas y formato PD- F20 Seguimiento Red de Información Turística.					
	Realize recorridos pestonales, liderados por guias profesionales de lurismo	87,7	Se observa que el proceso cuenta con un sob recorrido peatonal que se lleva acabo en el centro histórico, donde la inscripción se realiza mediante correo electrónico a "informacionturistica@ist.gov.co"; se verifica y a marzo se cuntant con tres (3) guias profesionales capacitados para la nuta oficicala por la entidad. Se verifica que se programano 54 recorridos mensuales hasta el mes de marzo, donde en este último mes no se cumple con lo proyectado ya que se realizaron 24 recorridos de los 54 que se tenian programados, esto se debe a que el 20 de marzo, por cuenta de la meragancia sinantaria del COVID-19, se vivieno que suspender estos recorridos. Así las cosas, de acuerdo a la programacion, en la cual se contemplabs llevar a cabo 162 recorridos, y se rezlizaron 142 arrojando un cumplimiento de 87,6%. Evidencias: Registros fotográficos y en el formato PMT-F17 Inscripción a recorridos turísticos.					
	Medir el rivel de satisfacción de los usuarios fiente los servicios que ofrece la Red de laformación Turistica.	102,8	Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de la vigancia 2020. Se evidencia que este indicador se midió únicamente durante el primer trimestre de la vigancia 2020, de acuerdo con la calificación programada (4.8), se obtevo un resultado de satisfación promedio de 4.9, observando una sobre ejecución en esta actividad. Para el segundo trimestre no se evidencia medición ya que por cuenta de la emergancia santiaria por el COVID-19, los puntos de Red de Información Turística flueron cerrados. Evidencia: Hoja de vida indicador y encuestas de satisfacción.					

			Se observo que la programación de esta actividad se gestiona con recursos de reserva de la vigencia 2019, unicamente para el mes de enero de 2020.
Participar y/o realizar 5 actividades do promoción y posicionamiento turístico	Realizar acciones de gromoción y/o posicionamiento de ciudad como destinos turistico, en ferias y/o Workshop	100,0	Estas actividades son participaciones que tiene la subdirección de promoción que buscan crear un marco de trabajo para facilitar el intercambio comercial entre la oferta turística básica y los canales de distribución professionales, mostrando y dando a conocer productos turísticos como son los culturales, naturaleza, negocios urbano y gastronómico, entre otros, la asistencia a estos eventos se apoya con la presencia de la marca, mediante la giognario de material promocional de Bogosti. Para la vigencia 2020 en el mes de enero se tenia programado participar en una (1) actividad: "FITUR 2020: El IDT participó en la feria FITUR 2020 del 22-26 de enero, en alianza con Precolombia y con el apoyo en el counter de los grentes de ANTIO, COTEZCO, ASORARES, Opano. En el marco de esta feria, incimao reautiones con representes de la OMT, de Quito Turismo el Beria, aci como la participación en el netros confidenticales en sintessos este servorage de material promocional apalheir de parti protecto de interes unas participación en tere unas participación en la destina de confidentica de consecuente de la participación en la destina de la participación en destina de consecuente de la participación en la destina de la participación en la participación entre unas participación international del 50% " Teniendo en cuenta lo anterior, la actividad se considera cumplida. Evidencia: Informe de Comisión Fitur 2020 formato TH-F35-V7
	Acciones de promoción yo posicionamiento de ciudad como destino turnicio, en feria yio Worfelbug	50,0	Se observo que la programación de estas actividades para los meses de febrero y marzo , se gestionaron con recursos de la vigencia 2020. Estas actividades son participaciones que tiene la subdirección de promoción que buscan crear un marco de trabajo para facilitar el intercambio comercial entre la oferta turística básica y los canales de distribución professientes, normativad y dando a contrado y dando a contrado y dando a contrado y dando a contrado y dando a contrado y dando y dand
	Realizar acciones de promoción de ciudad en el marco de los eventos que se desarrollen en Bogotá	150,0	Estas actividades se programan con recursos de la vigencia 2020. Con respecto a sete compromiso, el proceso realizo las siguientes eventos: 1-Festiva Centro: del 23 al 26 de enero. Festival de música alternativa independiente con artistas nacionales e internacionales que se realiza en varios escenarios del centro de Bogotá. Además de conciertos, comprende una aganda acadidaria; o per esta desión del festival cumple 11 años. En el marco de este evento el IDT apoyó con pedestales virtuales, aganda ciudad, sinergia con redes sociales, pauta internacional at través de humero tradicionales desktop + Mobile, marca ciudad, panto de información turistica, kás de Bogotá (80), impresiones de afriches, roll poy photters. 2-Intenzional Pocotewer & Leathers Sovor (EELs) + EEL es curvo realizado del 10 de 16 de febrero. El IET-SE/EEL es la mayor palatofrema de negocios de Colombia y la región Andina para el sector calzado, cuero y sus manufacturas, que retine la muestra de producto terminado y la edibilición de insumos, masquiraria, componentes y tencidogia. Para el desarrollo de este evento, el IDT brindo apoyo a través de: podestales virtuales, aganda ciadad, marca ciadad en el evento magunal. Restaurante IET echo y en Certiferia durante la exposición, punto de información turistica y 90 kts. 3-Contray Clab de Bogotá Championship - Korn Ferry: realizado del 63 al 90 de febrero. Torno de golf de talla internacional (Es una parada del POA Tour). El IDT realizó has signientes apoyos para el desarrollo de este evento: epocia para punto de información (to tubied o ciente) el que femidio, marca machate y esteron, pelhacion en pagina Bogotá DC Travel y difusión a través de mailing. De acuerdo a la anterior se evidencia la ejecución de 3 actividades, de dos (2) que se tenian programadas, lo que evidencia una sobreejecución del compromiso. Evidencia: PMT-F24 formato Seguim evento ciudad ferias work shop V2.
	Dischir y/o producir material de promoción turística de Bogstá, con murca ciudad.	98,0	Estas actividades se programam con recursos de la vigencia 2020. Se evidencia el diseño de piezas para las dos actividades programadas para el semestre las cuales se relacionan acontinuacion: 1- Se diseñaron 14 piezas gráficas de la campaña "En Bogotá nos vernos", para publicación en rofes sociales. 2- Se diseña la campaña #Asegiandel/ni/ena/bia para la eclebración del dia del padre, entre otras. Se observa que la actividad numero 1 no fue realizada en el mes de mazzo como se habia programado, reportando su ejecución en el mes de abril. De acuerdo a lo anterior la actividad se considera cumplida para primer semestre, no obstante no se ejecuto de acuerdo a lo programado, por tanto el porcentaje de ejecución arroja un 98%. Evidencia: Soportes material diseñado y producido.
	Distribuir material de promoción de ciudad	75,2	Estas actividades se programa distribuir material untotal de promocional de 13.337, durante los primeros tres meses del semestre, al verificar se evidencia que en el mes de enero se cumple y se sobre ejecuta lo programado, y para los meses de febrero y mazzo no se cumple con la meta proyectada, esto obedece a que por cuenta de la emergencia sanitaria por cuenta del COVID-19 se reduce los eventos, por tanto, la distribución de este. De acuerdo a lo anterior la actividad se cumplo en un 75.2% Evidencia: registro fotográfico, egresos de material promocional.
Diseñar e implementar 100% una estrategia con herramientas digitales y de nuevas tecno logias para la promoción y mercadeo de Bogotá	Mantener actualizada la estructura y contenidos de portal web y app bogotado trasel	100,0	Se evidencia que para los meses de marzo y junio se realizo el reporte de actualización del portal Portal web y APP de la entidad, se verifica en el primer semestre de la vigencia 2020, la adecuada estructura y contensido de la pagna WEB de la entidad, y app bogostade travel. De acuerdo a lo anterior la actividad se considera cumplida. Evidencia: Reporte de actualización del Portal web y APP

Para la vigencia 2020, el proceso de Promocion y Mercadeo suscribió trece (13) compromisos en su plan operativo anual - POA, el nível de cumplimiento se discrimina de la siguiente form

Cantidad de compromisos	EJECUCIÓN %
1	134,3
2	30,0
3	111,9
4	87,5
5	103,7
6	87,7
7	102,8
8	100,0
9	50,0
10	150,0
11	98,0
12	75,2
13	100,0
TOTAL % EJECUCIÓN	94,7

El nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción parael primer semestre de la vigencia 2020 es de un 94,7%, con un criterio de cumplimiento "Avanzó sustancialmente"

En cuanto a la evaluación que realiza la Asesoría de Control Interno a la gestión de proceso de Promocion y Mercadeo Turistico de Ciudad, se observa lo siguiente:

* De las actividades proyectadas la que tuvo un menor porcetaje de ejecucion es la 1.2 "Atender usuarios residentes nacionales y extrunjeros a través de la Red de Información Turístic a" con 30% de cumplimiento, esto se obedece a que durante el mes de marzo se programo atender a 8.000 usuarios por medio de Red de información Turística, donde solo se atendieron 2.350, esto obedecio a factores externos que obligaron a cerrar todos los puntos de red de información turística, sin embargo como medida de contingencia se observa que el proceso implementa la atención telefonica las 24 horas del día.

EVALUACIÓN DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO A LOS COMPROMISOS DE LA DEPENDENCIA:

*Se evidencia, que con ocasión de la emergencia sanitaria por cuenta del COVID-19, que obligo al aislamiento preventivo apartir del 20 de marzo del 2020, y hugo al aislamiento obligatorio decretado por el Gobierno Nacional, el cual tuvo un impacto significativo en la ejecucción del PGI, lo que conflevo a un incumplimiento en 5 actividades, de las 13 programadas para la vigencia 2020.

*Se evidencia una ejecución presupuestal para el primer semestre de la vigencia 2020, por un valor de \$ 1.332.118.030 equivalente aun 17.82% del presupuesto total asignado \$ 7.475.428.000, lo que demuestra retrasos en la ejecución presupuestal.

nte que tanto las dependencias como los líderes técnicos de los processos consideren el PCII como una herramienta de gestión (control y seguimiento) que permite verificar el avance y cumplimiento de los objetivos del processo y los objetivos estratégicos del IDT en pro de la mojora continua.

De las trece (13) actividades programadas, dos (2), presentaron un avance del 100%, cinco (5) presentaron sobre ejecución, y sies (6), presentaron un porcentaje de cumplimiento menor al 100%.

7. RECOMENDACIONES DE MEJORAMIENTO DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO:

e recomienda que para la formulación de maevos Planes de Acción, los miemos sean valorados como instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución annal de las actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos por el Instituto, os objetos sea el cumplimiento de las metas establecidas en Plan Estrategico a través de la definición de compromisos razavables, cumprobables y modibles.

. Firma: VIVIANA ROCIÓ DURÁN CASTRO GIÓDES