

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.																							
PROCESO	04.-Promoción del Destino																							
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164																							
META DE PLAN DE	256-Atender 3.420 recorridos turísticos peatonales																							
META PROYECTO	003.-Realizar Recorridos turísticos peatonales																							
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>																							
ACTIVIDAD	Realizar recorridos temáticos																							
VARIABLES DE MEDICIÓN	Número de recorridos realizados																							
RESPONSABLE	Coordinación PIT																							
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Registro de planilla de asistencia a los recorridos																							
ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte										
PROG.		32	79	53									164											
EJEC.	15	20	57	44	5	9	8	8	8	7	8	0	189											
AVANCES	Durante el primer trimestre del año se realizaron los siguientes recorridos:			Por iniciativa de la Alcaldía Mayor de Bogotá se dio continuidad a los recorridos del Palacio del Liévano debido a la gran acogida de la que gozaron en diciembre de 2012, por esta razón durante el mes de mayo, se logró ofrecer nuevamente, los recorridos del Palacio Liévano, con lo que se espera generar una mayor participación por parte de visitantes y locales. Sin embargo no se tenían planeado el desarrollo de estos recorridos lo cual modifica la meta mensual programada inicialmente.			Se continúan realizando los recorridos del Palacio del Liévano con una gran participación por parte de visitantes y locales. Los recorridos han tenido tanta acogida que muchos grupos universitarios, de empresas, entidades distritales, entre otros, han buscado participar en ellos.			Se continúan con la realización de los recorridos dentro del Palacio Liévano.			Se continúan realizando los recorridos dentro del Palacio Liévano.			Se continúan realizando los recorridos dentro del Palacio Liévano.			Hasta éste mes se realizaron los recorridos dentro del Palacio Liévano, operados por los PIT.			Ninguno		
LOGROS Y RESULTADOS	Enero: 15 recorridos en el Palacio del Liévano, asistencia de 2.633 participantes. Febrero: 10 recorridos en Usaquén, asistencia de 51 participantes, 35 Nacionales y 16 Extranjeros. 10 recorridos en Centro Histórico, asistencia de 107 participantes, 74 Nacionales y 33 Extranjeros. En resumen tuvimos 158 participantes para la nueva oferta de los fines de semana del cual se espera que se incremente para el mes de marzo. Marzo: 10 recorridos en Usaquén, asistencia de 56 participantes, 35 Nacionales y 21 Extranjeros. 12 recorridos en Centro Histórico, asistencia de 59 participantes, 25 Nacionales y 34 Extranjeros. 11 recorridos de Naturaleza, asistencia de 31 participantes, 28 Nacionales y 3 Extranjeros. 24 recorridos de Semana Santa, asistencia de 393 participantes, 331 Nacionales y 62 Extranjeros. De enero a marzo se realizaron 92 recorridos temáticos en los cuales se atendieron 3.330 personas, así: • Visitantes Nacionales: 528 • Visitantes Extranjeros: 169 • Sin clasificar: 2.633			Durante el segundo trimestre del año se realizaron 58 recorridos: Abril 44 recorridos Nacionales: 483 Extranjeros: 38 Mayo 5 recorridos A finales del mes, se dio inicio a los recorridos del Palacio Liévano, programa que se realizará todos los viernes del año, en horario de 11:00am y 6:00pm. Se realizaron 5 recorridos, en los cuales se atendieron un total de 182 personas. Junio 9 recorridos Durante el mes se realizaron 9 recorridos, en los cuales se atendieron un total de 350 personas. En total del trimestre se atendieron: Nacionales: 483 Internacionales: 38 Sin clasificar: 532			En el mes de julio se realizaron 8 recorridos, los cuales contaron con la participación de 203 personas, caracterizados de la siguiente manera: Nacionales: 188 Internacionales: 15			En el mes de agosto se realizaron 8 recorridos, los cuales contaron con la participación de 100 personas, caracterizados de la siguiente manera: Nacionales: 75 Internacionales: 25			En el mes de septiembre se realizaron 8 recorridos, los cuales contaron con la participación de 103 personas, caracterizados de la siguiente manera: Nacionales: 97 Internacionales: 6			En el mes de octubre se realizaron 7 recorridos, los cuales contaron con la participación de 75 personas, caracterizados de la siguiente manera: Nacionales: 61 Internacionales: 14			En el mes de noviembre se realizaron 8 recorridos, los cuales contaron con la participación de 70 personas, caracterizados de la siguiente manera: Nacionales: 61 Internacionales: 9			Durante el año 2013, se realizaron 189 recorridos que corresponden a la ejecución del 115,2% del total programado. Como se explicó en el indicador anterior, esta cifra hace parte de la medición de cumplimiento de la meta anual de recorridos turísticos.		
RETRASOS Y DIFICULTADES				Se presentó retraso en el cumplimiento de la meta en abril debido a que la convocatoria no fue efectiva, se presentó falta de demanda en algunos de los recorridos ofrecidos ya que el sitio no era atractivo para los participantes e igualmente el horario no se ajustaba a la disponibilidad de las personas. Se realizó un análisis de la situación para no repetir los inconvenientes en los próximos recorridos.			Ninguna			La cancelación del recorrido del día 30 de Agosto, debido a las marchas y protestas en la Plaza de Bolívar.			Ninguno			Ninguno			Ninguno			Los retrasos se presentaron por deficiencia en la planeación de los recorridos, así como las marchas y los cierres presentados en la Plaza de Bolívar.		

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.																										
PROCESO	04.-Promoción del Destino																										
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164																										
META DE PLAN DE	257-Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística																										
META PROYECTO	004.-Atender Consultas En información turística																										
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>																										
ACTIVIDAD	Atención permanente en los PIT fijos, móvil, itinerantes																										
VARIABLES DE MEDICIÓN	Número de personas atendidas en los PIT																										
RESPONSABLE	Coordinación PIT																										
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Registro de consultas en el aplicativo diseñado por el observatorio turístico y registro en planilla de asistencia																										
ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte													
PROG.	21,000	17,000	21,000	20,000	21,000	24,500	21,000	23,500	21,000	19,000	18,000	23,000	250,000														
EJEC.	36,127	26,891	24,214	23,707	20,446	19,892		20,832	18,664	21,513	14,625	15,908	256,979														
AVANCES	El total de consultas de enero a marzo fue de 87.232, discriminado de la siguiente manera: Fijos 67.675 Itinerantes 14.755 Móvil 681 Eventos 4.121			El proyecto de Puntos de Información Turística durante su desarrollo, ha venido generando logros positivos para la ciudad como son: un mayor acercamiento del turista con el destino, apoyo a las entidades públicas, apropiación de los residentes por Bogotá, promoción de los eventos culturales, entre muchos más; convirtiéndose en la cara más amable del IDT ante los turistas y visitantes de la ciudad.			El proyecto de Puntos de Información Turística ha venido teniendo cambios positivos, los cuales poco a poco se ven reflejados en el aumento de las consultas. Los turistas y residentes cada vez más reconocen la importancia del objetivo que cumplen los Puntos de Información Turística.			Se realizó el último ajuste al proyecto del PIT Muelle Internacional, en el que se incluyó la instalación y ubicación de los elementos tecnológicos, que permitirá tener un PIT más			Esta en trámite la firma del contrato de Muelle Nacional, se espera que OPAIN envíe el contrato firmado los primeros días de octubre.			Las adecuaciones del PIT Muelle Internacional, están bastante avanzadas, lo que permitirá iniciar operaciones a mediados del mes de noviembre.			Entró en funcionamiento el PIT Muelle Internacional, y se está avanzando en las adecuaciones del PIT Muelle Nacional			Ninguno					
LOGROS Y RESULTADOS	El resultado anterior, se debe al aumento de flujo de turistas y al apoyo que desde los PIT fue brindado a diferentes eventos como: los recorridos temáticos del Palacio Liévano y la entrega de boletería para la Pista de Hielo que finalizó el 28 de febrero y el inicio de nuevos recorridos que salen del PIT Centro Histórico y a la visita de turistas por las vacaciones durante semana mayor, así mismo a la oferta cultural de la ciudad durante Semana Santa. En comparación con el mismo periodo del año anterior se presentó un aumento porcentual en las consultas por meses así: Enero 35,09% Febrero 5,88% Marzo 2,74%			El total de consultas de abril a junio fue de 64.045, discriminado de la siguiente manera: Fijos 49.043 Itinerantes 14.645 Eventos 357			El total de consultas en el mes de julio fue de 20.832 discriminado de la siguiente manera: Fijos 14.631 Itinerantes 5.548 Eventos 653			El total de consultas en el mes de agosto fue de 18.664, discriminado de la siguiente manera: Fijos 15.044 Itinerantes 3.555 Eventos 65			El total de consultas en el mes de septiembre fue de 21.513, discriminado de la siguiente manera: Fijos 16.962 Itinerantes 3.927 Eventos 624			El total de consultas en el mes de octubre fue de 14.160, discriminado de la siguiente manera: Fijos 11.912 Itinerantes 2.248			El total de consultas durante el mes de noviembre fue de 14.625, discriminado de la siguiente manera: Fijos 13.715 Itinerantes 910			El total de consultas durante el mes de diciembre fue de 15.908, pertenecientes a PIT Fijos. En total se realizaron 256.979 consultas, que corresponden a una ejecución del 102,8% del total programado como meta del año. Esta cifra es consecuencia en gran parte de la gestión realizada durante los primeros meses del mes, sin embargo con la apertura del muelle internacional en el mes de Noviembre, se observa un nuevo crecimiento en consultas.			102.8%		
RETRASOS Y DIFICULTADES	Los puntos de información turística virtuales se han venido posicionando en cada uno de los lugares en los que se encuentran ubicados, debido a que han sido implementados en sitios estratégicos de alto tráfico de turistas y residentes, buscando la captación de diferentes segmentos del mercado objetivo del IDT. Lo anterior, ha permitido un incremento considerable en las consultas con respecto al mismo periodo del año anterior. Tomando como base que el promedio del año 2012 es de 6.231 consultas, y tan sólo en el primer trimestre del 2013 es de 14.214, realizando el análisis, se puede observar un incremento del 56,16%. Igualmente, el aumento de los últimos meses, en el flujo de turistas nacionales y extranjeros que vienen a la ciudad, contribuye a la obtención de éstos resultados.			Los retrasos se deben a que aún no se encuentran en funcionamiento los PIT del Muelle Internacional y Nacional, que son puntos de gran afluencia de turistas. Se han presentados demoras en el montaje de los PIT debido a requerimientos adicionales de Opain, se espera que este proceso este finalizado en octubre para la reinauguración.			Los retrasos se han generado a causa del retraso en el funcionamiento de los PIT del Muelle Internacional y Nacional que son puntos de gran afluencia de turistas. Se han presentados demoras en el montaje de los PIT debido a requerimientos adicionales de Opain, se espera que este proceso este finalizado en octubre para la reinauguración.			Los retrasos se han generado a causa de la demora en el funcionamiento de los PIT del Muelle Internacional y Nacional, que son puntos de gran afluencia de turistas. Se han presentados demoras en el montaje de los PIT debido a requerimientos adicionales de Opain, se espera que este proceso este finalizado en octubre para la reinauguración. Al igual las marchas realizadas a fin de mes, obligaron a suspender el servicio durante esos días en el PIT Centro Histórico.			Ninguno			Los retrasos se deben al cierre de algunos puntos en la última semana de octubre, a razón de la participación de 4 informadores en el VI Encuentro Nacional de PIT.			Los retrasos se deben al cierre de algunos puntos itinerantes por la entrada en funcionamiento del Muelle Internacional.			Los retrasos generados en el año se deben principalmente a la demora que hubo en la adecuación de los PIT del aeropuerto, así como al cierre temporal de los informadores itinerantes, dentro de los que se destacan Zipaquirá y Monserrate, este último se debe a la construcción de un PIT Fijo por parte del FONTUR y que no hace parte de la Red de PIT del IDT.					

ESTADO		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte	
OBJETIVO ESTRATÉGICO		Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.														
PROCESO		04.-Promoción del Destino														
PROYECTO DE INVERSIÓN		740-164														
META DE PLAN DE		257-Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística														
META PROYECTO		004.-Atender Consultas En información turística														
TIPO DE RECURSOS		<Seleccione una opción>														
ACTIVIDAD		Realizar seguimiento a la operación de los PITs en todas sus modalidades														
VARIABLES DE MEDICIÓN		Número de PIT funcionando correctamente														
RESPONSABLE		Coordinación PIT														
MEDIO DE VERIFICACIÓN		Informes de seguimiento Coordinadores de zona														
PROG.		27	27	27	27	13	13	14	24	25	25	25	25	25	25	64.0%
EJEC.		27	26	28	17	15	14	14	14	14	14	16	11	16	16	64.0%
AVANCES		<p>Se continúa buscando quién patrocine los proyectos de PIT Virtuales con el fin de darle continuidad a ésta modalidad de PIT, que se ha convertido en un icono de promoción turística de la ciudad; para ello se está adelantando la suscripción de un convenio con FONTUR para adherir 3 PIT más a la Red Nacional.</p> <p>Debido a que se cuenta con recursos limitados para financiar la operación de los Puntos Virtuales, se planea realizar un convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor para el desarrollo en conjunto del software; y se buscara la cofinanciación del hardware mediante la presentación de un proyecto al Fontur.</p> <p>Debido a que se cuenta con recursos limitados para financiar la operación de los Puntos Virtuales, se planea realizar un convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor para el desarrollo en conjunto del software; y se buscara la cofinanciación del hardware mediante la presentación de un proyecto al Fontur.</p> <p>El proyecto de Puntos Virtuales, en convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor, se encuentra en etapa de ajuste de los estudios previos.</p> <p>Se viene adelantando negociación para la ubicación de un PIT fijo en el Centro Comercial Calima dada la buena gestión.</p> <p>Con la firma del Convenio 245 - 2013 suscrito con la ETB, se dió continuidad al proyecto PIT en todas sus modalidades</p> <p>Se está tramitando la firma del contrato del PIT en el Muelle Nacional.</p> <p>Se dió inicio a las obra de adecuación y montaje del PIT en el Muelle Internacional.</p> <p>Ninguno</p> <p>Se realizó la adecuación del PIT Muelle Nacional y se hizo un acercamiento con la gerencia del Centro Comercial Calima para la construcción de un PIT fijo.</p>														
LOGROS Y RESULTADOS		<p>Durante el primer trimestre del año los PIT presentaron un buen comportamiento en todas sus modalidades.</p> <p>Sin embargo en enero, dado que las consultas del PIT Avenida Chile durante el año anterior fueron de las más bajas se hizo necesario cerrar el PIT Fijo y cambiarlo por un itinerante en la misma zona; en febrero por motivos de cambios locativos y de la terminación del contrato de arrendamiento, se desmontó el Punto de Información Turística Muelle Internacional, pero en marzo se firmó el contrato del PIT Muelle Internacional, ubicado en la Terminal 2 del Nuevo Dorado, y se viene adelantando con Opain la aprobación de los diseños para la estructura y el montaje del local.</p> <p>Al término de este periodo continúa la operación de: 10 PIT fijos, 10 virtuales, 6 itinerantes, 1 Ciclovía y 1 Eventos.</p> <p>Está en diseño y negociación con Fontur, los proyectos de PIT Virtuales y PIT Móvil con el fin de darle continuidad a éstas modalidades de PIT, que se han convertido en un icono de promoción turística de la ciudad.</p> <p>El comportamiento de los Puntos de Información durante el tercer trimestre fue el siguiente: ABRIL 10 PIT fijos (Puente Aéreo, Muelle Nacional, Hacienda Santa Bárbara, Unicentro, Terminal Salitre, Terminal del Sur, Corferias, Centro Histórico, Kiosco de la Luz, Centro Internacional); 6 itinerantes; a partir de éste mes, ciclovía se fusiona con eventos, quedando sólo PIT. MAYO 10 PIT fijos (Puente Aéreo, Hacienda Santa Bárbara, Unicentro, Terminal Salitre, Terminal del Sur, Corferias, Centro Histórico, Kiosco de la Luz, Centro Internacional, Muelle Nacional) 5 itinerantes (Monserrate, Av. Chile, Candelaria, Usaqué y Zipaquirá) JUNIO 9 PIT fijos (Puente Aéreo, Hacienda Santa Bárbara, Unicentro, Terminal Salitre, Terminal del Sur, Corferias, Centro Histórico, Kiosco de la Luz, Centro Internacional) 5 itinerantes (Monserrate, Av. Chile, Candelaria, Usaqué y Zipaquirá)</p> <p>Los Puntos de Información, se encuentran clasificados de la siguiente manera: 9 PIT fijos Puente Aéreo Hacienda Santa Bárbara Unicentro Terminal Salitre Terminal del Sur Corferias Centro Histórico Kiosco de la Luz Centro Internacional 5 itinerantes Monserrate Av. Chile Candelaria Usaqué Zipaquirá</p> <p>Los Puntos de Información, que se encuentran en funcionamiento actualmente son: 9 PIT fijos Puente Aéreo Hacienda Santa Bárbara Unicentro Terminal Salitre Terminal del Sur Corferias Centro Histórico Kiosco de la Luz Centro Internacional Calima 5 PIT itinerantes Monserrate Av. Chile Candelaria Usaqué Zipaquirá</p> <p>Los Puntos de Información, que se encuentran en funcionamiento actualmente son: 9 PIT fijos Puente Aéreo Hacienda Santa Bárbara Unicentro Terminal Salitre Terminal del Sur Corferias Centro Histórico Kiosco de la Luz Centro Internacional Calima 5 PIT itinerantes Monserrate Av. Chile Candelaria Usaqué Zipaquirá</p> <p>Los Puntos de Información, que se encuentran en funcionamiento actualmente son: 11 PIT fijos Muelle Internacional Puente Aéreo Hacienda Santa Bárbara Unicentro Terminal Salitre Terminal del Sur Corferias Centro Histórico Kiosco de la Luz Centro Internacional Calima 5 PIT itinerantes Monserrate Av. Chile Candelaria Usaqué Zipaquirá</p> <p>Los Puntos de Información, que se encuentran en funcionamiento actualmente son: 11 PIT fijos Muelle Internacional Puente Aéreo Hacienda Santa Bárbara Unicentro Terminal Salitre Terminal del Sur Corferias Centro Histórico Kiosco de la Luz Centro Internacional Calima</p>														
RETRASOS Y DIFICULTADES		<p>Durante Abril el contrato de los PIT Virtuales celebrado con FONTUR, se terminó y no se hizo prórroga, por lo que hizo necesario retirar los pedestales de los lugares donde se encontraban ubicados. Actualmente se viene adelantando la gestión con el FONTUR para implementar pedestales nuevos.</p> <p>Durante el mes de mayo se hizo reducción en los Puntos de Información Turística en la modalidad de itinerantes, ya que representaba un alto costo para el proyecto y el nivel de consultas era bajo.</p> <p>En junio, aún no se cuenta con la presencia de los PIT Muelle Internacional y Nacional en el Aeropuerto Internacional El Dorado, el montaje ha sido dispendioso y demorado, sin embargo se espera que en julio se seleccione la empresa que realizará los montajes de acuerdo a las especificaciones de Opain y se radicarán los dos proyectos con miras a iniciar el montaje y reinaugar los puntos en octubre.</p> <p>Continuamos sin el funcionamiento de los PIT Muelle Internacional y Nacional en el Aeropuerto Internacional El Dorado, se espera realizar la reinauguración los puntos en octubre.</p> <p>Se continúa a la espera del inicio de las obras de adecuación y montaje de los PIT Muelle Internacional y Nacional en el Aeropuerto Internacional El Dorado.</p> <p>Se tiene prevista realizar la reinauguración los puntos en octubre.</p> <p>Se planea poner en funcionamiento 10 PIT Virtuales una vez inicie las actividades del convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor.</p> <p>No fue posible la suscripción del Convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor, para el funcionamiento de los PIT Virtuales, debido a que no se podía ejecutar el con los recursos de la vigencia. Sin embargo el proyectó quedó como prioritario para iniciarlo el próximo año.</p> <p>Se presentaron retrasos en la apertura de los PIT del aeropuerto, al igual como se informó en el mes anterior, no fue posible suscribir el convenio para el funcionamiento de los PIT Virtuales, este proceso se realizara el próximo año con la Alta Consejería para las Tics de la Alcaldía Mayor.</p> <p>En noviembre entró en funcionamiento el PIT del muelle internacional y Está pendiente la apertura del PIT Muelle Nacional para mediados de diciembre.</p> <p>Los retrasos en el año se deben a que no fue posible suscribir convenios o contratos para el funcionamiento de los PIT Virtuales, al igual que se tomó la decisión de cerrar temporalmente los itinerantes debido al poco personal con el que cuenta el proyecto.</p>														

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.														
PROCESO	04.-Promoción del Destino														
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164														
META DE PLAN DE	257-Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística														
META PROYECTO	004.-Atender Consultas En información turística														
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>														
ACTIVIDAD	Operación de los PITs virtuales														
VARIABLES DE MEDICIÓN	Número de click registrados														
RESPONSABLE	Coordinación PIT														
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Reporte de click														

ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte	
PROG.	6000	5000	7000	0	0	0	0	0	4000	6500	7000	9000	44,500	112.8%	
EJEC.	14606	13560	14477	7532	0	-	-	-	-	-	-	0	50,175		
AVANCES				El contrato de arrendamiento de los PIT Virtuales finalizaba el 7 de abril, sin embargo el proveedor obsequio 8 días adicionales, lo que genero un reporte de click en abril que no estaba contemplado. Se espera que en el mes de agosto se presente un proyecto ante Fontur para la financiación de los PIT Virtuales, tal como se describe en la anterior actividad.	Como se menciona en la anterior actividad se esta tramitando un proyecto con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor para el desarrollo en conjunto del software; y se buscara la cofinanciación del hardware mediante la presentación de un proyecto al Fontur.			Como se menciona en la anterior actividad se está tramitando un convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor para el desarrollo en conjunto del software y hardware del proyecto de Puntos Virtuales.			Ninguno				
LOGROS Y RESULTADOS	Los Puntos de Información Virtual presentaron un total de 42.643 clicks de consulta en este tercer trimestre. La temporada de Semana Santa, permitió un aumento en las consultas que se refleja en las cifras.			En abril los Puntos de Información Virtual presentaron un total de 7.532 clicks de consulta durante los días que estuvo en funcionamiento, teniendo mayor número de consultas los centros comerciales de Retiro, Plaza de las Américas y Ciudad Tunal.									Durante el año 2013, se recibieron 50.175 consultas virtuales, correspondientes a la ejecución del 112,8% del total programado. El proyecto de Puntos Virtuales se realizará a comienzos del 2014.		
RETRASOS Y DIFICULTADES				Ninguno						Como se menciona en la anterior actividad el trámite del convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor, para el desarrollo en conjunto del software y hardware del proyecto de Puntos Virtuales., se realizará a comienzos del 2014.			Como se menciona en la anterior actividad el trámite del convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor, para el desarrollo en conjunto del software y hardware del proyecto de Puntos Virtuales., se realizará a comienzos del 2014. El proyecto de Puntos Virtuales., se realizará a comienzos del 2014. Los retrasos en el año se deben a que no fue posible suscribir convenios o contratos para el funcionamiento de los PIT Virtuales.		

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.														
PROCESO	04.-Promoción del Destino														
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164														
META DE PLAN DE	257-Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística														
META PROYECTO	004.-Atender Consultas En información turística														
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>														
ACTIVIDAD	Realizar convenios, alianzas contratos publico privadas para la operación de los PIT														
VARIABLES DE MEDICIÓN	No. De convenios, alianzas o contatos suscritos para la operación de los PIT														
RESPONSABLE	Coordinación PIT														
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Convenios o contatos suscritos														

ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte	
PROG.			2			2	1	0	0	1		1	5	100.0%	
EJEC.			2				1						5		
AVANCES				En mayo se cerró el Pit Muelle Nacional, debido a la remodelación del mismo, durante junio se adelanto el proceso de negociación con Opain para el diseño y montaje del nuevo punto, se espera suscribir contrato de arrendamiento pronto.				Se viene adelantando el trámite de suscripción de un contrato de arrendamiento con Opain para el PIT Muelle Nacional.	Se viene adelantando el trámite de suscripción de un contrato de arrendamiento con Opain para el PIT Muelle Nacional.			Se defino realizar una adición y prorroga al convenio con la ETB No. 245-13, para lo cual se adelanto el tramite respectivo en el IDT, se diligencio el formato y se entregó a jurídica, la ETB tiene la adición en su poder para revisión.			
LOGROS Y RESULTADOS	En marzo se firmó el contrato del PIT Muelle Internacional, ubicado en la Terminal 2 del Nuevo Dorado. Se firmó un nuevo contrato con Avianca para darle continuidad al PIT Puente Aéreo y se viene negociando la prórroga por 2 meses del contrato del Muelle Nacional firmado con Opain.						Durante éste mes se venció el contrato de Unicentro, se realizó un otrosi por un termino de un año más, al contrato de Comodato con Unicentro.				Se suscribió el contrato de arrendamiento con OPAIN para el funcionamiento del PIT Muelle Nacional Ninguno				
RETRASOS Y DIFICULTADES				Se tenía planeado la celebración de los contratos de cesión de espacio con Hacienda Santa Barbara y Unicentro, sin embargo el proceso se retrasó de acuerdo con lo planeado, sin embargo los contratos se terminan en julio, por lo tanto ya se están adelantando las negociaciones respectivas con las áreas comerciales de estos sitios.			Ninguno						Ninguno		

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.														
PROCESO	04.-Promoción del Destino														
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164														
META DE PLAN DE	257-Atender 1 millón de consultas a través de los Puntos de Información Turística														
META PROYECTO	004.-Atender Consultas En información turística														
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>														
ACTIVIDAD	Realizar divulgación del aplicativo para Smartphones														07
VARIABLES DE MEDICIÓN	Numero de descargas mensuales acumuladas														
RESPONSABLE	María Cecilia Vives														
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Reporte del desarrollador														

ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte
PROG.	65.591	66.622	67.615	68.000	69.000	69.700	70.300	70.900	71.500	72.100	72.700	73.300	73.300	73,300
EJEC.	65.591	66.622	67.615	68.388	69.182	69.707	70.509	71.444		72.518	74.026	74.354	74,354	74,354
AVANCES							Esta aplicación móvil gratuita, ha presenta un crecimiento grandísimo en cuanto a numero de descargas, esto se debe a la promoción nacional e internacional que se le ha venido haciendo a la ciudad, es una herramienta util tanto para el ciudadano como para el turista y se debe seguir posicionando como una herramienta de la ciudad. se logro realizar una proroga de hosting hasta el mes de Enero del 2014 ya que se nevia el 31 de Julio del 2013.	El convenio con la Alta Consejería de las Tics de la Alcaldía Mayor para el desarrollo en conjunto del software y hardware del proyecto de Puntos Virtuales, incluye también el desarrollo de Software para la actualización y mejora del aplicativo digital para telefonos móviles.	La Secretaria de Desarrollo Económico tiene pendiente realizar una propuesta para la firma de este convenio, a la Dirección General.	La agencia que desarrollo este aplicativo presento un proyecto para la actualización sin ningun costo para el idt.			Ninguno	Ninguno
LOGROS Y RESULTADOS	Durante el primer trimestre del año el aplicativo presento un excelente comportamiento, Bogotá continúa a la vanguardia en Latinoamérica en materia de gestión turística y de promoción del destino, con su código BQ a través del cual se puede acceder de manera ágil y sencilla desde dispositivos BlackBerry o Iphone a toda la información de los atractivos de la ciudad. Las descargas realizadas fueron:			El total de Descargas del segundo trimestre suma 69.707 por aplicativo: Descargas IOS Abril 16.202 Mayo 16.606 Junio 16.851 Descargas BlackBerry Abril 52.186 Mayo 52.576 Junio 52.856			El total de Descargas en julio suman 69.773, por aplicativo así: Descargas IOS 17.244 Descargas BlackBerry 52.529 Adicionalmente se incluyen 736 descargas que en junio se dejaron de reportar, ya que cuando el proveedor envío la información aun no se terminaba el mes de junio.	El total de Descargas en agosto suman 71.444 por aplicativo así: Descargas IOS 17.851 Descargas BlackBerry 53.593	El total de Descargas en agosto suman 71.833 por aplicativo así: Descargas IOS: 18.005 Descargas BlackBerry: 53.828	El total de Descargas en octubre suman 72.518 por aplicativo así: Descargas IOS: 18.472 Descargas BlackBerry: 54.046	El total de Descargas en noviembre suman 74.026 por aplicativo así: Descargas IOS: 19038 Descargas BlackBerry: 54988	El total de Descargas en noviembre suman 74.026 por aplicativo así: Descargas IOS: 19213 Descargas BlackBerry: 55.141		101.4%
RETRASOS Y DIFICULTADES	Enero: 50719 Febrero: 51.256 Marzo: 51781			Desde el inicio de 2013 se tomo como factor de medición el valor acumulado de las descargas del aplicativo para Smartphones, luego el método de medición no corresponde a la variable establecida al arrancar la vigencia. Por ende se hace necesario ajustar la variable de medición a las realidades del seguimiento efectuado. Es preciso destacar que este tipo de medición me permite ver el crecimiento acumulado del acceso al servicio ofrecido a los residentes, visitantes y turistas.			Es necesario lograr una comercialización de este aplicativo para que se vuelva autosostenible y así lograr actualizaciones constantes con el fin de generar un mayor numero de usuarios diariamente.		En este mes se percibe un numero bajo en descargas esto se debe a la poca divulgación y a la falta de actualización de este aplicativo, es una necesidad de los apps que deben ir actualizándose casi que periódicamente.	Se sigue presentando un bajo número en descargas y esto se debe a la poca divulgación y a la falta de actualización de este aplicativo, es una necesidad de los apps que deben ir actualizándose casi que periódicamente. Para esto se esta estudiando la posibilidad de contratar una empresa en 2014 que haga una actualización al aplicativo.	Es evidente el bajo numero de descargas que se sigue presentando en esta aplicación, se debe aprovechar la oferta que hizo el desarrollador de este aplicativo y actualizar este aplicativo cuanto antes ya que lleva mas de dos años sin ningun tipo de actualización, y la recomendación es relaizar actualizaciones periódicamente.			

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.																							
PROCESO	04.-Promoción del Destino																							
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164																							
META DE PLAN DE	258-Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad																							
META PROYECTO	005.-Diseñar y ejecutar campañas De promoción turística																							
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>																							
ACTIVIDAD	Diseño, definición de estrategias a través de Agencia en casa de la Alcaldía y divulgación a través de la ETB											08												
VARIABLES DE MEDICIÓN	(No. De campañas implementadas / No. De campañas programadas)*100																							
RESPONSABLE	Ángela Guzman																							
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Información de la agencia de BTL/creativa sobre monitoreo de medios escritos, radiales, T.V, etc.																							
ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte										
PROG.										1			1											
EJEC.											1		1											
AVANCES	<p>El IDT continua la labor promocional bajo el marco de la campaña "Bogotá, Infinitas Posibilidades". Así se presentó la ciudad en la Vitrina Turística de Anato a través de la imagen del stand de Bogotá, sus piezas de comunicación y el nuevo video promocional. Por otra parte, ya se firmó el Acuerdo de Uso de la marca ciudad y se cuenta con el Manual de Uso de la misma.</p>			<p>El 28 de junio se realizó una reunión en la Alcaldía Mayor para revisar el plan de medios preliminar diseñado por la ETB. Acto seguido se envió la información complementaria ofrecida por el IDT a Johana Molano, ejecutiva de cuenta designada por esa entidad. Para el mes de julio se espera tener un Plan ajustado y el avance de las piezas que debe diseñar Agencia en Casa.</p>			<p>Se mantuvo comunicación via internet con Agencia en Casa y con la ETB reiterando las solicitudes de avanzar en diseño de piezas y en plan de medios respectivamente.</p>			<p>A comienzos de mes, en la Dirección el IDT se realizó reunión con Agencia en Casa para concretar y agilizar procesos pendientes; presentación de nueva ejecutiva de cuenta, Angelica Puentes; necesidad de producir piezas con la marca ciudad ya lanzada, lo cual gestionará Agencia en casa según listado que envíe el IDT; MF Cárdenas ofrece la posibilidad de producir en Canal Capital lo que se requiera de TV y audiovisual; se estudia propuesta de Hector Mora que presenta el IDT; Se revisaron las cuñas y fueron aprobadas; en los comerciales y vallas se incluirá la imagen de la marca ciudad. El 19 de septiembre se hizo una reunión para los licenciatarios de la marca, para presentarles la evolución de la misma.</p>			<p>Se realizaron reuniones de avance con Agencia en Casa y con la ETB; plan de medios IDT-Fontur, pauta para especial de El Tiempo sobre el aeropuerto, Plan de medios consolidado (se solicita el plan total con IVA). Se revisaron propuestas de vallas y se aprobaron unas ubicaciones. Agencia en Casa avanza en diseño de piezas para impresos y productos promocionales. Se avanza en diseño de los PITs de Aeropuerto con concepto de campaña y de marca ciudad.</p>			<p>Se ejecuta el Plan de Medios previsto, con las piezas ajustadas para la Campaña de Navidad: los comerciales y cuñas con el cierre "Ven a Bogotá en esta Navidad", avisos en las revistas de Avianca y Lan y participación en el programa Ruta de la Navidad, bajo la coordinación de Agencia en Casa de la alcaldía. Esta campaña incluye la divulgación a través de las paginas web del IDT y de la ruta de la navidad, los plegables promocionales y los recorridos al interior del Palacio Lievano. Por otra parte, se avanza en el diseño del stand que tendrá el IDT en la Vitrina de Anato 2014, considerando la necesidad de contar a tiempo con el mismo para divulgar la campaña <i>Infinitas Posibilidades</i> en la mencionada feria.</p>			<p>Se continua con la ejecución del Plan de Medios previsto, con el énfasis de Campaña de Navidad. El IDT apoyó el programa Ruta de la Navidad coordinado por la alcaldía. Se promocionó la información en la pagina web del IDT y se divulgó ampliamente a través de los PITs con plegables y material de la misma. Se aprobó el diseño del stand del IDT para la Vitrina de Anato 2014 y se esperan las especificaciones del mismo para contratar en enero su construcción.</p>			100.0%		
LOGROS Y RESULTADOS	<p>La Dirección del IDT adelanta reuniones con la Alcaldía con el fin de avanzar en el diseño del plan de medios de los proyectos de la entidad</p> <p>Se continua pendiente de las instrucciones de la Alcaldía acerca de la implementación de la marca ciudad. De igual manera, de las reuniones de plan de acción con la alcaldía, depende la definición del Plan de Medios de la entidad.</p>									<p>Se aprobó en Plan de Medios y también las primeras piezas: banners para digital y comerciales, con lo cual se inició la ejecución del mismo.</p> <p>El IDT adelanta acciones de promoción con base en la campaña Infinitas Posibilidades y en el uso de la marca ciudad ya evolucionada.</p>			<p>El IDT proyectó el plan de medios en la Campaña Bogotá Infinitas Posibilidades, como apoyo a la promoción de Bogotá como destino turístico, plan que tuvo una mayor visibilidad durante los últimos meses del año.</p>											
RETRASOS Y DIFICULTADES	<p>Persiste la lenta comunicación con el área de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor, siendo necesario contar con su respuesta a las solicitudes y el avance de los compromisos. Esta situación sigue retrasando la puesta en marcha de acciones publicitarias en la ejecución de las campañas.</p>			<p>No hubo respuesta concreta del área de Comunicaciones de la Alcaldía ni de la ETB, por lo que no se ve mayor avance en los compromisos. Por lo anterior en julio tampoco se iniciaron las acciones publicitarias de ejecución de las campañas.</p>			<p>Agencia en Casa envió al IDT los diseños propuestos para varias de las piezas, los cuales se devolvieron con observaciones. Al final del mes no se recibieron las piezas corregidas o ajustadas, por lo que no fue posible aprobarlas y, por lo tanto, tampoco se logró tener presencia en medios en agosto.</p>			<p>Debido a la demora por parte de la ETB en el proceso de inscripción de proveedores, no fue posible publicar el aviso en la revista LAN. Esto implica además la necesidad de ajustar el diseño para que tenga mensaje de Navidad para Nov y Dic. Además, la ETB no está en capacidad de contratar con proveedores que paguen en dólares, lo que impide la publicación en ciertos medios indicados por el IDT. Por otra parte, no se ha recibido el diseño de las vallas de parte de agencia en casa.</p>			<p>Las piezas publicitarias que se tienen en el Plan de Medios que se encuentra en ejecución, están siendo ajustadas con mensajes de navidad alineados con las actividades que tiene planeadas la Alcaldía Mayor para esta época del año, como parte de la campaña de navidad de 2013.</p>			<p>La Alcaldía adelantó su proyecto de Navidad con base en el tema del agua, con el atractivo de las espectaculares fuentes luminosas. Se realizaron reuniones de preparación y coordinación, pero el IDT no fue convocado, lo cual no permitió realizar una divulgación oportuna al sector turístico nacional e internacional.</p>								

OBJETIVO ESTRATÉGICO																					
Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.																					
PROCESO																					
04.-Promoción del Destino																					
PROYECTO DE INVERSIÓN																					
740-164																					
META DE PLAN DE																					
258-Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad																					
META PROYECTO																					
005.-Diseñar y ejecutar campañas De promoción turística																					
TIPO DE RECURSOS																					
<Seleccione una opción>																					
ACTIVIDAD																					
Incrementar la difusión de información turística y de la imagen institucional, mediante la distribución de piezas promocionales.																					
VARIABLES DE MEDICIÓN																					
(Número de piezas promocionales distribuidas/ Número de piezas promocionales programadas)*100																					
RESPONSABLE																					
Angela Guzmán - Ricardo Velandía - Coordinador PIT																					
MEDIO DE VERIFICACIÓN																					
Informe de consumo mensual entregado por el encargado de la bodega del IDT y encargado de entrega de material promocional por parte de Promocion. Coordinador de PIT envía consolidado de material distribuido en los diferentes PIT y responsable alianzas estrategicas.																					
ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte							
PROG.	11200	34800	48100	29200	36900	36500	38000	50000	53000	54500	35300	57500	485,000								
EJEC.	33151	38198	36161	41016	28095	9618	24831	17588	21035	23852	20524	14308	308,377								
AVANCES	Durante enero de 2013 se distribuyeron 20.728 unidades de material promocional de la ciudad por parte del IDT; y 12.423 piezas de material promocional a través de los PIT y proviene de atractivos, entidades, empresas o medios, así: ZONA A 970 Piezas de material promocional. ZONA B 10.720 Piezas de material promocional. ZONA C 733 Piezas de material promocional. TOTAL: 12.423			Dado que el cierre de untos de Información turística como el muelle nacional e internacional afectan la distribución de material promocional, se adelantan las gestiones pertinentes para el diseño y montaje de los puntos de información del aeropuerto, se ha visto afectada dicha gestión por varias solicitudes adicionales de Opain, se espera que en octubre inicie operación.			Invest in convocó al evento de presentación de la evolución de la marca ciudad para el día 3 de septiembre en la sede Chapinero de la CCB. Según lo acordado con la misma Alcaldía el evento tendrá un peso importante desde la Cámara como sector privado y estará dirigido a presentar la marca a los medios de comunicación y periodistas. El 30 de agosto el IDT recibe un mail de María Fernanda Cárdenas, directora de Agencia en Casa de la Alcaldía, mediante el cual indica al IDT que "ya puede hacer uso de la marca Bogotá en todas sus piezas".			Con la autorización de la Alcaldía Mayor para utilizar la marca ciudad y aplicarla a las diferentes piezas promocionales, el IDT adelanta la impresión de plegables generales en diferentes idiomas y el ajuste de piezas existentes. Con el apoyo de agencia en casa se logró la impresión de plegables en español, inglés, francés y japonés.			Tras reuniones con Agencia en Casa se acordó avanzar en el diseño de diferentes tipos de materiales y piezas promocionales. Ante la disponibilidad de ejecución a través de la ciudad: calendarios 2014, manillas, bolsas Distrital y Nacional, se definieron tipos de elementos y cantidades, con la aplicación de la marca ciudad.			Se realizaron reuniones de seguimiento con Agencia en Casa. Se avanza en el diseño de diferentes tipos de materiales y piezas promocionales, con la marca ciudad: calendarios 2014, manillas, bolsas Impermeables, entre otros. Algunas se encuentran en elaboración.			En diciembre se mantuvo contacto permanente con Agencia en Casa para concretar avance de la producción de piezas y material promocional. Se revisaron y aprobaron diseños y cantidades con el fin de agilizar la producción de : paraguas, tarjeteros, impermeables, bolsas, sombrillas, camisetas, manillas, libretas, tacos de papel, calendarios 2014, Agencia en casa informará las fechas de entrega. Este mes la Subdirección de Promoción entregó 9508 piezas de promoción turística como respuesta a solicitudes y para los PITs. Además, estos reportan 4750 piezas de material de terceros distribuidas, sobrepasando el material de la Ruta de la Navidad. En total, son 14.308 las piezas distribuidas.		
LOGROS Y RESULTADOS	Durante febrero de 2013 se distribuyeron 38.198 unidades de material promocional de la ciudad así: 19.348 por parte de la Subdirección de Promoción, atendiendo solicitudes recibidas y durante el evento Vitrina Turística de Anato. Además se distribuyeron 12.550 piezas de terceros (atractivos, eventos de ciudad, etc.) distribuidos también en la Vitrina de Anato y a través de los PITs del IDT, paralelamente, el siguiente material (6.300 unidades) fue entregado a través de los PIT y proviene de atractivos, entidades, empresas o medios así: ZONA A 1500 Piezas de material promocional. ZONA B 3440 Piezas de material promocional. ZONA C 1360 Piezas de material promocional. TOTAL: 6300			Durante ABRIL de 2013 se distribuyeron 35516 piezas de material promocional de la ciudad por parte de la Subdirección de Promocion en PIT y atendiendo solicitudes recibidas. Paralelamente, 5500 de material de terceros (atractivos, gremios turísticos y eventos de ciudad) se distribuyeron a través de los PITs. lo cual complementa la información turística y de ciudad que se brinda en los puntos. Así se completan 41016 piezas distribuidas. Durante MAYO de 2013 se distribuyeron 27.495 piezas de material promocional de la ciudad por parte de la Subdirección de Promoción en los PIT y atendiendo solicitudes recibidas. Los Pits reportan 600 piezas distribuidas del Museo nacional, para un total de 28.095 piezas de material distribuidas en el mes. Durante JUNIO de 2013 se distribuyeron 8.293 piezas de material promocional de la ciudad por parte de la Subdirección de Promoción en los PIT y atendiendo solicitudes recibidas. Los Pits reportan 1.325 piezas distribuidas de material de terceros, para un total de 9618 piezas de material distribuidas en el mes.			Durante JULIO de 2013 se distribuyeron 17.161 piezas de material promocional de la ciudad por parte de la Subdirección de Promoción atendiendo las diferentes solicitudes recibidas. Por su parte, los Pits reportan 7.670 piezas distribuidas de material de terceros, para un total de 24.831 piezas de material distribuidas en el mes. Se retomaron los contactos con algunos atractivos que han suministrado al IDT su material de información o promoción.			En septiembre de 2013 se distribuyeron 18480 piezas de material promocional de Bogotá por parte de la Subdirección de Promocion en PIT y atendiendo las diversas solicitudes recibidas. Paralelamente, 2555 piezas de material de terceros (atractivos, gremios turísticos y eventos de ciudad) distribuidas, como complemento de la información que se brinda en los puntos. Así se llega a la suma de 21035 piezas distribuidas.			En octubre de 2013 se distribuyeron 22616 piezas de promoción turística por parte de la Subdirección de Promocion en PIT y atendiendo las diversas solicitudes recibidas. Además los PITs reportan 1236 piezas de material de terceros (atractivos, gremios turísticos y eventos de ciudad) distribuidas, como complemento de la información que se brinda en los puntos. Así se llega a la suma de 23852 piezas distribuidas.			En Noviembre de 2013 se entregaron 18.111 piezas de promoción turística por parte de la Subdirección de Promocion, material digitado a los PIT y atendiendo las diversas solicitudes recibidas. Además los PITs reportan 2413 piezas de material de terceros (atractivos, gremios turísticos y eventos de ciudad) distribuidas, como complemento de la información que se brinda en los puntos. Así se llega a la suma de 20524 piezas distribuidas.			Durante el año 2013 el IDT distribuyó un total de 308.377 piezas de material promocional a través de los PITs, en los diferentes eventos nacionales e internacionales y como respuesta a las diversas solicitudes recibidas. En este sentido, la entidad continúa siendo una fuente muy importante de información turística y este apoyo es muy valorado en el sector y en otros espacios.		
RETRASOS Y DIFICULTADES	El comportamiento en la distribución de piezas de material promocional fue por debajo de lo previsto, debido a diversas razones. - Por instrucciones del Servicio Civil la entidad tenía suspendidos desde febrero los contratos de prestación de servicios, los cuales luego se suscribieron por 2 meses a partir de marzo; esto ocasionó dificultades administrativas y sobre todo, retrasos en la atención oportuna de las solicitudes de material, poco a poco se han ido atendiendo. - Hubo una disminución del material distribuido proveniente de terceros (gremios, atractivos, eventos de ciudad) lo cual no es manejable por el IDT, pues depende de la disponibilidad de ellos. Además, en febrero ya le habían remitido al IDT cantidades significativas para distribuir en la Vitrina de Anato, ante lo cual era previsible que no enviaran más durante el presente mes.			- Fin del convenio con FONATUR para los puntos de Centro Histórico, Muelle Nacional, Muelle Internacional y Puente Aéreo, en el cual se repartía material de país. La firma de un nuevo convenio está en desarrollo para los puntos de Centro Histórico, Centro Internacional, Kiosco de la Luz y Terminal del Sur. - A partir del 1 de Mayo, no se reparte material de prestadores de servicios turísticos como las caminatas ecológicas. - Se recibió muy poco material de museos y atractivos, a excepción de algunos del Museo Nacional. - Adicionalmente, se continúa a la espera de una decisión de la Alcaldía en el sentido de dar viabilidad al uso de la marca ciudad, la cual sería incluida en las piezas impresas del IDT. - El cierre de puntos disminuye la rotación del material.			Persisten las dificultades para avanzar en la adecuación de los PITs del Aeropuerto, lo cual sigue afectando la cifra de distribución de material promocional. El IDT continua sus gestiones ante Opain, en espera de poder trabajar en estos PITs. Ante el aplazamiento de las decisiones por parte de la Alcaldía del aeropuerto, aspecto que sigue afectando la cifra de distribución de material promocional.			La disminución del material de terceros distribuido en los PIT, se debe en gran parte, al alto contenido en publicidad de empresas privadas, con lo cual no se permitiría llevar a cabo el desarrollo del proyecto de comercialización que se viene adelantando en el IDT, en el que uno de los ítems relevantes es la venta de pauta publicitaria.			Continua una cifra menor en la distribución de material a través de los PITs, por tener menos puntos fijos y móviles al servicio. Se avanza en la construcción de los PITs del aeropuerto que se espera entren a operar a fin de año.			Continua una cifra menor en la distribución de material a través de los PITs, por tener menos puntos fijos y móviles al servicio. Se avanza en la construcción de los PITs del aeropuerto que se espera entren a operar a fin de año.			Se presenta un desfase de 176.623 unidades frente a la cantidad programada, situación que obedece a diferentes factores: por una parte la demora en la aprobación de la nueva imagen de la marca ciudad, ante lo cual se elaboraron mínimas cantidades de material durante un lapso cercano a los 8 meses; el cierre de algunos PITs durante casi todo el año, la aplicación de nuevos criterios para la distribución de material de terceros con la consecuente disminución en el recibo de piezas principalmente del sector privado. Por otra parte, una dificultad que persiste es la poca agilidad o inconvenientes que a veces presenta el procedimiento de solicitudes de material, desde su inicio a través de la página web, hasta la entrega por parte del Almacén del IDT.		

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.												
PROCESO	04.-Promoción del Destino												
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164												
META DE PLAN DE	258-Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad												
META PROYECTO	014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional												
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>												
ACTIVIDAD	Promoción de la Bogotá como destino turístico, realizando viajes de familiarización de agentes de viajes y/o periodistas.												
VARIABLES DE MEDICIÓN	(Número de viajes de familiarización de agentes de viajes y/o periodistas realizados en la ciudad / Número de viajes de familiarización de agentes de viajes y/o periodistas programados)*100												
RESPONSABLE	Lucia Naranjo - Juan José Lamar - María Cecilia Vives - Natalia Echavarría - Oficina asesora Comunicaciones												
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Reporte de de publicación de medios en el caso de Press Trip entregado por el medio de comunicación que asistió al evento o documentación fotográfica tomada por el IDT durante la realización del Fam Trip o el Press Trip.												

ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte
PROG.				6	2	3	1	1	2	1	1	1	18	
EJEC.	1	1	3	1	7	0	2	1	0	1	1	1	19	

AVANCES				El proyecto Discover Colombia 2013 consistió en la realización de un mega viaje de familiarización al que asistieron 60 personas provenientes de Estados Unidos, México, Brasil, Perú, Ecuador, Chile, Argentina, Uruguay y Australia. Fue un proyecto desarrollado en conjunto entre el IDT, Proexport y el grupo LATAM Airlines para la promoción turística de la ciudad y del país. Teniendo en cuenta que el proyecto implicó la llegada simultánea de mayoristas provenientes de los principales mercados objetivos del IDT, se decidió que los viajes de familiarización que están programados en el POA del área para el resto del año fueran cubiertos y ejecutados a través de esta actividad de gran escala, teniendo en cuenta el ahorro en costos y recursos que representaba para la	En razón a la cancelación del fam trip proveniente de Alemania y cuya realización se haría en Septiembre, se abre una opción para aliarnos estratégicamente con Proexport para un fam trip de agentes que vendrán a una rueda de negocios de Proexport programada para finales de Septiembre. La rueda de negocios no está confirmada por lo que debemos esperar a que nos informen las fechas en las que se llevaría a cabo.					El Fam trip proveniente de USA programado para el mes de Octubre fue realizado en el mes de Abril y el detalle de su ejecución está escrito en el reporte de ese mes. Adicionalmente en el mes de Mayo con el Megafam de LAN se cubrió también el fam trip de este mercado				
LOGROS Y RESULTADOS	1. Por solicitud de Invest in Bogotá a través del Oficial de Mercadeo de ciudad en el marco del evento denominado Ventana de la Danza, el IDT facilitó el guía bilingüe francés para 6 periodistas invitados el sábado 29 de enero de 2013. 2. Se realizo un Fam Trip con los operadores mayoristas internacionales que vinieron a participar en la macrorueda de Proexport. Las agendas incluyeron: Bogotá de Compras y Café, Bogotá de Sabores Bogotá, Café y Salsa (Tour de la cerveza), Ruta de la Fe en Bogotá, Bogotá Ciudad Histórica y Cultural donde se atendieron un total de 95 compradores internacionales. 3. Se realizó un Fam Trip con el Director de la Organización de Gestión de Destino de Cuzco Perú, de visita en la ciudad para sostener reuniones con directivos del IDT los días 13 y 14 de marzo. 4. Se apoyó la realización del Press Trip para 9 periodistas participantes en el Primer Festival Internacional de Música, Bogotá es Beethoven coordinado por el Teatro Mayor Julio Mario Santodomingo para el recorrido del jueves santo 28 de marzo			1. Fam Trip USA: en conjunto con el mayorista Voyage Colombia se realizó un viaje de familiarización con 8 agencias mayoristas provenientes de USA (principalmente de la ciudad de New York), el director regional de ventas de agencias de viajes de lujo de la cadena Sofitel y 1 representante de ventas de la aerolínea Delta Airlines. 2. Fam Trip España: Actividad realizada en conjunto con Panamericana de Viajes, ejecutado entre el 23 y el 25 de Mayo. 3. Fam Trip Perú Discover Colombia Lan/Proexport/IDT ejecutado entre el 23 y el 25 de Mayo. 4. Fam Trip México Discover Colombia Discover Colombia Lan/Proexport/IDT ejecutado entre el 23 y el 25 de Mayo. 5. Fam Trip Chile Discover Colombia Discover Colombia Lan/Proexport/IDT ejecutado entre el 23 y el 25 de Mayo. 6. Fam Trip Argentina Discover Colombia Discover Colombia Lan/Proexport/IDT ejecutado entre el 23 y el 25 de Mayo. 7. Fam Trip Ecuador Discover Colombia Discover Colombia Lan/Proexport/IDT ejecutado entre el 23 y el 25 de Mayo. 8. Fam Trip Venezuela Discover Colombia Discover Colombia Lan/Proexport/IDT ejecutado entre el 23 y el 25 de Mayo.	En julio se realizaron los siguientes Fam Trip: 1. Viaje de familiarización de periodistas con motivo del vuelo inaugural Interjet Ciudad de México - Bogotá - Ciudad de México. En conjunto con Proexport se atendió la visita de 7 periodistas provenientes de Ciudad de México quienes concieron de primera mano los principales atractivos turísticos de la ciudad y disfrutaron la oferta gastronómica en el restaurante Andres D.C. Adicionalmente se les realizó la presentación de destino y se les hizo entrega del material promocional de la ciudad. 2. Viaje de Familiarización de agencias de viajes y periodistas con motivo del vuelo inaugural de Avianca en la ruta San Juan de Puerto Rico - Bogotá - San Juan de Puerto Rico: Se atendió un total de 8 periodistas y 9 agentes de viajes provenientes de Puerto Rico a quienes se les realizó un recorrido por La Candelaria visitando lugares como La Plaza de Bolívar, el Museo del Oro, el Museo Botero y Monserrate. A estas personas se les hizo la presentación de destino y se les entregó material promocional de ciudad.	En Agosto se realizó el siguiente Fam Trip: 1. Viaje de Familiarización proveniente de Brasil: Este fam trip involucró a Maktours que es una agencia de viajes mayorista ubicada en la ciudad de Brasilia y a agencias de viajes minoristas también procedentes de la misma ciudad. El grupo realizó visitas al Museo del Oro, La Candelaria y Catedral de Sal de Zipaquirá. El día 14 de Agosto en las oficinas del operador turístico Panamericana de Viajes se realizó la presentación de Bogotá como destino turístico que incluyó la transmisión del nuevo video de promoción turística de la ciudad y la entrega de material promocional.	Es importante mencionar que el viaje de familiarización proveniente de México programado para el mes de Septiembre, fue realizado con anterioridad en el mes de mayo, a través del Mega Fam Trip que se hizo con la aerolínea LAN y Proexport. En cuanto al Fam Trip de Leticia, este esta sujeto al proyecto presentado por Promoción al Fontur, el cual se encuentra en estudio de viabilidad, se espera que en octubre se apruebe para iniciar las contrataciones para el desarrollo de las actividades.	En octubre se realizó el siguiente Fam Trip: 1. Se tramitó la solicitud para atender a 12 agentes de viajes de Brasil gestionando las cortesías de ingreso al Museo del Oro y Botero dentro del recorrido turístico por la ciudad que se llevó a cabo el miércoles 16 de octubre de 2013.	1. Fam Trip: Por solicitud de la Ofic. Comunicaciones de ANATO NAL. se apoyó la visita de un grupo de 15 empresarios de la hotelería y operadores de viajes de autorizaciones para realizar fotoreportajes de los principales atractivos turísticos de la ciudad entre los que se encontraron el Museo del Oro, Botero, Santa Clara, Capilla del Sagrario, Quinta de Bolívar y Monserrate entre otros. Dicha labor fue realizada entre el 16 y el 22 de diciembre de 2013.					105.6%
RETRASOS Y DIFICULTADES	5. Fam Trip Brasil: este viaje de familiarización se llevó a cabo entre el 25 y el 28 de febrero de 2013. Se trabajó en conjunto con el mayorista Gema Tours y el IDT se vinculó a través de las entradas de los invitados a la Catedral de Sal de Zipaquirá. Esta meta se supera en la programación dado que se presentó la solicitud de varias entidades nacionales e internacionales en el apoyo a las visitas a la ciudad, y se gestiono con los atractivos turísticos el acceso de estas personas, no se podía desaprovechar la presencia de tan importantes actores del turismo en la capital, para promocionarla.			El viaje de familiarización proveniente de España y programado para el mes de Julio, se llevó a cabo en el mes de Mayo en conjunto con el operador Panamericana de Viajes. Esta actividad se reportó en los indicadores del mes de mayo. El viaje de familiarización de agencias de viajes procedente de Alemania que se estaba gestionando para el mes de Septiembre, no se podrá llevar a cabo pues el mayorista aliado en ese país no logró contar con la disponibilidad de los invitados. En razón a esta situación y por solicitud del operador Promotora Neptuno experto en ese mercado, y quien era nuestro aliado estratégico en el proyecto, se decidió cancelar el fam trip y realizarlo en el año 2014. En el mes de Agosto el Subdirector de Promoción y Mercadeo informó a su equipo de trabajo que los recursos ejecutados a través del Consorcio Nacional de Medios se agotaron, lo cual significa que en adelante no se cuenta con recursos para realizar viajes de familiarización de los destinos internacionales, se espera que Fontur apruebe el proyecto que presentamos para realizar los Fam Trip Nacionales. Como se explicó en el POA del mes de Julio, el Fam Trip procedente de Alemania que se tenía programado inicialmente para el mes de Agosto y posteriormente reprogramado para el mes de Septiembre fue cancelado. Las razones de la cancelación ya se se enunciaron en el POA del mes pasado.	La rueda de negocios con empresarios alemanes que Proexport había anunciado para finales de Septiembre fue cancelada, por lo tanto no fue posible la realización de este fam trip. Hay que reprogramar el cronograma del plan de acción nacional con la aerolínea LAN Colombia para poder ejecutar este proyecto, ya que los cupos en la aerolínea dependen directamente de ellos y no del IDT por lo tanto se dificulta la realización de las actividades, las cuales se realizaron en el primer semestre del 2014.	Para este mes también estaba programado un Fam Trip de BGA actividad a desarrollar mediante el proyecto con Fontur, pero desafortunadamente y aunque el proyecto está aprobado, por falta de recursos en la BTL que era nuestra contrapartida, se reprogramo esta actividad para realizarse el próximo año. Fue practicamente imposible conseguir la autorización de tomas en la Capilla del Sagrario, pese a que se siguieron las indicaciones de enviar un oficio al Cura Párroco de la Catedral Mons. Jorge Ayala de quien depende este monumento religioso, ya que no respondió a nuestra solicitud.								

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.																
PROCESO	04.-Promoción del Destino																
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164																
META DE PLAN DE	258-Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad																
META PROYECTO	014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional																
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>																
ACTIVIDAD	Participación en eventos de promoción directa, workshops, capacitaciones																
VARIABLES DE MEDICIÓN	(Número de Workshop en los cuales el IDT organizo y/o participo / Número de Workshop programados)*100																
RESPONSABLE	Lucia Naranjo - Juan José Lamar - María Cecilia Vives - Natalia Echavarría																
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Informe de participación y/o Informe del evento suministrado por el encargado de eventos del IDT. Invitación de los entes turísticos a Nivel Nacional o internacional o planilla con firma de los participantes o material fotográfico alusivo al evento o planes turísticos publicados por los agentes de viajes participantes para vender Bogotá ó informe del asistente por parte del IDT.																

12

ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte
PROG.		1	0	0	1	1	1	2	2	2	0	0	10	
EJEC.		1		0	2	0	1	0	1		2		7	

ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte
AVANCES														
LOGROS Y RESULTADOS														70.0%
RETRASOS Y DIFICULTADES														

1. Colombia Travel Mart 2013: rueda de negocios que se realizó en el marco de la Vitrina Turística de Anato a la cual asistieron 282 compradores provenientes de 39 países de diferentes partes del mundo con el objetivo de conocer la oferta turística del país. El IDT atendió un promedio de 22 citas con agentes de nuestros mercados estratégicos.

En Mayo:
MISIÓN TURÍSTICA MIAMI!
 Se realizaron presentaciones del destino Bogotá en contactos personalizados con los agentes de viajes mayoristas, minoristas, promotores de turismo, medios de comunicación especializados entre otros empresarios de diversas ciudades de Estados Unidos. Se distribuyó el material promocional y se coordinó con Proexport lo referente a la logística para la presencia institucional en este evento Logros IDT:
 *Como resultado de la participación se logró interesar a varios agentes de empresas norteamericanas, para que incluyeran dos o tres noches en paquetes multidesfines, debido a la conectividad aérea por la ubicación estratégica de la ciudad como entrada al país y demás países de Suramérica.
 * Se les presentó la ciudad accesible por lo que programarán grupos de estos segmentos para venir a Bogotá.
 * Nos contactaron periodistas de varios medios de los Estados Unidos quienes estaban cubriendo la Macrorueda de negocios en el marco del primer año del Tratado de Libre Comercio TLC interesados en el Video de ciudad.
CAPACITACIÓN DE DESTINO A AGENCIAS DE VIAJES LIMA PERÚ
 Se realizaron capacitaciones personalizadas a los gerentes de marketing y responsables de producto en las mayoristas:
 • ATIPAX PERU (Segmento Vacacional)
 • DOMIRUTH (Segmentos Vacacional y Corporativo)
 • CARLSON WAGONLIT (Segmento Corporativo)
 • SOLANGE REPS (Segmento Vacacional)
 Logros IDT:
 *Se socializó y compartió el video de promoción de Bogotá y los videos por segmentos, los cuales serán utilizados por mayoristas para realizar presentaciones de destino.
 *Se logró identificar potencial de trabajo conjunto para la atracción de convenciones de empresas peruanas hacia Bogotá, ya que el destino cumple con los requisitos de cercanía y atracciones.

Workshop con agencias de viajes en Ecuador: 17 de julio de 8:30 a 10:30 a.m. con Agencias de viajes mayoristas y minoristas uno a uno con el fin de dar a conocer nuestra oferta turística y cultural, así como conocer las expectativas y sugerencias de los agentes minoristas de parte de los potenciales turistas y / o visitantes de estos países especialmente en el mejoramiento del producto turístico existente y en implementación.
 Activación en la casa del embajador: Residencia del Embajador de Colombia en Ecuador para celebrar el 20 Julio, en la embajada de Colombia en Ecuador ofreció un Coctel dirigido a clientes finales tales como; Alto Gobierno Ecuatoriano, Ministerios, Cuerpo Diplomático, Cuerpo Consular, Empresarios Ecuatorianos, Gremios, Cámaras, Agencias Mayoristas, Aerolíneas, Agentes de Viajes y medios de comunicación, donde la ciudad de Bogotá tuvo presencia con unas activaciones en la cual un chef, un golfista y una compradora compulsiva con un vestuario representativo (golf, gastronomía, compras) llamando la atención entre los invitados por su caracterización y maquillaje andresiano. Los personajes abordaban a los invitados dando a conocer cada uno de los atractivos, de una manera casual e informativa, cargaron un dispositivo de Video Realidad Aumentada, podrían ver y escuchar el video musical de Bogotá Infinitas Posibilidades y al final se les entregó a cada invitado un Porta Tarjetas

No se presentan logros y resultados por las cancelaciones de los eventos programados ajenas a la voluntad del IDT que se enuncian en la columna de retrasos y dificultades.

CAPACITACIÓN DE DESTINO A AGENCIAS DE VIAJES SAO PAULO-BRASIL
 Se sostuvieron citas con los mayoristas principales de Brasil como los son Nacimiento- Silvia Maria Paes Leme y Mayorista Sanchat Tour Operadora- Roberto Silva, como CVC, MGM, FLYTOUR, FLOT Operadora Turística, Calcos, ADV TOUR.
 Se compartió y se entregó el video y las fotografías de Bogotá así como una presentación general de destino en portugués.

Es importante mencionar que las capacitaciones de agencias de viajes que se tenían programadas en Perú para el mes de Octubre se realizaron en el mes de Mayo, aprovechando el viaje de uno de los miembros de la Subdirección de Promoción y Mercado a la Feria SIT 2013 realizada en la ciudad de Lima y con el objeto de optimizar el uso de los recursos. El detalle de actividades está escrito en la información correspondiente al mes de Mayo/2013

1. Capacitación de Destino: El IDT en colaboración con Proexport Colombia programó algunas actividades de promoción para un grupo de 12 agentes de viajes y 6 periodistas invitados por American Airlines a participar del vuelo inaugural Dallas Fort Worth – Bogotá el cual tiene frecuencia diaria conectando el Destino Bogotá con el mercado norteamericano y de muchas otras partes del mundo que desde ahora pueden enlazarnos.
 Se capacitó a este grupo de 20 pax con la presentación del destino Bogotá que se llevó a cabo en el hotel EK de la cadena Germán Morales, el viernes 22 de noviembre de 2013.
 2. Se realizó presentación de destino del IDT el día 29 de Noviembre, a representantes de FONTUR, Proexport, Anato Receptivo, Catelco Bogotá, Ministerio de Comercio Industria y Turismo y el CBI de Holanda (agencia de cooperación), dentro del proyecto de cooperación que este organismo tiene con Proexport y que busca definir un set de productos turísticos de Bogotá para su promoción prioritaria internacional.

En mayo se realizó una actividad que inicialmente no estaba programada, ya que Proexport reprogramó el cronograma de participación en Workshop, por lo tanto se compenso la actividad que no se realizo en junio.
 Las capacitaciones de destino realizadas a las agencias del Perú estaban programadas inicialmente en el POA para Octubre, sin embargo, para optimizar los recursos se tomo la decisión de hacerlas en mayo aprovechando el viaje de un funcionario a la Feria de Turismo SIT Lima, por consiguiente en octubre no se realizara.

Ninguno

Las capacitaciones de destino a agencias de viajes mexicanas y de Estados Unidos que se realizarían durante las semanas de Colombia en México y USA no se pudieron llevar a cabo por que Proexport cancelo el evento en USA y reprogramó para el mes de Octubre el evento en México.
 Para este mes estaba programado la participación en el Workshop de Falabella, por temas de recursos en la BTL no pudimos realizar la participación que se había programado a principio de año. Para el mercado chileno que es un mercado prioritario es importante la presencia del Idt en estas actividades ya que son actividades de mantenimiento que se deben realizar por lo menos una vez al año.
 No se asistió a la totalidad de Ferias y/o eventos programados, debido a la restricción presupuestal que se dio en esta vigencia y en algunos casos los organizadores cancelaron los eventos.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.													
PROCESO	04.-Promoción del Destino													
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164													
META DE PLAN DE	258-Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad													
META PROYECTO	014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional													
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>													
ACTIVIDAD	Apoyo en la realización de eventos en la ciudad, acompañando eventos que atraigan turistas a la ciudad.													
VARIABLES DE MEDICIÓN	Número de eventos a los cuales el IDT acompañó / Número de eventos a los cuales el IDT programo acompañar)*100													
RESPONSABLE	Lucía Naranjo - Juan José Lamar - María Cecilia Vives - Natalia Echavarría - Coordinador PIT													
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Reporte del servicio turístico prestado por la Empresa BTL Reporte de los eventos acompañados desde los PIT													

13

ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte
PROG.		1	1					1		1			4	
EJEC.	1	2			6		3	4	4	2	3	2	27	
AVANCES	Desde los PIT, se realizó acompañamiento a 2 eventos.													
LOGROS Y RESULTADOS	<p>1. Por solicitud de la Alcaldía Mayor de Bogotá y en asociación con el Ministerio del Interior y su oficina de asuntos indígenas, se apoyó la realización del Encuentro Internacional Indígena "Una oración por la Paz y la Vida" que se llevó a cabo en Bogotá región del 3 al 14 de enero de 2013.</p> <p>2. Se acompañó el evento organizado por el Ministerio de Justicia para la promoción del país y en especial de Bogotá para el evento "IBA Arbitration Day". Se realizó en la Cámara de Comercio de Bogotá Salitre en el cual se ubicó la estructura promocional con un informador quien hizo la entrega del material promocional masivo (600 en inglés y español) para los asistentes al seminario del viernes 22 de febrero en la CCB; de igual forma los kits para invitados VIP representadas y países.</p> <p>3. Por solicitud de la oficina Marca Colombia se apoyó el evento de Golf Colombia Championship que se realizó en el Country Club de Bogotá del 26 de febrero al 3 de marzo de 2013, donde se ubicó un informador bilingüe con suficiente material promocional para cerca de 500 asistentes nacionales e internacionales; al igual que los transfer con presentación de video entre el aeropuerto hotel aeropuerto.</p> <p>En marzo pese a haber coordinado desde el mes de febrero el acompañamiento del evento de la institución de educación Superior de la Cámara de Comercio de Bogotá UNIEMPRESARIAL, por solicitud de Invest in Bogotá que tendría lugar el 13 de marzo, fue cancelado en el último momento por la organizadora del mismo Nidia Olanda Barrera de la Dirección Académica de dicha Universidad.</p>													
RETRASOS Y DIFICULTADES	<p>Dado que no se conoce el cronograma de eventos de las diferentes entidades, no se programa con precisión el acompañamiento a eventos, sin embargo se realiza el apoyo ya que es un público objetivo para promocionar a Bogotá como destino turístico y se aprovecha la oportunidad para presentar el destino. Se está adelantando gestiones con las entidades para conocer con antelación los cronogramas de actividades.</p> <p>Ninguno</p>													

675.0%

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.														
PROCESO	04.-Promoción del Destino														
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164														
META DE PLAN DE	258-Diseñar y ejecutar 6 campañas promocionales de ciudad														
META PROYECTO	014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional														
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>														
ACTIVIDAD	Activaciones en vuelos Nacionales para la Promoción de Ciudad														
VARIABLES DE MEDICIÓN	Número de activaciones realizadas														
RESPONSABLE	María Cecilia Vives														
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Reporte de la descripción de la actividad, con las respectivas fotografías de la activación.														
ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte	
PROG.							1	1	1	1	1	1	6		
EJEC.							0						0		
AVANCES				Esta actividad se pretende realizar en el plan de acción nacional proyecto que se presentó en Fontour en el mes de Marzo y aun no tenemos respuesta por parte de Fontour.											
LOGROS Y RESULTADOS															
RETRASOS Y DIFICULTADES				<p>Se presenta un retraso en esta meta ya que no contamos con recursos suficientes para financiar las activaciones, por lo que se presentó ante Fontour un proyecto y aun estamos a la espera de la aprobación de estos recursos para su ejecución.</p> <p>En lo que respecta al proyecto "Plan nacional de promoción turística de Bogotá en el marco de la campaña Bogotá Infinitas Posibilidades", el manual para la presentación de proyectos y destinación de recursos establece requisitos mínimos requeridos para la presentación de proyectos, para el caso de las entidades territoriales uno de estos es haber suscrito un convenio de competitividad turística o estar el mismo en proceso de elaboración, en el caso del IDT el convenio que se tenía expiro el 10 de enero de 2013, por lo cual se inicio el proceso para la firma del nuevo convenio con una reunión entre gremios, el Viceministerio de Comercio, Industria y Turismo y el IDT. Con esta actividad se espera que el proyecto presentado en mese anteriores al Fontour continúe el proceso y sea aprobado.</p> <p>Esta meta esta sujeta al proyecto presentado por Promoción al Fontour, el cual se encuentra en estudio de viabilidad, se espera que en octubre se apruebe para iniciar las contrataciones para el desarrollo de las actividades.</p> <p>El proyecto de Fontour fue aprobado, pero por falta de recursos en la BTL se reprogramo esta actividad para realizarse el próximo año.</p> <p>Por falta de recursos en la BTL se reprogramo esta actividad para realizarse el próximo año.</p>											
														0.0%	

OBJETIVO ESTRATÉGICO	Aumentar el flujo de turistas hacia Bogotá, con el fin de impactar positivamente en el desarrollo económico y social de la ciudad.																				
PROCESO	04.-Promoción del Destino																				
PROYECTO DE INVERSIÓN	740-164																				
META DE PLAN DE	259-Captar 120 eventos con categoría ICCA																				
META PROYECTO	006.-Captar eventos con categoría ICCA																				
TIPO DE RECURSOS	<Seleccione una opción>																				
ACTIVIDAD	Captar para la ciudad eventos con categoría ICCA, que atraigan turistas.													15							
VARIABLES DE MEDICIÓN	No. De eventos captados / No. De eventos programados																				
RESPONSABLE	Natalia Echavarría																				
MEDIO DE VERIFICACIÓN	Informe presentado por el Buró de Convenciones.																				
ESTADO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	% de Ejecución periodo de reporte							
PROG.								1	1	1		1	6								
EJEC.								0			2	6	6								
AVANCES	<p>La directora ejecutiva del Buró de convenciones de Bogotá se reunió con el Director del IDT, para discutir el término del convenio 2013. Posteriormente se recibió la propuesta escrita para el convenio por parte del Buró, la cual se encuentra en revisión por parte de la Subdirección de Promoción y Mercadeo.</p> <p>La Subdirección de Promoción y Mercadeo revisó la propuesta encontrando que se puede mejorar varios aspectos de la misma, con el objetivo de tener un mayor control de los recursos y una medición a los resultados del convenio.</p> <p>Con el fin de estructurar la contrapropuesta del IDT se programó una reunión con la oficina de Planeación con quien se elaboró la contrapropuesta para el Buró, la cual fue enviada el día 20 de junio, a la fecha el Buró no ha dado respuesta; se espera que la nueva propuesta sea aceptada para iniciar el proceso precontractual del convenio de asociación en julio de 2013.</p> <p>Se planea llevar a cabo la primera reunión con el Buró en abril para discutir los términos y condiciones del nuevo convenio para la captación de eventos en el 2013.</p>			<p>En el mes de julio se recibió la contrapropuesta del Buró, en conjunto con el subdirector de promoción y mercadeo se definió que los recursos serán entregados en 2 pagos, así mismo se solicitó al buró los documentos necesarios para el inicio de la etapa contractual, una vez recibidos los documentos se inició la elaboración del respectivo anexo técnico, proceso que está en stand by por instrucciones del subdirector toda vez que la persona delegada para esta actividad cumple también funciones relacionadas con el manejo de agencias y para la fecha tenía prioridad dejar al día el tema de ingreso al almacén de los elementos de consumo que durante los últimos 6 meses se han adquirido a través de la agencia BTL.</p> <p>El proceso precontractual para el convenio de asociación con el Buró ya tiene CDP y Estudios Previos, los cuales se encuentran en el área de jurídica para revisión.</p>			<p>El área jurídica regresa el anexo técnico con observaciones y con la solicitud de algunos documentos adicionales, la subdirección realiza dichos ajustes y envía nuevamente a jurídica los anexos técnicos, a la espera de que nos confirmen si están ok para hacer el envío a la secretaria de desarrollo económico y obtener el visto bueno y la elaboración de la resolución que da el ok para poder proceder a la elaboración de minuta, así mismo se determina que el plazo será de 4 meses.</p>			<p>Se realizó reunión con el asesor jurídico de la secretaria de desarrollo económico quien solicitó ajustes al anexo técnico, una vez realizados los ajustes se remitió nuevamente obteniendo por parte de la secretaria la respectiva resolución que autoriza el convenio con el Buró para la captación de eventos.</p> <p>Se realizó reunión del comité técnico el día 13 de noviembre, en donde el Buró de Convenciones entregó el primer informe de avance del convenio con los eventos a captar y el informe relacionado con los eventos realizados en el año 2013.</p>			<p>Se realizó comité técnico en el mes de Diciembre, donde el Buró confirmó que tenía a constancia de la captación de los 6 eventos para la ciudad de Bogotá. Así mismo se contempla la posibilidad de realizar una adición y prórroga al contrato a fin lograr captar para la ciudad 4 eventos mas en el marco del presente contrato.</p>							100.0%	
LOGROS Y RESULTADOS										<p>Se realiza minuta del convenio por parte de la oficina jurídica del IDT y se legaliza dicho convenio con la firma del acta de inicio el día 30 de octubre, se programa reunión para el primer comité el día 13 de noviembre.</p>			<p>Se recibió por parte del Buró la certificación de los 6 eventos captados así como sus respectivos soportes. Así mismo se tramitó el pago de los 50 millones de pesos representados en 2 facturas de 25 millones cada una, se está pendiente de ejecución los 10 millones en especie representado en material promocional.</p>								
RETRASOS Y DIFICULTADES							<p>Debido a los inconvenientes reportados en julio no se logró firmar el convenio a tiempo para reportar actividades en agosto, se planea firmar el convenio en septiembre e iniciar el desarrollo de las actividades.</p>			<p>Finalizado el mes aun no se envía a la Secretaria de Desarrollo económico los anexos técnicos del convenio de asociación, razón por la cual no se reportaron actividades en el mes de septiembre.</p>			<p>No se reporta actividad toda vez que el convenio se firma y legaliza solo hasta el 30 de octubre fecha para la cual ya no era posible ejecutar las acciones que permitieran el cumplimiento de lo programado para este mes</p>			<p>No se reporto ninguna actividad toda vez que el Buró manifestó que se encuentra adelantado las labores necesarias para entregar en el mes de diciembre, el reporte de los 6 eventos captados durante el mes de noviembre y diciembre, informe que se presentará junto con la facturación del mes de diciembre.</p>					