

PLAN DE GESTIÓN 2020 - II SEMESTRE INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

05 - Promoción y mercadeo turístico de ciudad										
Subdirección de Promoción y Mercadeo										
PROGRAMACION										MEDICION DE COMPROMISOS
OBJETIVO ESTRATEGICO	DIMENSION MIPG	POLITICA MIPG	Iniciativa	Descripción de la iniciativa	Fecha Inicio del mes/año	Fecha Fin del mes/año	Entregable	Responsables de la actividad	RESULTADO (%)	ANÁLISIS DEL RESULTADO
8. Reestructurar la infraestructura organizacional, física, tecnológica y operativa del IDT, para el desarrollo sostenible de los procesos, logrando una gestión más efectiva y transparente para el turista.	3 Gestión con valores para resultados	3.6. Reacomodación de trámites	Fortalecimiento del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG	Identificar Oros Procedimientos Administrativos - OPA desde los procesos mínimos del IDT.	1/10/2020	31/12/2020	Ficha de identificación	Lider Operativo SPM	100%	Se evidencia por medio de acta del 20 de noviembre de 2020 se lleva a cabo reunión con la Oficina Asesora de Planeación y los profesionales de Subdirección de Promoción y Mercadeo para realizar la identificación de otros procedimientos administrativos OPA desde los procesos mínimos del IDT. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.
8. Reestructurar la infraestructura organizacional, física, tecnológica y operativa del IDT, para el desarrollo sostenible de los procesos, logrando una gestión más efectiva y transparente para el turista.	3 Gestión con valores para resultados	3.3. Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	Fortalecimiento del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG	Analizar la documentación del proceso de Promoción y Mercadeo Turístico de Ciudad, según los nuevos lineamientos y programas	01/10/2020	31/12/2020	Documentos asociados al proceso actualizados	Lider Operativo SPM	100%	Al verificar los sistemas administrativos por el proceso, se evidencia la actualización de la documentación del proceso según los nuevos lineamientos y programas, dentro de los documentos actualizados se encuentran: - Propuesta de nueva Tabla de Rotación documental del proceso de Promoción y Mercadeo Turístico de Ciudad. - Identificación del producto (tipo de material promocional) - Actualización de la Ficha de planeación del producto o servicio se conforma. - Creación OPA (Procedimiento para atender el caso de la nueva Bodega) - Verificación de los formatos mínimos: Anexo 2 Solicitudes de autorización de uso de la marca y Anexo 3 Autorización uso de la marca. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. Evidencia: documentos asociados al proceso actualizados.
8. Generar mayores canales de información, servicios multimedios eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la ciudad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Reestructuración y actualización de la página web Bogotavalive y el app.	Crear un portal único para la promoción de la ciudad y reestructuración del app bogotavalive, acorde a los lineamientos y retroalimentación de usuarios.	1/07/2020	31/12/2020	Informe del proceso de reestructuración y actualizaciones	Diana Camacho	100%	Se evidencia la reestructuración y actualización de la página web Bogotavalive y el app, dentro de esta reestructuración y actualización se encuentran: - Desarrollo de estructura de la página web - Desarrollo de estructura de navegación de la página web - Diseño de wireframes Fase I - Diseño de la página web Fase I - Desarrollo de contenidos Fase I - Lanzamiento de la página web de la Fase I el 30 de octubre en el jardín botánico de Bogotá con la asistencia de medios de comunicación y gremios. - Avance en el desarrollo estructural de la Fase II - desarrollo de wireframes de la Fase II Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. Evidencia: informe del proceso de reestructuración y actualización página.
8. Generar mayores canales de información, servicios multimedios eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la ciudad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Creación de plan de cuentas y fortalecimiento de canales de distribución	A través del trabajo articulado con los operadores y agencias de viajes, el IDT conforma un plan de cuentas donde se identifica para cada mercado posibles aliados con los cuales trabajar la oferta de ciudad, cada uno de estos aliados que presenta como oferta y en qué	1/07/2020	31/12/2020	Plan de cuentas	Natalia Echevarría Elin Martínez	100%	Se evidencia la creación de plan de cuentas y fortalecimiento de canales de distribución, en el cual se lleva a cabo la identificación de empresas por mercados, en esta matriz de cuentas se han actualizado los datos de los operadores asistentes a los festivales. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. Evidencia: Plan de Cuentas
8. Generar mayores canales de información, servicios multimedios eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la ciudad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Articulación con el Gremio Bogotá Convention Bureau - GBCB	Establecimiento y cooperación con el GBCB para captación de eventos.	1/07/2020	31/12/2020		Paula Pin-Andrés Comalé-Daniela Jiménez	100%	Se llevó a cabo la colaboración y cooperación con el GBCB para captación de eventos, de esta forma el IDT parte del equipo de ciudad para la promoción de eventos. Desde 12 días de coordinación de Bogotá en articulación con el Bureau de Conventions de Bogotá Annual Convention of the Society of American Travel Writers - SATW 2022 (Bogotá en la cara), Adventure Travel World Summit 2022 - ATWS - C Corporation - AFCE, Encuentro de la Asociación de Planificadores de Turismo del Sur - APAS 2022, Tony Robbins Platinum Adventure 2021, 2021 Roundtable on Philanthropy for United Way Worldwide, International Show Pitch Summit - Tournament 2021, International Publishers and Movement Director Society (IMDS) 2021, World Congress of Nephrology 2024 - WCN (Iniciación de Bogotá presentador localización), World Franchise Council - WFC - Biennial Meeting 2022, World Physiotherapy Congress 2020, Congreso Nacional de Medicina del Sueño 2021, Coordinó las participaciones en Feria especializada de la industria MICE, FITXPO Virtual 2020 e HBTM Virtual 2020 preparativos de participación en cada feria, organización de discurso de venta y presentaciones de Bogotá como destino de Reuniones & Eventos para ferias. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. Evidencia: Gremio Bogotá Convention Bureau
8. Generar mayores canales de información, servicios multimedios eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la ciudad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Creación de alianzas con actores del sector turístico con el fin de informar a través de puntos de información virtuales las actividades de interés turístico.	Desarrollo de relacionamiento con actores del sector turístico con centros comerciales, hoteles, etc., para la generación de alianzas.	1/07/2020	31/12/2020		Paula Pin-Andrés Comalé-Daniela Jiménez	100%	Se llevó a cabo la generación de alianzas con actores del sector turístico con el fin de informar a través de puntos de información virtuales las actividades de interés turístico, dentro de las gestiones adelantadas se evidencian a siguientes: - Reuniones con los siguientes hoteles para generar alianzas: Four Seasons, Cerama Mirador e Ibis - I&A, Grand Hyatt, Hyatt Place, Cadenita Hotels, Conferece y Hotel Bogotá, Cadena Marriot - Sheraton Marriot y JW Marriot. - Memorandos de entendimiento realizados, cargo en habitaciones, grabaciones en sus instalaciones, polistables en recepción, tarjetas especiales para eventos del IDT. - Se obtuvo para el grupo trip de MICE, cotización de estas negociaciones por un monto de 7 millones de pesos, entre otras, alojamiento, restaurantes, transporte, comidas, etc. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. Evidencia: Listados de reuniones y alianzas
8. Generar mayores canales de información, servicios multimedios eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la ciudad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Lanzar mesas de capacitación económica con los actores del sector turismo.	Desarrollo de mesas de capacitación económica en coordinación con los gremios y actores del sector turismo y desarrollo del diseño, para diseñar y generar planes de respuesta organizada para los sectores: hoteles, agencias de viaje, operadores, transporte terrestre, paquetes turísticos, restaurantes y gastronomía.	1/07/2020	31/12/2020		Paula Pin-Andrés Comalé-Daniela Jiménez	100%	Al verificar los acciones adelantadas por el proceso con el fin de dar cumplimiento a la iniciativa planteada, se observa lo siguiente: - Participación del IDT en la Mesa de Eventos de Ciudad, 13 de julio, 22 de octubre, 5 de noviembre, 1 de diciembre la Mesa de Eventos y Recursos humanos, el Bureau presentó sus herramientas (formatos) para la evolución de la información de eventos, por ende de realización 2021 en una de comunicarlo a la Mesa de Ciudad. Dicho formato los postivamente ajustado por las entidades que lo componen: Secretaría Distrital de Planeación, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, el Gremio Bogotá Convention Bureau, AOBRA, Cámara de Comercio de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo - IDT. Por su parte, el IDT dio sus aportes a la misma y aportó 31 eventos a esta matriz. - Se realizaron las siguientes mesas de capacitación económica: Mesa de agencias de viaje: 14 de julio de 2020, Mesa de hoteles: 2 de julio de 2020, Mesa de paquetes turísticos: 3 de julio de 2020, 11 de agosto de 2020, 14 de octubre de 2020, Mesa de Transporte Terrestre: 4 de agosto de 2020, Mesa de conectividad aérea: 12 de junio de 2020, 26 de junio de 2020, 17 de julio de 2020. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. No obstante, es importante que cuando se formalice las iniciativas estas describan a detalle la cantidad de mesas que se programan en la agenda para la interacción la mesa que se pretende alcanzar. Evidencia: Listados de actividades.
8. Generar mayores canales de información, servicios multimedios eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la ciudad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Fortalecimiento de canales de atención turística y virtuales	Creación de nuevos canales de comunicación que faciliten el acceso a los servicios de información por parte de turistas y visitantes potenciales y reales.	1/07/2020	31/12/2020	Chat en línea implementado Canal de atención WhatsApp Recordatorios virtuales	Luz Aída Angel	100%	Al verificar las acciones adelantadas con el fin de dar cumplimiento a la iniciativa planteada se evidencia: - Implementación de canales de atención turística App a través del portal de procesamiento de información de la Secretaría de Planeación. - Adquisición de Chat en línea para la Bogotavalive y el canal de atención al equipo de la Red de Información Turística. - Realización de recordatorios virtuales en redes sociales y correo. - 42 recordatorios virtuales en video clips para redes sociales. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. Evidencia: Listados de actividades, chat en línea implementado y canal de atención whatsapp.
2. Generar condiciones para el disfrute de la experiencia de visita por parte de turistas nacionales e internacionales.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Actualización del app bogotavalive	Mantener actualizado el app bogotavalive, nivel ajustando en la experiencia del usuario cuando llega a la ciudad: oferta de calidad, formas de movilidad, dónde dormir, qué hacer, entre otros.	1/10/2020	31/12/2020	Contenido publicados	Diana Camacho	50%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso con el fin de dar cumplimiento a la iniciativa planteada se observa lo siguiente: - Se realizó el proceso de actualización en la movilidad Asesor Mayor por parte del BIP para la actualización de los servicios, el cual fue adjudicado y ya cuenta con orden de compra aprobada para iniciar la adquisición de los servicios. - Se desarrollo de la actualización del app. - Diseño de wireframes. - Desarrollo de actualización de navegación. - Se creó el nuevo APP. - Wireframes y diseño del APP. - Se creó la Tabla de Planeación de estimación de tiempo para desarrollo. No obstante se procede a realizar la decarga de la app, evidenciándose que a la fecha la misma no se encuentra disponible con oferta de calidad, formas de movilidad, dónde dormir, qué hacer, entre otros. Terminado en cuenta la anterior, el compromiso no se cumple en un 100%.
2. Generar condiciones para el disfrute de la experiencia de visita por parte de turistas nacionales e internacionales.	3 Gestión con valores para resultados	3.3. Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	Identificación de indicadores para medir la calidad en los servicios de la Red de Información Turística	Diseñar e implementar un sistema de indicadores para la medición de la calidad del servicio en la red de información turística.	1/11/2020	31/12/2020	Documento metodológico de la identificación de indicadores Manual de la medición de la calidad del servicio en la red de información turística.	Luz Aída Angel	100%	Se evidencia que el proceso adelantado las siguientes gestiones con el fin de llevar a cabo la Identificación de indicadores para medir la calidad en los servicios de la Red de Información Turística: - Diagnóstico de la Red de Información Turística de la ciudad y se elaboró propuesta para ser evaluada e implementada en la agenda 2021. - Adicionalmente, se propusieron 3 mecanismos para hacer la medición de los servicios de la red, como son: 1. Encuesta de satisfacción por canal, teniendo en cuenta los diferentes aspectos relacionados con la satisfacción y la calidad del servicio. 2. Visitas periódicas y consultas de cliente inorganic, con los mismos parámetros de la encuesta. 3. Métricas de servicios (informes) que respondan a un análisis objetivo y cuantitativo de los datos recolectados. Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida. Evidencia: Documento metodológico de la identificación de indicadores, Encuesta de satisfacción por canal.
3. Estructurar, implementar y evaluar los esquemas de gobernanza turística para la ciudad que incluyan la definición de política, lineamientos, planes y programas para el desarrollo del turismo en la ciudad.	6 Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Elaboración de un plan de gestión territorial para la gobernanza turística en la ciudad	En articulación con la Subdirección de Turismo y con los distintos actores académicos, privados y territoriales se propone la construcción conjunta de un plan de gestión territorial para la gobernanza turística de la ciudad.	1/10/2020	31/12/2020		Alejandra Sánchez en articulación con la Subdirección de Turismo	50%	para la gobernanza turística en la ciudad. - Se realizó visita de reconocimiento a la localidad de San Cristóbal, el parque Estero Nubes y Plaza de mercado 20 de Julio, con el objetivo de reconocer las características y evidenciar el potencial turístico. - Se realizó un recorrido de reconocimiento a la localidad de Usme, con el objetivo de identificar las iniciativas turísticas. - Se realizó reunión con el equipo de gobierno con el fin de consolidar los acciones necesarias de articulación entre los dos subdirecciones, con el objetivo de, que luego de identificación de iniciativas y potencial en las localidades, se realice todo lo necesario para promoverlas. - En caso de no haberse concluido visitas a la localidad de Ciudad Bolívar con el fin de fortalecer los procesos comunitarios de recuperación del parque mirador de Huma y los procesos turísticos locales, esta se está realizando en compañía de la Subdirección de

1. Estructurar, implementar y evaluar los proyectos de gobernanza turística para la ciudad que incluyen la definición de políticas, instrumentos, planes y programas para el desarrollo del turismo en la ciudad.	2. Direccionamiento estratégico y planeación	2.2. Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público	Estructuramiento, implementación y evaluación de los proyectos de inversión de la Subdirección de Promoción y Mercados	En articulación con los equipos ejecutores de la Subdirección de Promoción y Mercados, se seleccionaron y se realizó el seguimiento y evaluación a los proyectos de inversión de dicha Subdirección.	1/8/2020	31/12/2020	Reportes e informes de seguimiento y evaluación	Rodrigo Sepúlveda	100%	<p>Se evidencia que el proceso realizó la concreción, seguimiento y evaluación de los proyectos de inversión de la Subdirección de Promoción y Mercados de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se realizó la formulación de los proyectos de inversión bajo la metodología ajustada MGA y a los respectivos modificatorios solicitados de acuerdo a la aprobación realizada en los distintos comités. Se hace reporte mensual en el Plan de Acción donde se incorporan las acciones que se realizan desde cada una de las áreas de la Subdirección de Promoción y Mercados para cada uno de los proyectos. Finalizado en cuenta el ajuste solicitado por parte de la Oficina de Planeación, se procedió al cambio de la medida de medida de los recursos, para evidenciar el avance en las metas del proyecto 706. Elaboración de informe de gestión del proyecto de inversión 706 con las actividades realizadas para cada una de las metas entre el 1 de julio hasta el 30 de septiembre. Elaboración de informe de gestión de los proyectos de inversión 706 y 708 con las actividades realizadas para cada una de las metas entre el 1 de octubre hasta el 31 de diciembre. Se hace seguimiento mensual para cada uno de los proyectos en la plataforma SPI, considerando en dicho seguimiento los avances presentados en cada uno de las actividades que hacen parte de los proyectos de inversión. Se realiza el seguimiento y solicitud de modificaciones del PAA con el fin de cumplir con los objetivos trazados y el presupuesto definido por la Subdirección de Promoción y Mercados para los proyectos de inversión. <p>Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.</p>
6. Generar acciones para el posicionamiento de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Implementación del Plan de acción de posicionamiento y oferta de ciudad	Posicionar a Bogotá como destino turístico, divulgando su oferta de ciudad, través de punta en medios de comunicación masiva de los países de origen (USA, Italia, seguidores en redes sociales)	1/11/2020	31/12/2020	Informe de punta	Diana Camacho	100%	<p>Se evidencia que el 09 de noviembre de 2020 se dio divulgación Nacional e Internacional en diferentes medios como: Radio, TV, DOOH en Aeropuerto, DOOH en Times Square, Digital con el fin de Posicionar a Bogotá como destino turístico, divulgando su oferta de ciudad.</p> <p>Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.</p> <p>Evidencia: Informe de punta</p>
6. Generar acciones para el posicionamiento de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Creación de espacios de networking y promoción de Bogotá como destino turístico	Se desarrollaron espacios como reuniones de redes de negocios, encuentros, viajes de familiarización, participación en redes de negocios, misiones promocionales y presencia a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional	1/8/2020	31/12/2020	Informe de las actividades de promoción realizadas	Natalia Echarri Elin Martínez	100%	<p>Después del segundo semestre del año 2020 la subdirección de promoción y mercados a través del equipo de trade marketing desarrolló acciones orientadas a la reactivación del sector turístico a nivel regional, nacional e internacional de los viajeros en los mercados objetivo, brindando nueva experiencia y ofreciendo a través de la ejecución de actividades desde el sector, cuya labor fundamentada se centra en realizar una ciudad innovadora y a la vez segura con la finalidad del sector y orientado al fortalecimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación progresiva en la confianza del turista y el impulso de los impactos del COVID-19 en los parámetros de servicios turísticos de la ciudad.</p> <p>Esta acciones fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se elaboró el programa Plan Bogotá, plataforma que busca ayudar a la reactivación y generación de ingresos para las empresas en sus áreas de operación. A la fecha cuenta con 782 usuarios y más de 100 ofertas turísticas. Se realizaron más de 300 reuniones de destino en mercados objetivo mencionados (Italia, Tailandia, Chile, Cartagena, China, Brasil, México) y en mercados (París, México, Argentina, Panamá, Costa Rica, República Dominicana). Ronda de negocios para el segmento vacacional en Colombia y Latinoamérica con 11 compañías de destino. Se realizó un viaje de familiarización con empresarios de destinos como Cartagena-Santa Marta, Cali, Panamá, México y París. Participación del equipo de Trade en la feria de Colombia en México. Participación del IDT en el evento de WTM Londres, en dicho encuentro se atendieron un total de 25 citas por 3 profesionales de la Subdirección de Promoción y Mercados. Participación del IDT en el evento de Colombia Travel Expo, en dicho encuentro participaron 21 empresarios del sector turístico de la ciudad de Bogotá mediante una ronda de negocios. Participación del IDT en el evento de Feria de Candelaria, en dicho encuentro participaron 11 empresarios del sector turístico de la ciudad de Bogotá mediante una ronda de negocios. <p>Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.</p> <p>Evidencia: Actas e Informes de las actividades de promoción realizadas</p>
6. Generar acciones para el posicionamiento de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Creación de una estrategia digital para posicionar a Bogotá para el público local y regional	Revisar en un solo lugar la oferta de agencias de viajes, guías turísticos, empresas de transporte, la oferta turística de Bogotá y demás, quienes a través de la venta de productos y servicios, podrán encontrar una demanda específica y adquirir convenientemente	1/8/2020	1/12/2020	Informe de ejecución de la estrategia digital	Natalia Echarri Elin Martínez	100%	<p>Se evidencia la creación de una estrategia digital innovadora para ayudar a la identificación y generación de ingresos para los empresarios durante la época de posandera, se implementó la plataforma "Plan Bogotá", a través de la cual, periodistas de servicios ofrecieron sus planes turísticos para coopers anticipada.</p> <p>Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.</p> <p>Evidencia: Informe de ejecución de la estrategia digital.</p>
6. Generar acciones para el posicionamiento de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Fortalecimiento de la oferta turística de Bogotá con acciones de atención a turistas y visitantes	Implementación de recorridos turísticos prospectivos que pongan en valor la oferta de nuevos productos y servicios turísticos de Bogotá	1/8/2020	31/12/2020	Guiones de los recorridos turísticos Informe de participantes en los recorridos	Luz Alda Angel	100%	<p>Con el fin de llevar a cabo la implementación de recorridos turísticos prospectivos que pongan en valor la oferta de nuevos productos y servicios turísticos de Bogotá</p> <ul style="list-style-type: none"> Proceso de Promoción y Mercados Elaboración de guiones para la implementación del recorrido puntual Templo al Libertador - Plaza de la Concordia. Implementación de protocolos de bioseguridad. El 10 de noviembre se dio inicio a la operación de los recorridos prospectivos desde el Templo al Libertador. Se elaboró programa para la implementación de recorridos turísticos en la temporada de Navidad y diciembre generados. El día 7 de diciembre se dio inicio a los recorridos turísticos, orientados a promocionar la oferta turística e incentivar el desplazamiento dentro de la ciudad, atendiendo todos los protocolos de bioseguridad definidos para el sector turístico. <p>Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.</p> <p>Evidencia: guión de recorridos turísticos e informe de participantes en recorridos.</p>
6. Generar acciones para el posicionamiento de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Identificación y creación de circuitos turísticos pro captación de eventos	Realizar redes de negocios, viajes de familiarización, press trips, foros, grupos, inauguración de mercados con planes de eventos reconocidos del USA, orientados a cumplir el objetivo de posicionamiento y presencia a Bogotá como destino de Reuniones y Eventos - MRE a nivel nacional e internacional. Participación en foros internacionales FITSPO- IHTM.	1/8/2020	31/12/2020	Informe de actividades	Pablo Pán-Andrés Coronado Dancely Jiménez	100%	<p>Realizó los siguientes actividades: FAM TRIP Internacional, 20 al 22 de noviembre. Se realizó el FAM TRIP MICE, 10 representantes de las agencias de República Dominicana, Perú, Costa Rica, México, Colombia (Medellín), Cartagena, Bogotá durante tres (3) días y 59 horas realizadas 15 horas de reuniones e itinerario profesional de servicios de la ciudad visitando oferta MICE para Reuniones de Eventos.</p> <p>Ronda de Negocios MICE, 23 de noviembre. Participación 10 empresarios internacionales, nacionales y locales, con la siguiente distribución: 2 República Dominicana, 1 Perú, 1 Costa Rica, 1 México, 1 Ecuador, 1 Ecuador, 1 República Par con hotel, se contó con la participación de 24 proveedores de la ciudad de Bogotá. CUMPARAQUEROS</p> <p>Eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Comunicación 20 Reuniones 1 - 17% Comunicación 20 Reuniones 4 - 21% Total compradores atendidos: 57, Asistencia: 10 - 17% 2 - 100% Comunicación 40 Asistencia: 24 - 40% Citas generadas: 100 Citas directas: 135 32 de ellas con hotel Completadas: 125 <p>Press Group, 26 de diciembre. 10 planes del mercado americano, 1,7 los se están en vivo. Se preparó una landing page, realizó un video de bienvenida. Objetivo: atraer la atención del mercado americano hacia Bogotá como destino de Reuniones de Eventos de destino.</p> <p>Proceso de Promoción y Mercados 2020. 150 meeting planners del mercado americano. Objetivo: atraer la atención del mercado americano hacia Bogotá como destino de Reuniones de Eventos de destino.</p> <p>En estos actividades, se logró obtener un número de citas a nivel de sistema, por una parte, a conocer un poco más el ciclo de Bogotá en términos de Reuniones de Eventos para 2021 y por otra, la generación de eventos.</p> <p>Press Trip con visitas en MICE, 9 al 12 de diciembre de 2020. A 10 representantes de medios de comunicación de diferentes ciudades del país: Medellín, Cartagena, Cali, Bucaramanga, Manizales, Valledupar, Villavicencio, Neiva, Bogotá, Pereira, se les dio a conocer la oferta turística de Bogotá como destino de Reuniones y Eventos, también se dio a conocer el potencial turístico de la ciudad visitando oferta MICE para Reuniones de Eventos. Bogotá y se dio a conocer el potencial turístico de la ciudad visitando oferta MICE para Reuniones de Eventos.</p> <p>Participación en feria FITSPO World 2020, 25 al 27 de noviembre de 2020. 14 citas - IHTM World 2020, 8 al 10 de diciembre 2020. 14 citas. Objetivo: mostrar la oferta comercial de Bogotá en MICE y profesional de diferentes partes del mundo involucrada en la ciudad de Bogotá para realizar eventos, se realizaron citas con compradores como agencias de reuniones, organizadores profesionales de empresas y eventos, reuniones internacionales, entre otros.</p> <p>Con las anteriores acciones estratégicas se busca la reactivación del sector turismo y la promoción de Bogotá como destino de Reuniones y Eventos - MICE.</p>
6. Generar acciones para el posicionamiento de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Implementación de la estrategia de posicionamiento y promoción turística de la marca ciudad	En articulación con la Cámara de Comercio de Bogotá e Inverci la Bogotá, el IDT ha venido desarrollando la estrategia de desarrollo y posicionamiento de la marca ciudad, con el propósito de generar una apropiación por parte de los actores del sector turismo de dicha marca a través del reconocimiento de la marca a nivel nacional e internacional.	1/8/2020	31/12/2020	Informe de actividades de la estrategia de posicionamiento de la marca ciudad	Dancely Jiménez	100%	<p>El proceso de Promoción y Mercados con el fin de llevar a cabo la implementación de la estrategia de posicionamiento y marcas de la marca ciudad adelantó las siguientes gestiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Presentación de portafolio de beneficios para empresas y colaboradores que se quiere vincular a la estrategia de posicionamiento de la marca ciudad. Activaciones dirigidas a aliados. Comité de marca ciudad. Plan de ciudad para la vinculación de aliados. <p>Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.</p> <p>Evidencia: Aliados vinculados a la estrategia de posicionamiento de la marca ciudad.</p>
6. Gestionar fuentes de financiación, inversión y alianzas, para la ejecución de programas y proyectos para el fomento de la actividad turística en Bogotá y en posicionamiento global.	2. Direccionamiento estratégico y planeación	2.2. Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público	Gestión de recursos para implementar proyectos de promoción turística a nivel nacional e internacional	Se gestionan recursos adicionales para captar recursos destinados a la implementación de proyectos de promoción turística para la ciudad de Bogotá, en el ámbito nacional e internacional.	1/8/2020	31/12/2020	Proyectos aprobados e informes de seguimiento	Rodrigo Sepúlveda	100%	<p>El proceso de Promoción y Mercados con el objetivo de llevar a cabo la gestión de recursos para implementar proyectos de Promoción turística a nivel nacional e internacional desarrolló las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Presentación de proyectos de promoción nacional e internacional ante el Fondo Nacional de Turismo - Fuentur para su posible cofinanciación. Aprobación del proyecto nacional por parte del Fondo Nacional de Turismo por un valor total del \$526.122.759 el 30/11/2020 (contingente del IDT por un valor hasta de \$20.000.000). Implementación y puesta en marcha de las acciones contempladas en los memorandos de entendimiento y de los planes de trabajo. Avances en la gestión de los Memorandos de Entendimiento Lima, Perú, Buenos Aires, Barcelona, España; Acuerdo de Cooperación Multilateral entre las ciudades de Cartagena, Bogotá, Quito, Guayaquil y Lima. Plan de trabajo a través de la Red de Destinos Urbanos Latinoamericanos, cuyo lanzamiento fue el 30 de noviembre, la misma se encuentra conformada por: Bogotá, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Medellín, Quito, Rio de Janeiro, San Pablo y Santiago de Chile, se propone trabajar bajo la estrategia "Viva Ciudad Latina" para actuar en posura de la reactivación del sector turístico de mediante publicaciones en redes sociales posicionando para atraer de manera positiva a los futuros visitantes de estas ciudades, buscando incrementar el número de turistas en las ciudades y el desarrollo de los sectores productivos de gastronomía, entretenimiento, hospitalidad e innovación. <p>Terminado en cuenta la anterior, la iniciativa se considera cumplida.</p> <p>Evidencia: Proyectos aprobados e informes de seguimiento</p>

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

Para la vigencia 2020 SEGUNDO SEMESTRE, la Subdirección de Promoción y Mercados suscribió diecinueve (19) compromisos en su plan de gestión, el nivel de cumplimiento se describe de la siguiente forma:

Cantidad de compromisos	EJECUCIÓN %
1	100%
2	100%
3	100%
4	100%
5	100%
6	100%
7	100%
8	100%
9	100%
10	50%
10	100%
11	50%
12	100%
13	100%
14	100%
15	100%
16	100%
17	100%
18	100%
19	100%
TOTAL % EJECUCIÓN:	94,7%

Para el segundo semestre del 2020, el nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción para la vigencia 2020 es de un 94,7% , con un criterio de cumplimiento **"Avance Satisfactorio"**

En cuanto a la evaluación que realiza la Asesoría de Control Interno a la gestión de la Subdirección de Promoción y Mercados, se observa lo siguiente:

* En términos generales se identifica que el plan de acción tiene formulación adecuada de los compromisos toda vez que estos apuntan al cumplimiento de objetivos estratégicos del proceso.

* De las diecinueve (19) actividades programadas para cumplirse durante el segundo semestre de la vigencia 2020, dos (02) actividades no se completaron en su totalidad, logrando un % de cumplimiento del 50%.

* Es importante que tanto las dependencias como los líderes técnicos de los procesos consideren el PGI como una herramienta de gestión (control y seguimiento) que permite verificar el avance y cumplimiento de los objetivos del proceso y los objetivos estratégicos del IDT en pro de la mejora continua.

* Se evidencia una buena disposición y organización de los documentos, en su estructura por metas y actividades que soportan cada uno de los compromisos y actividades asociadas.

RECOMENDACIONES DE MEJORAMIENTO DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO:

* Se recomienda que para cada una de las iniciativas planteadas, se establezcan los entregables para de esta forma tener más precisión en el momento de hacer la verificación de los evidencias allegados por el proceso para los ejercicios correspondientes.

* Se recomienda que tanto la formulación y el seguimiento al PGI debe ser apoyado por el Líder del Proceso, esto con el fin de solicitar de manera oportuna los ajustes que se requieran, así como identificar en qué se debe mejorar y medir razonablemente las actividades propias del área, buscando que estas apunten a la meta establecida. Además que reflejen con precisión el avance de ejecución.

* Recordar que los Planes de Gestión Institucional son el instrumento por medio del cual las entidades dan cumplimiento a lo establecido en su Planificación Estratégica, por lo cual es muy importante su formulación y correlación con esta última así como su cumplimiento.

* Socializar el presente informe con todos los funcionarios y contratistas de la dependencia, con el fin de dar a conocer los resultados sobre el cumplimiento de las metas.

RESULTADO FINAL: Teniendo en cuenta el resultado del informe de evaluación por dependencias para los dos semestres del 2020 se tiene:

SEMESTRE 2020	EJECUCIÓN %
1	94,7%
2	94,7%
TOTAL % EJECUCIÓN:	94,7%

De acuerdo a lo anterior el resultado final para el nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción para el primer y segundo semestre de 2020 es de un 94,7% , con un criterio de cumplimiento **"Avance Satisfactorio"**

6. Fecha: 28-01-2021

7. Firma: Viviana Rocío Darío Castro

