



**SEGUIMIENTO A METAS Y ACTIVIDADES  
PLAN ESTRATÉGICO**

**Gestión de Mercadeo Turístico**

No	META PLAN ESTRATEGICO	ACTIVIDAD	RESULTADO (%)	ANÁLISIS DEL RESULTADO
1	<p><u>3. Formular y desarrollar la estrategia de marketing 360 y tácticas para el posicionamiento de la ciudad a través de gestión de alianzas con diversos sectores y en articulación con los actores de la cadena de valor del turismo.</u></p>	<p>1. Desarrollar pautas publicitarias para el posicionamiento y consolidación de la ciudad como destino turístico en mercados nacionales e internacionales            2. Desarrollar acciones que generen nuevos usuarios en la página web            3. Desarrollar contenidos encaminados a incrementar el número de personas seguidoras de las redes sociales de Visit Bogotá            4. Realizar acciones de promoción para que las personas visitantes a la ciudad puedan hacer reservas de bienes y servicios turísticos para el aumento del gasto turístico y el desarrollo económico de Bogotá            5. Organizar, participar y/o apoyar acciones de promoción y mercadeo, tales como ferias internacionales, nacionales y locales, workshops, presentaciones de destinos, viajes de familiarización, entre otras.            6. Brindar información turística a través de los distintos mecanismos de atención de la Red de Información Turística.            7. Realizar recorridos presenciales para personas interesadas en la oferta turística de la ciudad de Bogotá.            8. Gestionar la presencia de marca en eventos con participación de turistas nacionales e internacionales que facilite la promoción del destino para el turismo de reuniones y eventos            9. Caracterizar la oferta de servicios para el segmento MICE en la ciudad.</p>	100%	<p>Se evidencia el cumplimiento del compromiso institucional relacionado con la implementación de la iniciativa estratégica orientada al posicionamiento de Bogotá como destino turístico en mercados y segmentos priorizados durante la vigencia 2025, en el marco de la meta 2025–2027. Desde el primer trimestre del año se observa el inicio formal a la ejecución de la iniciativa, desarrollando de manera progresiva y continua las nueve actividades definidas, las cuales fueron ejecutadas a lo largo de los cuatro trimestres mediante acciones de promoción, mercadeo, posicionamiento de marca, articulación sectorial y fortalecimiento de la experiencia turística. La entidad ejecutó campañas publicitarias nacionales e internacionales, acciones digitales, generación de tráfico web y crecimiento sostenido de redes sociales, promoción de reservas turísticas, participación y organización de ferias, ruedas de negocio, workshops y fam trips, atención a turistas a través de la Red de Información Turística, realización de recorridos presenciales y gestión de presencia de marca en eventos estratégicos.</p> <p>Los resultados alcanzados evidencian visibilidad, alcance, y posicionamiento de la marca ciudad, con cumplimiento de las metas programadas y soportes verificables en cada uno de los trimestres. En consecuencia, se concluye un nivel de cumplimiento del 100 %, respaldado por evidencias pertinentes</p> <p><a href="https://drive.google.com/drive/folders/1spK-w2BCN_sjWDqKWkLkoDII-xkp_I7">https://drive.google.com/drive/folders/1spK-w2BCN_sjWDqKWkLkoDII-xkp_I7</a></p>
2	<p><u>4. Diseñar y desarrollar de una estrategia que permitan promocionar a Bogotá como destino StopOver</u></p>	<p>1. Construir, socializar y ejecutar una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como destino StopOver            2. Desarrollar acciones de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como destino StopOver a nivel internacional</p>	100%	<p>De conformidad con la verificación realizada, se concluye que el proceso dio cumplimiento de las actividades establecidas para la vigencia 2025, correspondientes a: (i) construir, socializar y ejecutar una estrategia de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como destino StopOver y (ii) desarrollar acciones de mercadeo para el posicionamiento de Bogotá como destino StopOver a nivel internacional. La evidencia analizada demuestra una ejecución progresiva, durante los cuatro trimestres del año, iniciando en el primer trimestre con la planificación estratégica, socialización de la hoja de ruta y primeras acciones de mercadeo internacional; continuando en el segundo trimestre con la articulación interinstitucional y sectorial (aerolíneas, agencias, hoteles, aeropuerto y entidades nacionales), y culminando en el tercer y cuarto trimestre con el lanzamiento oficial de la estrategia StopOver Bogotá – Amor a primera pista, la implementación de campañas digitales, workshops internacionales, fam trips, participación en ferias, alianzas territoriales y acciones multidesino. Los resultados obtenidos evidencian el cumplimiento de los objetivos propuestos, respaldados por evidencias pertinentes. se concluye un nivel de cumplimiento del 100 % frente a las actividades programadas.</p> <p><a href="https://drive.google.com/drive/folders/1Q-X8540HpeMGRsY9iD8gAZhNPN-HHZ">https://drive.google.com/drive/folders/1Q-X8540HpeMGRsY9iD8gAZhNPN-HHZ</a></p>



SEGUIMIENTO A INDICADORES DE GESTIÓN 2025

Subdirección de Mercadeo Turístico

No	META	INDICADOR META	RESULTADO (%)	ANÁLISIS DEL RESULTADO
1	Medición de Calidad de los Recorridos Turísticos	Evaluación de la calidad de los recorridos turísticos ofrecidos en la Red de Información Turística / Frecuencia esperada de 90%	100%	El indicador de Medición de Calidad de los Recorridos Turísticos presenta un cumplimiento satisfactorio para la vigencia 2025, alcanzando un desempeño promedio del 97.4%, cifra que supera con holgura la meta del 90%. Este resultado se sustenta de acuerdo con el indicador con el dominio temático de los guías (98.96%) y la alta fidelización de los usuarios (96.96%). <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1-CP2GAWGoEiNF09uGoYTUGxzmOlxLL8">https://drive.google.com/drive/folders/1-CP2GAWGoEiNF09uGoYTUGxzmOlxLL8</a> <b>Recomendación:</b> a pesar del éxito cuantitativo, se concluye la necesidad de implementar acciones de mejora en los procesos de programación y logística para atender el 5.21% de observaciones negativas reportadas, garantizando así la consolidación de los estándares de calidad y la mejora continua enmarcada en el modelo MIPG.
2	Medición de Calidad Puntos de Información Turística	Evaluación de la calidad en los distintos servicios ofrecidos en la Red de Información Turística considerando los recursos humanos, físicos y aspectos logísticos de la atención que se percibe en las oficinas fijas, móviles / Frecuencia esperada de 90%	100%	El indicador de Medición de Calidad de los Puntos de Información Turística (PTI) presenta un cumplimiento satisfactorio al cierre del periodo reportado para la vigencia 2025, con un desempeño promedio del 97.3%, superando consistentemente la meta institucional del 90%. Los resultados destacan la calidad en el trato humano y el dominio temático de los informadores turísticos; Se observa el cargue de las evidencias en drive : <a href="https://drive.google.com/drive/folders/15gzcM_BHhPqDvtr642QUtFS3eg-emfd">https://drive.google.com/drive/folders/15gzcM_BHhPqDvtr642QUtFS3eg-emfd</a> <b>Recomendación:</b> se identifican como puntos de observación la necesidad de fortalecer la señalización física y digital para facilitar la localización de los puntos, así como la modernización de los equipos tecnológicos, acciones necesarias para mantener la tendencia positiva y asegurar la excelencia operativa en el marco del proceso de Gestión de Mercadeo Turístico.
3	Numero de actividades y/o eventos de promoción y mercado realizados para el posicionamiento turístico de Bogotá a nivel nacional e internacional	Acciones realizadas para promover y mejorar la visibilidad de Bogotá como destino turístico, mediante la participación en eventos y actividades destinadas a su posicionamiento a nivel distrital, regional, nacional e internacional / Acciones programadas	98%	El compromiso presenta un cumplimiento del 100% al cierre de la vigencia de acuerdo a lo que reporta el proceso, logrando alcanzar la meta acumulada y contando con las evidencias documentales que soportan la gestión final. No obstante, se concluye que la ejecución no fue constante conforme a la programación mensual definida, registrándose periodos sin reporte o con actividades pendientes que debieron ser subsanadas en los meses finales para alcanzar el objetivo. Por lo anterior el porcentaje de cumplimiento para este indicador es del 98% <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1ppqR801vyompm2Ww_06J2kVFuawDdlv">https://drive.google.com/drive/folders/1ppqR801vyompm2Ww_06J2kVFuawDdlv</a> <b>Recomendación:</b> se identifica la necesidad de fortalecer el cumplimiento puntual frente lo programado para garantizar la trazabilidad del indicador en futuras vigencias



SEGUIMIENTO PLAN DE ACCIÓN MIPG -2025

No	DIMENSIÓN MIPG	POLÍTICA MIPG	PROGRAMACIÓN		MEDICIÓN DE COMPROMISOS
			Descripción de la actividad	RESULTADO (%)	ANÁLISIS DEL RESULTADO
1	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Desarrollar alianzas estratégicas con entidades del sector público y actores privados del turismo y fortalecer el uso de la Marca Ciudad como estrategia de mercadeo, para optimizar recursos y actividades que permitan promocionar a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional.	65%	El compromiso de licenciamiento de la Marca Bogotá registra un cumplimiento de gestión satisfactorio pero supeditado administrativamente, dado que, aunque no se emitieron nuevas licencias debido al proceso de reajuste del acuerdo de gobernanza entre las entidades propietarias, se logró avanzar en la fase de alistamiento de nueve (9) empresas y en la socialización estratégica con gremios como Acodres; por lo tanto, la capacidad operativa se encuentra preparada para el cumplimiento de metas una vez se formalice el marco jurídico interinstitucional. De acuerdo a lo anterior se asigna un 65% de cumplimiento, teniendo en cuenta que: 40% por Gestión de Alistamiento y Preventa: Haber logrado que 9 empresas de alto perfil (como Bavaria o el Fondo Cultural Cafetero) tengan sus documentos listos es el trabajo más pesado, se supera la etapa de convencimiento. 25% por Relacionamento Estratégico: La socialización con gremios (Acodres) y actores de zonas clave (Usaquén) permite que, una vez se abra la "puerta jurídica", el indicador subirá rápidamente. 0% en Resultado Jurídico: El 35% restante no se puede asignar porque la licencia no existe legalmente sin la firma del acuerdo interinstitucional.
2	5. Información y comunicación	5-2. Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	Realizar presentaciones de destino a empresarios del sector de turismo vacacional con el propósito de dar a conocer la oferta tradicional e innovadora para que estos la puedan incluir dentro de sus portafolios comerciales	100%	Se califica el compromiso con un 100% de cumplimiento para la vigencia 2025. La gestión del equipo de Trade Marketing realizó las presentaciones de destino programadas y la cobertura mediante alianzas estratégicas con aerolíneas (Satena, Avianca, Gol) y operadores internacionales (CVC). Se destaca la consolidación de las bases de datos de Prestadores de Servicios Turísticos (PST) y el uso de Fam Trips como herramienta de promoción, cumpliendo con los medios de verificación definidos en el plan de acción. Evidencias: 1er trimestre : <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1d8bc2WwZBPS7BVf2D2rxsqiX0GvPTK?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1d8bc2WwZBPS7BVf2D2rxsqiX0GvPTK?usp=sharing</a> 2do trimestre: <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1p_QTPWGUqKM29pPTBq8d8q9_DCSKBPn?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1p_QTPWGUqKM29pPTBq8d8q9_DCSKBPn?usp=sharing</a> 3er trimestre <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1p_QTPWGUqKM29pPTBq8d8q9_DCSKBPn?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1p_QTPWGUqKM29pPTBq8d8q9_DCSKBPn?usp=sharing</a>

3	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Diseñar y desarrollar de una estrategia que permitan promocionar el Bogotá como destino StopOver	100%	Se determina el cumplimiento del 100% de la meta, tras la consolidación técnica de la estrategia 'Bogotá StopOver', la cual integra la oferta turística urbana con el flujo de pasajeros internacionales del Aeropuerto El Dorado. El compromiso se considera cumplido al contar con el documento estratégico finalizado, el brief de lanzamiento programado para el 15 de julio en alianza con Avianca y la articulación de una red de aliados clave que incluye a Opain y Migración Colombia.  Evidencias: <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1NIHQ5MUvcU9ealnox_p3aLm3vcWGr0Xh?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1NIHQ5MUvcU9ealnox_p3aLm3vcWGr0Xh?usp=sharing</a>
4	4. Evaluación de resultados	4-1. Seguimiento y evaluación del desempeño institucional	Realizar seguimiento a los resultados de la prestación de servicios de la <b>Red de Información Turística</b> , con el fin de facilitar el reconocimiento, disfrute y apropiación del destino.	100%	Se determina un cumplimiento del 100% en la meta de seguimiento y evaluación del desempeño de la Red de Información Turística para la vigencia 2025. El equipo de la RIT consolidó el reporte, cumpliendo con el diligenciamiento de las matrices de registro de consultas y recorridos para los tres cuatrimestres. La gestión se destaca por una segmentación de los usuarios (residentes, nacionales e internacionales) y un seguimiento a través de diversos canales (presenciales, virtuales y quioscos digitales)  <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1P-Jvr6Gjwa1OwN6zZTmT1EwfoJWesWPusp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1P-Jvr6Gjwa1OwN6zZTmT1EwfoJWesWPusp=sharing</a>
5	4. Evaluación de resultados	4-1. Seguimiento y evaluación del desempeño institucional	Realizar seguimiento a los resultados de las actividades como ruedas de negocios, viajes de familiarización, y participación en eventos para el segmento vacacional.	100%	Con base en la revisión de las evidencias reportadas, se concluye que el compromiso fue cumplido, toda vez que el proceso realizó el seguimiento a los resultados de las actividades de promoción del segmento vacacional, soportado en informes de evaluación, análisis de mediciones, encuestas de percepción, listados de asistencia y registros de participación, correspondientes a ruedas de negocios, ferias turísticas, viajes de familiarización y eventos sectoriales.  Las evidencias asociadas a la participación de Bogotá en FITUR 2025, la Vitrina Turística de ANATO 2025, la Rueda de Encadenamiento, la Rueda Vacacional y MICE (RVMBO), jornadas de networking y los FAM TRIP (BRAZTOA, CVC y Colombia Travel Expo), permiten verificar la ejecución efectiva del seguimiento, así como la medición de resultados a través de indicadores cuantificables, tales como número de visitantes, citas comerciales, empresas participantes y expectativas de negocio generadas.  <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1LaSIDvjq7NDm7mml_8cqMv-V11X32DY9Y?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1LaSIDvjq7NDm7mml_8cqMv-V11X32DY9Y?usp=sharing</a>
6	4. Evaluación de resultados	4-1. Seguimiento y evaluación del desempeño institucional	Realizar seguimiento a los resultados de las actividades como ruedas de negocios, viajes de familiarización, y participación en eventos para el segmento turismo de reuniones.	100%	Se determina un cumplimiento del 100% en la meta de seguimiento a los resultados del segmento de Turismo de Reuniones (MICE) para la vigencia 2025. El compromiso se valida con la ejecución y medición de la Rueda de Negocios RVMBO. La gestión del Equipo de Turismo de Reuniones cumplió con la entrega de los medios de verificación, incluyendo el análisis de percepción de los Fam Trips y la tabulación de encuestas.  <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1LaSIDvjq7NDm7mml_8cqMv-V11X32DY9Y?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1LaSIDvjq7NDm7mml_8cqMv-V11X32DY9Y?usp=sharing</a>
7	4. Evaluación de resultados	4-1. Seguimiento y evaluación del desempeño institucional	Mejorar la aplicación de la medición de las encuestas de satisfacción en los diferentes eventos de la Subdirección (compromiso de la revisión por la dirección).	100%	El compromiso orientado a mejorar la aplicación del análisis de las encuestas de satisfacción presenta un cumplimiento del 100%, habiéndose ejecutado la integración de los resultados de los segmentos Vacacional, MICE y la Red de Información Turística. La meta se consideró cumplida mediante la entrega formal del informe consolidado a la Subdirección de Planeación, el cual cuenta con las evidencias respectivas que soportan los resultados obtenidos en las actividades desarrolladas por la Subdirección de Mercado durante la vigencia 2025  <a href="https://docs.google.com/presentation/d/1aiTL0scwwTVIepQ0ku1ASIDx_umssx/edit?usp=sharing&amp;oid=103995774766210697814&amp;prof=true&amp;sl=true">https://docs.google.com/presentation/d/1aiTL0scwwTVIepQ0ku1ASIDx_umssx/edit?usp=sharing&amp;oid=103995774766210697814&amp;prof=true&amp;sl=true</a>
8	3. Gestión con valores para resultados	3-7. Gobierno digital	Implementar el seguimiento y análisis de métricas relacionadas con los datos publicados en los "mapas digitales" disponibles en el portal VisitBogotá, con el fin de monitorear su alcance e impacto	100%	Se determina un cumplimiento del 100% en la implementación del seguimiento y análisis de métricas para los mapas digitales del portal VisitBogotá. El compromiso se encuentra ejecutado y cuenta con las evidencias respectivas, consistentes en los pantallazos mensuales de análisis de métricas y la consolidación de 3.699 sesiones de usuario. Estos soportes técnicos validan el monitoreo del impacto y alcance de la información turística georreferenciada, soportando el cumplimiento de la meta dentro del cronograma establecido para la vigencia 2025  <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1EwFefqANL1bVg038-LxfmE4vcE?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1EwFefqANL1bVg038-LxfmE4vcE?usp=sharing</a>
9	3. Gestión con valores para resultados	3-7. Gobierno digital	Fortalecer la vinculación de empresarios al portal VisitBogotá – Conecta, con el fin de visibilizar la oferta de turismo de reuniones en la ciudad de Bogotá	100%	Se evidencia un cumplimiento del 100% en el fortalecimiento de la vinculación empresarial al portal VisitBogotá – Conecta. El compromiso se encuentra ejecutado y cuenta con las evidencias respectivas, consistentes en la base de datos de los 49 empresarios aprobados y el registro de correos electrónicos de notificación enviados tanto a los empresarios no aceptados como a aquellos pendientes por subsanar documentación. Estos soportes validan la gestión de la convocatoria y el cumplimiento de los criterios de transparencia y comunicación exigidos para la visibilización de la oferta de turismo de reuniones en la ciudad  <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1EodhezPaPK09f_zj11ZM7C1dFxy0m?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1EodhezPaPK09f_zj11ZM7C1dFxy0m?usp=sharing</a>
10	3. Gestión con valores para resultados	3-4. Servicio al ciudadano	Desarrollar jornadas de sensibilización dirigidas a los informadores turísticos que prestan servicio en la Red de Información Turística	100%	Se verifica un cumplimiento del 100% en el desarrollo de las jornadas de sensibilización dirigidas a los informadores turísticos. El compromiso se encuentra ejecutado y cuenta con las evidencias respectivas, consistentes en el acta de reunión y los listados de asistencia del día 14 de diciembre del 2025, alojados en el repositorio digital institucional. Estos soportes validan la realización de la jornada con los colaboradores de la Red de Información Turística  <a href="https://drive.google.com/drive/folders/1YMmOJ-3Xqt_0zIjpeQjpvHvBDvM0h">https://drive.google.com/drive/folders/1YMmOJ-3Xqt_0zIjpeQjpvHvBDvM0h</a>
11	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Documentar las buenas prácticas y lecciones aprendidas correspondientes al proceso	NA	No se evidencia que se hayan documentado buenas practicas y lecciones aprendidas correspondientes al proceso

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

Para la vigencia 2025, el proceso de Gestión de Mercado Turístico suscribió un total de 16 compromisos, de los cuales, 2 pertenecen a su plan estratégico Institucional, 3 compromisos a sus indicadores de Gestión y 11 a su plan de acción de MIPG, el nivel de cumplimiento se discrimina de la siguiente forma:

	PORCENTAJE DE EJECUCIÓN	PESO PORCENTUAL
PROMEDIO PLAN ESTRATÉGICO	100%	70%
PROMEDIO INDICADOR DE GESTION	99%	15%
PROMEDIO PLAN DE ACCIÓN MIPG	97%	15%

**PROMEDIO TOTAL DE EJECUCIÓN** **99%**

El nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción para la vigencia 2025 es de un 99% , con un criterio de cumplimiento "Cumplió"

En cuanto a la evaluación que realiza la Asesoría de Control Interno al Proceso , se observa lo siguiente:

- De los 16 compromisos, se evidencia que 13 cumplieron en un 100% y 1 con un porcentaje del 98%, y 1 del 65% por encima del 100%
- Se destaca una capacidad operativa , con ejecución continua, evidencias verificables y alineación con los objetivos estratégicos de posicionamiento turístico de Bogotá.
- En algunos indicadores (ej. actividades y eventos de promoción), aunque se alcanzó la meta anual, se evidencian desviaciones en la ejecución periódica, con ajustes concentrados en los últimos meses.
- El compromiso asociado al licenciamiento de la Marca Bogotá presenta un 65 % de avance, explicado de forma razonable por la dependencia de acuerdos jurídicos interinstitucionales.

**Observación:** La falta de seguimiento oportuno a las herramientas de medición impidió contar con registros y evidencias actualizadas, requiriendo que las evidencias se cargaran posterior a la fecha prevista

**RECOMENDACIONES DE MEJORAMIENTO**

Documentar las buenas prácticas, lecciones aprendidas y factores de éxito y fallas recurrentes

Fortalecer el seguimiento periódico de indicadores, evitando concentrar la ejecución en los últimos trimestres de la vigencia

Definir y documentar mecanismos de continuidad operativa que garanticen el cargue oportuno, validación y cierre de la información correspondiente a indicadores y metas con corte al 31 de diciembre ya que puede presentarse una interrupción temporal en la disponibilidad del recurso humano por la no renovación inmediata de los contratos. Lo anterior, con el fin de garantizar

Fecha: 30 de Enero del 2026

Elaboró: Alexander Villalobos, Profesional Contratista, Asesoría de Control Interno

Aprobó: Cesar Augusto Lugo Arana, Asesor Control Interno