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

**FORMATO**

**EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA**

**OFICINA DE CONTROL INTERNO**

| **1. ENTIDAD:** | **2. DEPENDENCIA A EVALUAR:** |
|---|---|
| Instituto Distrital de Turismo - IDT | Subdirección de Promoción y Mercadeo |

**3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA DEPENDENCIA:**

2- Posicionar 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, confianza y felicidad para todos

| **4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL** | **5. MEDICIÓN DE COMPROMISOS** | | |
|---|---|---|---|
| | **5.1. INDICADOR** | **5.2. RESULTADO** (%) | **5.3. ANÁLISIS DEL RESULTADO** |
| | Atender usuarios residentes nacionales y extranjeros a través de la Red de Información Turística. | 100,0 | El indicador se refiere a la atención prestada por medio de los puntos de información turística fijos, puntos de información Itinerantes y recorridos turísticos, atendidos con recursos de reserva, por ello, la programación se ve reflejada en el mes de enero de la vigencia.<br>teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia que se cumplió con la meta proyectada para el primer mes de la vigencia, atender 12.334 consultas e inscripciones a recorridos turísticos.<br><br>Evidencia: Registros de consultas e inscripción a recorridos turísticos (Enero 2018). |
| | Atender usuarios residentes nacionales y extranjeros a través de la Red de Información Turística. | 97,8 | El indicador se refiere a la atención prestada por medio de los puntos de información turística fijos, puntos de información Itinerantes y recorridos turísticos, atendidos con recursos de vigencia, desde el mes de febrero a diciembre de 2018.<br><br>Dado lo anterior, se tenia proyectado atender durante los meses de febrero a diciembre un total de 200.000 consultas y recorridos turísticos, de las cuales se llevaron a cabo 195.546 por diferentes situaciones, entre ellas, el cierre durante cinco (05) meses de los PIT del Muelle internacional y quiosco de la luz y veinte (20) días el PIT de Unicentro debido a la necesidad de realizar intervenciones a las instalaciones y diferentes adecuaciones; adicional a ello, por restricciones de acceso a la plaza de Bolívar y sus vías aledañas en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, en la posesión del Presidente y conciertos, entre otras.<br><br>Así las cosas la meta se cumplió en un 97,8%<br><br>Evidencia: Registros de consultas e inscripción a recorridos turísticos, (Enero 2019) |
| | Mantener en operación los PIT fijos e itinerantes.. | 100,0 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de reserva para el mes de enero de 2018.<br>Para el mes evaluado el IDT contaba con nueve (9) puntos de información fijos e itinerantes, los cuales se evidencia que se mantuvieron en operación como se tenía proyectado.<br>Así las cosas la meta se entiende cumplida en un 100%<br><br>Evidencias: Registró de consultas y formato PD-F20 seguimiento Red de Información Turística, debidamente diligenciados (enero 2018). |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Atender 212.334 personas a través de la red de información turística | Mantener en operación los PIT fijos, móviles e itinerantes. | 92,5 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de vigencia desde el mes de febrero a diciembre de 2018.<br><br>El IDT proyecto mantener en operación para los meses de febrero y marzo (siete) 7 PIT fijos, móviles e itinerantes y ocho (8) PIT para los meses de abril a diciembre, al verificar el cumplimiento del indicador propuesto se pudo evidenciar, que los PIT de muelle internacional y Quiosco de la luz no funcionaron durante 5 meses (febrero a junio) así como el PIT de Unicentro durante veinte (20) días debido a labores de intervención en los mismos; viéndose afectado el cumplimiento de la meta para los meses de abril a junio siendo 6 PIT los que estuvieron en funcionamiento para los meses mencionados.<br><br>Evidencias: Registro de consultas y formato PD-F20 seguimiento Red de Información Turística. |
| | Mantener en operación los PIT Virtuales. | 94,7 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de reserva para el mes de enero de 2018.<br><br>Se evidencia que en el mes de enero, los PIT virtuales se componen de 19 pedestales ubicados en diferentes puntos estratégicos de Bogotá, se observa según informes presentados por el contratista encargado de realizar seguimiento al funcionamiento de los pedestales, que durante la vigencia 2017 el pedestal de C.C Gran Estación sufrió daños a causa de actos de vandalismo, y para la vigencia 2018 el pedestal no fue reemplazado y/o reparado; por lo que se tuvo que instalar en gran estación el PIT VIRTUAL destinado para eventos.<br><br>De acuerdo con lo anterior, para la vigencia 2018 no estuvieron en funcionamiento los 19 PIT proyectados en la meta sino un total de 18.<br><br>Evidencias: Informe Mensual de Puntos Virtuales, entregado por la Coordinación Operativa de la Red de Información Turística. |
| | Mantener en operación los PIT Virtuales. | 94,7 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de vigencia para los meses de febrero a diciembre de 2018.<br><br>Se evidencia que los PIT virtuales se componen de 19 pedestales ubicados en diferentes puntos estratégicos de Bogotá, se observa según informes presentados por el contratista encargado de realizar seguimiento al funcionamiento de los pedestales, que durante la vigencia 2017 el pedestal de C.C Gran Estación sufrió daños a causa de actos de vandalismo, y para la vigencia 2018 el pedestal no fue reemplazado y/o reparado; por lo que se tuvo que instalar en gran estación el PIT VIRTUAL destinado para eventos.<br><br>De acuerdo con lo anterior, para la vigencia 2018 no estuvieron en funcionamiento los 19 PIT proyectados en la meta sino un total de 18.<br><br>Evidencias: Informe Mensual de Puntos Virtuales, entregado por la Coordinación Operativa de la Red de Información Turística. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente los servicios que ofrece la Red de Información Turística. | 108,9 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de reserva para el mes de enero de 2018.<br><br>Para medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente a los servicios que ofrece la red de Información turística se aplicaron encuestas durante el mes de enero, a los usuarios que ingresan a los PIT y recorridos, las cuales son insumo para realizar análisis sobre los datos reportados y así desarrollar estadísticas sobre los niveles de satisfacción, sin embargo y a pesar que se cuenta con dichos resultados no se pudo evidenciar la implementación de acciones por parte del proceso respecto de los reportes menos favorables como resultado de la aplicación de la encuesta.<br><br>Evidencia: Formato de Indicadores calificación por mes. |
| | Medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente los servicios que ofrece la Red de Información Turística. | 108,5 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de vigencia para los meses de febrero a diciembre de 2018.<br><br>Para medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente a los servicios que ofrece la red de Información turística se aplican encuestas de manera mensual, a los usuarios que ingresan a los PIT y recorridos, las cuales son insumo para realizar análisis sobre los datos reportados y así desarrollar estadísticas sobre los niveles de satisfacción, sin embargo y a pesar que se cuenta con dichos resultados no se pudo evidenciar la implementación de acciones por parte del proceso respecto de los reportes menos favorables y repetitivos en las diferentes encuestas de todos los meses.<br><br>Evidencia: Formato de Indicadores calificación mes a mes. |
| | Realizar recorridos turísticos en bicicleta, liderador por guías profesionales de turismo | 130,0 | Para acceder a los recorridos turísticos se realiza la inscripción mediante la pagina web del Distrito -Alcaldía Mayor "bicitravesiasbogota.gov.co" ofreciendo recorridos por los humedales, ciclo vía, literario y grafiti dependiendo el recorrido se establecen los niveles de exigencia física y requisitos mínimos para acceder a los mismos. los guía (8) son profesionales capacitados en cada una de las rutas ofrecidas por la entidad para los recorridos.<br>De manera general se observa que para los meses de junio, julio, septiembre, octubre y noviembre se reportan recorridos adicionales a los programados, esto debido a que los mismos son requeridos al transcurrir los meses y se realizan por demanda.<br><br>Evidencias: Registros fotográficos y en el formato PMT-F17 Inscripción a recorridos turísticos. |
| | Diseño de un PIT móvil para hacer presencia en diferentes escenarios distritales, promoviendo a Bogotá como destino turístico | 100,0 | Se observa la propuesta de diseño de un PIT móvil denominado "BICICLETA U OFICINA PORTATIL" presentado para el mes de diciembre de 2018, con el cual se pretende promover a Bogotá como destino turístico en diferentes escenarios.<br><br>Evidencia: Propuesta de diseño elaborada. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Acciones de promoción y/o posicionamiento de ciudad como destino turístico, en ferias y/o Workshop | 111,1 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de vigencia para los meses de febrero a diciembre de 2018.<br><br>Son participaciones que tiene la subdirección con el fin de hacer promoción de ciudad 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 en el evento mediante la gigantografia y la distribución de material promocional de Bogotá.<br>Para el mes de diciembre no se registro el cumplimiento de la actividad programada debido a que Procolombia no realizo el workshop que se estimaba realizar. Sin embargo la meta se cumplió en un 111%<br><br>Evidencia: La información se documenta en el formato registro seguimiento eventos de ciudad, ferias, workshop PMTF24 |
| | Realizar y/o participar en presentaciones destino. | 91,7 | El IDT cuenta con un espacio en los eventos para realizar la presentación de Bogotá donde se ofrecen las ofertas y productos con las que cuenta la ciudad. Se evidencian registros de seguimiento a eventos de ciudad, ferias, workshop; listado de participantes, registros fotográficos y presentaciones a los distintos eventos de destino.<br>Para los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre no fue posible realizar presentación de destino toda vez que Idartes, Rock al Parque y el Workshop que se tenía programado con Procolombia en Argentina y no se realizó debido a que no se generó el espacio para la presentación.<br><br>Teniendo en cuenta lo anterior, la meta se cumplió en un 91,7%.<br><br>Evidencia: Registros de asistencia y seguimiento a eventos de ciudad. |
| | Realizar y/o participar en Press Trip y Fam Trips | 121,1 | La participación en los eventos de PRES TRIP corresponde a viajes de familiarización que se llevan a cabo con periodistas, blogueros, youtubers e influenciadores con los cuales se organizan agendas y se dan a conocer los productos turísticos.<br><br>Los eventos FAM TRIPS corresponden a viajes de familiarización con agentes de viajes y operadores que conocen la ciudad de Bogotá y promueven a Bogotá como un multidestino.<br><br>Al respecto se observa que la meta estimada fue cumplida en un 121% , debido a que se tenían proyectados 19 eventos y se realizaron 123 al cabo de la vigencia.<br><br>Evidencia: Registro seguimiento Fam o Press y registros fotográficos. |
| | Apoyo a eventos de ciudad que permitan la promoción del destino y sus productos turísticos | 148,4 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de vigencia desde el mes de febrero a diciembre de 2018.<br><br>Son eventos de ciudad realizados o apoyados por el Instituto Distrital de Turismo tales como; Alimentarte, Festival de verano, festival iberoamericano de teatro, entre otros, los cuales se realizan a través de diferentes medios como redes sociales y por medio de informadores, etc.<br><br>Se observa que la meta proyecta inicialmente era de acompañamiento a 36 eventos de ciudad, sin embargo y teniendo en cuenta la alta demanda se alcanzó un porcentaje de cumplimiento del 148%.<br><br>Evidencias: Registro seguimiento eventos ciudad, ferias, workshop y registros fotográfico |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Participar y/o realizar 73 actividades de promoción y posicionamiento turístico | Presentar proyectos ante el FONTUR y/o entidades de cofinanciación para la promoción de ciudad | 100,0 | Según la programación de las actividades, se realizaron dos (2) fichas de presentación de los proyectos para la vigencia 2018; en el mes de enero se presentó el proyecto "*Promoción de Bogotá como destino cultural 16° Festival Internacional de Teatro*" y para el mes de junio el proyecto "*Bogotá destino Turístico, Cultural e Innovador 2018 - III Versión*" al Ministerio de Comercio.<br><br>Así las cosas se evidencia el cumplimiento de la meta proyectada para la vigencia 2018 en un 100% |
| | Implementar planes de promoción en medios de comunicación, para la promoción turistica de la ciudad. | 100,0 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de vigencia a partir del segundo semestre de 2018.<br><br>Las actividades de Promoción definidas para la vigencia 2018, se llevaron a cabo mediante la central de medios donde se realizan pautas en diferentes medios como revistas, vallas, folletos, entre otros medios de comunicación no convencionales.<br><br>La programación de los planes promocionales se proyectaron para el segundo semestre de la vigencia, los cuales se cumplieron a cabalidad, llegando al 100% de la meta estimada. |
| | Diseñar y/o producir material de promoción turística de Bogotá, con marca ciudad. | 100,0 | Con el fin de realizar el diseño y/o producción del material promocional con la marca de ciudad se realizaron diferentes actividades tales como, el diseño de un libro denominado el color de Bogotá, se hicieron los brochure de bicicletas y se realizó la elaboración de diferentes piezas de promoción durante el transcurso de la vigencia, piezas que se realizan dependiendo de la demanda de eventos que se presentan en la ciudad. cumpliendo así con la meta estimada del 100%.<br><br>Evidencias: Escáner del material diseñado y producido. |
| | Distribuir material de promoción de ciudad | 227,3 | Según la programación de actividades se evidencia la distribución del material de promoción a la ciudadanía en eventos como rendición de cuentas, a las áreas de la entidad para cubrimiento de eventos y de manera externa a los diferentes eventos de hoteles, agencias de viajes, el material entregado corresponde a: (Mochilas, Mapas turísticos, Manillas, Botilitos, Brochure en Ingles, Brochure en Español, etc.), sobrepasando la meta estimada para la vigencia pues se obtuvo un cumplimiento del 227%, debido al aumento en el numero de piezas distribuidas en eventos de gran magnitud como la rueda de negocios, walk 21 y la distribución en puntos de información.<br><br>Evidencias: Relación de entrega del material externo e interno entregado. |
| | Apoyo a eventos de ciudad que permitan la promoción del destino y sus productos turísticos | 100,0 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de reserva para el mes de enero de 2018.<br><br>Son eventos de ciudad realizados o apoyados por el Instituto Distrital de Turismo tales como; Alimentarte, Festival de verano , festival iberoamericano de teatro, entre otros, los cuales se realizan a través de diferentes medios como redes sociales, por medio de informadores, etc.<br><br>La meta proyecta era de un (1) acompañamiento a un evento de ciudad, la cual se cumplió en un100%.<br><br>Evidencias: Registro seguimiento eventos ciudad, ferias, workshop y registros fotográfico |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Acciones de promoción y/o posicionamiento de ciudad como destino turistico, en ferias y/o Workshop | 100,0 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de reserva para el mes de enero 2018.<br><br>Son participaciones que tiene la subdirección con el fin de hacer promoción de ciudad 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 en el evento mediante la gigantografia y la distribución de material promocional de Bogotá.<br><br>La meta proyectada para el mes de enero era una actividad la cual se cumplió en un 100% |
| | Implementar planes de promoción en medios de comunicación, para la promoción turistica de la ciudad. | 100,0 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de reserva desde el mes de febrero a junio de 2018.<br><br>Las actividades de Promoción definidas para la vigencia 2018, se llevaron a cabo mediante la central de medios donde se realizan pautas en diferentes medios como revistas, vallas, folletos, entre otros medios de comunicación no convencionales.<br><br>La programación de los planes promocionales se cumplieron a cabalidad, llegando al 100% de la meta estimada. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **3. Diseñar e implementar 69% una estrategia con herramientas digitales y de nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo de Bogotá** | Diseñar una página web para la promoción turística de Bogotá que permita recopilar, geolocalizar y centralizar todos los eventos, puntos de interés y actividades, para mostrarle a locales y visitantes la riqueza cultural y de ocio de la ciudad. | 100,0 | Durante el mes de agosto de la vigencia 2018, se diseño y creó la pagina bogotadc.travel, así mismo se realizó el lanzamiento de la pagina en el mes de septiembre, en la pagina web, el portal se divide en 4 grandes secciones: Descubre Bogotá (productos turísticos- establecimientos y zonas), Agenda de ciudad (todos los eventos relevantes de la ciudad), Bogotá en bicicleta<br>(Bici travesías, tours en bici, operadores turísticos), y guía del viajero (transporte, líneas de emergencia, Pits, y la posiblemente la pasarela de pago de Booking y Tripavisor).<br><br>Por lo que se evidencia un cumplimiento del 100% de la meta planteada.<br><br>Evidencias: Contenido web-secciones<br>https://drive.google.com/open?id=1bIzASZOs-xLr4oy75h8HrwS3twChegck<br>https://drive.google.com/open?id=1APafFPiwfKQwUpdsGJO725bYjFOMT3p9<br>https://drive.google.com/open?id=1tHVrF2lkVahwtXLiULBVxwO4CKDA |
| | Efectuar promoción turística de Bogotá, a través de acciones digitales y posicionamiento SEM de la página web www.BogotaDC.travel | 90,0 | Durante el ultimo cuatrimestre de la vigencia 2018, se elaboraron Los videos 360° de recorridos virtuales por los atractivos de Bogotá, los cuales a la fecha se encuentran en revisión por parte de la Subdirección, la entrega final y divulgación en medios se realizará en el primer trimestre de 2019.<br><br>Teniendo en cuenta lo anterior el cumplimiento de la meta es del 90%.<br><br>Evidencias: Contenido web-secciones<br>https://drive.google.com/open?id=1bIzASZOs-xLr4oy75h8HrwS3twChegck<br>https://drive.google.com/open?id=1APafFPiwfKQwUpdsGJO725bYjFOMT3p9<br>https://drive.google.com/open?id=1tHVrF2lkVahwtXLiULBVxwO4CKDA |

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

Para la vigencia 2018, el proceso suscribió veintitres (23) compromisos en su plan operativo anual - POA, el nivel de cumplimiento se discrimina de la siguiente forma:

| **Cantidad de compromisos** | **EJECUCIÓN %** |
|---|---|
| 1 | 100,0 |
| 2 | 97,8 |
| 3 | 100,0 |
| 4 | 92,5 |
| 5 | 94,7 |
| 6 | 94,7 |
| 7 | 108,9 |
| 8 | 108,5 |
| 9 | 130,0 |
| 10 | 100,0 |
| 11 | 111,1 |
| 12 | 91,7 |
| 13 | 121,1 |
| 14 | 148,4 |
| 15 | 100,0 |
| 16 | 100,0 |
| 17 | 100,0 |
| 18 | 227,3 |
| 19 | 100,0 |
| 20 | 100,0 |
| 21 | 100,0 |
| 22 | 100,0 |
| 23 | 90,0 |
| **TOTAL % EJECUCIÓN** | **109,4** |

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

**FORMATO**
**EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA**
**OFICINA DE CONTROL INTERNO**

El nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción para la vigencia 2018 es de un 109,4% , con un criterio de cumplimiento ***"Sobre ejecutado"***

En cuanto a la evaluación que realiza la Asesoría de Control Interno a la gestión del Proceso de Promoción y Mercadeo Turístico de Ciudad, se observa lo siguiente:

• Durante la programación de la actividad se recomienda no incluir productos que dependan de factores externos sobre los cuales no tenga control la dependencia y afecten directamente la ejecución de la actividad y el nivel de cumplimiento de la meta.

• Teniendo en cuenta que la Planeación es dinámica y que las evaluaciones periódicas permiten determinar las situaciones que inciden en el cumplimiento de los objetivos previstos, se recomienda en los casos en que sea necesario realizar los ajustes a las actividades previstas en el PGI, estas se efectúen con la justificación correspondiente a factores externos, internos, redireccionamiento de políticas, cambio de prioridades o de recursos, entre otros.

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

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

• Se recomienda implementar las acciones necesarias que permitan corregir las situaciones señaladas en este reporte y según sea necesario definir o implementar plan de mejoramiento por procesos, que permita identificar y dar tramiento a las causas de las situaciones evidenciadas en el presente informe.

• 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 y analizar los posibles errores evidenciados.

• Se recomienda que el seguimiento al plan de acción se haga de manera permanente por parte de cada una de las dependencias y líderes de proceso, con el propósito de determinar el grado de avance y solicitar de manera oportuna los ajustes requeridos en caso de ser necesario.

• Asegurarse que las actividades planteadas en el PGI para cumplimiento de las metas tengan relación con las funciones asociadas a la dependencia.

**8. Fecha: 30 de enero de 2018**

**9. Firma:** ***ORIGINAL FIRMADO***