



CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS
Proceso de Promoción y Mercadeo

Código: DE-F15
Versión: 3
Fecha: 13/07/2021

RESPONSABLE
Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.

OBJETIVO
Posicionar a Bogotá como destino turístico en el mercado local, nacional e internacional, a través de acciones de promoción, mercadeo e información turística, con el fin de fomentar la visita de turistas a la ciudad y contribuir a su desarrollo integral.

ALCANCE
Inicia con la identificación de las necesidades de promoción, mercadeo e información turística de Bogotá y finaliza con la evaluación de las acciones implementadas y la entrega de insumos para la gestión del destino.

BASE LEGAL
Véase Normograma.

REQUISITOS NORMATIVOS
ISO 9001:2015: 4.2, 4.4.1, 4.4.2, 5.1.2, 6.1, 7.3, 7.5, 8.1, 8.2, 8.3, 8.5, 8.6, 8.7, 9.1, 10.
ISO 14001:2015: 6.1.2, 7.3, 8.1.
Modelo Integrado de Planeación: 2a dimensión: Dirección Estratégico.
y Gestión MIPG 6a dimensión: Gestión del Concimiento y la Innovación

POLÍTICAS DE OPERACIÓN
Véase numeral 4. Lineamientos o políticas de operación en los documentos asociados al proceso.

PROVEEDOR		ENTRADAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	SALIDAS	USUARIO	
Interno	Externo					Interno	Externo
Planear							
	Entidades nacionales y distritales	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad y lineamientos de orden nacional o distrital asociados al sector turismo. • Plan de Desarrollo Nacional. • Plan de Desarrollo Distrital. • Política Distrital de Turismo. 	Planear y establecer las acciones de promoción, mercadeo e información turística para la ciudad	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Plan de mercadeo, promoción e información turística	Procesos estratégicos, misionales, de apoyo y evaluación	
Direccionamiento estratégico		Plan estratégico Proyectos de inversión					
Gestión de información turística		Investigaciones y estudios del sector					
Gestión del destino competitivo y sostenible		Productos turísticos desarrollados					
Hacer							
		Plan de mercadeo, promoción e información turística	Diseñar y producir piezas y material promocional de Bogotá (campañas, piezas gráficas y audiovisuales, contenidos) para hacer que los viajeros sueñen con venir a Bogotá	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Campañas Piezas graficas y audiovisuales contenidos	Procesos estratégicos y misionales	Turistas visitantes viajeros
		Plan de mercadeo, promoción e información turística	Identificar e implementar acciones de promoción en medios propios, pagos, ganados y no tradicionales, así como la realización de actividades de BTL para posicionar a Bogotá como Destino Turístico.	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Publicación de contenidos en diferentes canales/ medios de comunicación.		Turistas visitantes viajeros
		Campañas Piezas graficas y audiovisuales contenidos			Material merchandising Logistica para actividades de promoción en medios no tradicionales		Turistas visitantes viajeros
		Plan de mercadeo, promoción e información turística	Realizar actividades de mercadeo con los canales de distribución para que se incluya la oferta de Bogotá en sus paquetes de venta o portafolio de servicios, y se considere por los decisores de eventos, a la ciudad como destino priorizado para sus reuniones, de manera que se aumenten el número de noches, se satisfagan y	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Fam trips Ferias internacionales Road shows Ruedas de negocios Citas personalizadas con influyentes y decisores de sedes.		Canales de distribución
	Canales de distribución (agencias de viajes y operadores turísticos)	Caracterización del canal de distribución Oferta de itinerarios hacia Bogotá Investigación y prospección: oportunidades de negocio (leads).			Postulación y presentación de proyectos. Lobby.		

		Material merchandising Logística para actividades de promoción en medios no tradicionales	se generen nuevas experiencias de viaje para los turistas.		Presentaciones, capacitaciones y conversatorios de destino. Ferias especializadas (nacionales e internacionales), Workshops Paquetes de viaje		
		Plan de mercadeo, promoción e información turística	Prestar los servicios de información turística de la ciudad, para que los viajeros tengan la mejor experiencia en su visita	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Prestación de los Servicios de Información Turística		Turistas visitantes viajeros
	Atractivos Prestadores de servicios turísticos	Información de atractivos y facilidades turísticas de la ciudad					
	Entidades nacionales y distritales	Eventos y actividades de interés turístico a realizarse en Bogotá	Hacer alianzas para la promoción turística del destino	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Acuerdos de colaboración Alianzas con el sector público y privado		Entidades nacionales y distritales
	Sector privado: empresas y gremios	Eventos y actividades de interés turístico a realizarse en Bogotá					Sector privado
	Sector privado: empresas y gremios	Solicitudes de autorización de la marca ciudad					Gremios
Verificar							
Oficina Asesora de Planeación		Lineamientos e instrumentos de seguimiento	Realizar seguimiento y evaluación a las acciones implementadas para valorar la gestión realizada.	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Informes de seguimiento Reuniones e informes de seguimiento a metas, indicadores y demás instrumentos de medición de la gestión	Direccionamiento estratégico	
Actuar							
Evaluación institucional	Entes de control Entes de certificación	Informes de auditoría	Implementar las acciones correctivas y preventivas correspondientes.	Subdirector (a) de Promoción y Mercadeo.	Planes de mejoramiento implementados	Evaluación institucional	Entes de control y de certificación

DOCUMENTACIÓN ASOCIADA AL PROCESO

Véase Intranet - Sistema Integrado de Gestión - Mapa de procesos

MONITOREO Y SEGUIMIENTO

- * Comité Directivo.
- * Comités Técnicos.
- * Planes de acción.
- * Indicadores de Gestión
- * Plan Estratégico Institucional
- * Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano

TRÁMITES Y SERVICIOS

Recorridos turísticos

ACTIVOS DE INFORMACIÓN

Véase Intranet - Sistema Integrado de Gestión - Mapa de procesos - Registros - Caracterización documental - Registro Activos de Información.

REGISTROS ASOCIADOS AL PROCESO

Véase Intranet - Sistema Integrado de Gestión - Mapa de procesos - Registros - Tablas de Retención Documental.




IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

Véase Mapa de riesgos del proceso.

ACCIONES DE MEJORA

Véase Intranet - Sistema Integrado de Gestión - Mapa de procesos - Plan de mejoramiento del proceso.

RECURSOS

Elaboró	Revisó	Aprobó
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Nombre: Rodrigo Sepúlveda	Nombre: Gloria Verónica Zambrano Ocampo	Nombre: Juan José Lamar Montoya
Cargo: Contratista	Cargo: Jefe Oficina Asesora de Planeación	Cargo: Subdirector de Promoción y Mercadeo