PLAN DE GESTIÓN 2020 - II SEMESTRE INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

Proceso SIG: 05.-Promoción y mercadeo turístico de ciudad

Dependencia: Subdirección de Promoción y Mercadeo

			PROGRAMACION						EJECUCION						
OBJETIVO ESTRATÉGICO	DIMENSIÓN MIPG	POLÍTICA MIPG	Iniciativa	Descripción de la iniciativa	Fecha Inicio dd/mm/aaaa	Fecha Fin dd/mm/aaaa	Entregable	Responsable(s) de la actividad	Fecha Fin dd/mm/aa	Evidencias del entregable	Medio de verificación	Descripción de los resultados de la gestión	Descripción de retrasos o impactos negativos y acciones tomadas para prevenir su repetición	DIAS DE VENCIMIENTO DE LA INICIATIVA	
8. Robustecer la infraestructura organizacional, física, tecnológica y operativa del IDT, para el desarrollo armónico de los procesos, logrando una gestión más efectiva y transparente para el turismo.	3. Gestión con valores para resultados	3-6. Racionalización de trámites	Fortalecimiento del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG	Identificar Otros Procedimientos Administrativos - OPAs desde los procesos misionales del IDT.	01-10-2020	31-12-2020	Ficha de identificación	Líder Operativo SPM	31-12-2020	Acta identificación Opas	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	Reunión con la Oficina Asesora de Planeación para la identificación de OPA's, se programará una reunión con los profesionales de la Subdirección para realizar la identificación.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
8. Robustecer la infraestructura organizacional, física, tecnológica y operativa del IDT, para el desarrollo armónico de los procesos, logrando una gestión más efectiva y transparente para el turismo.	3. Gestión con valores para resultados	3-3. Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	Fortalecimiento del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG	Actualizar la documentación del proceso de Promoción y Mercadeo Turístico de Ciudad, segun los nuevos lineamientos y programas	01//08/2020	31-12-2020	Documentos asociados al proceso actualizados	Líder Operativo SPM	31-12-2020	Documentos elaborados y actualizados	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	Propuesta de nuevas Tablas de retención documental del proceso de Promocion y Mercadeo Turístico de Ciudad. Avance en el proceso de valoración de la TRD Identificación del producto diseño de material promocional Actualización de la fichas de planificación del producto o servicio no conforme Creación PMT-P08 Procedimiento para autorizar el uso de la marca Bogotá Vinculación de los formato externos: Anexo 2 Solicitud de autorización de uso de la marca Anexo 3: Autorización uso de la marca	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
1. Generar mayores canales de información, servicios institucionales eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la entidad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Reestructuración y actualización de la pagina web Bogotadc.travel y el app.	Crear un portal único para la promoción de ciudad y reestructurar del app bogotadc, acorde a los lineamientos y retos del plan de desarrollo	01-07-2020	31-12-2020	Informes del proceso de restructuración y actualización	Diana Carranza	31-12-2020	Pagina Web: www.bogotadc.travel	Pagina Web: www.bogotadc.travel	Se han realizado las siguientes acciones: - Desarrollo de estructura de la pagina web - Desarrollo de estructura de navegacion de la pagina web - Diseño de wireframes Fase I - Diseño de la pagina web fase I - Desarrollo de contenidos Fase I - Lanzamiento de la pagina web de la Fase I el 30 de octubre en el jardín botanico de Bogotá con la asistencia de medios de comunicación y gremios. - Avance en el desarrollo estructural de la Fase II - desarrollo de wireframes de la Fase II	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
1. Generar mayores canales de información, servicios institucionales eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la entidad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Creación de plan de cuentas y fortalecimiento de canales de distribución.	A través del trabajo articulado con los operadores y agencias de viajes, el IDT consolida un plan de cuentas donde se identifique para cada mercado posibles aliados con los cuales trabajar la oferta de ciudad, cada uno de estos aliados que presenta como oferta y en qué destinos objetivos.	01-07-2020	31-12-2020	Plan de cuentas	Natalia Echavarría Erin Martínez	31-12-2020	Excel con datos empresarios de mercados objetivos	Drive-excel: https://drive.google.com/file/d/1IfSnOtAILcX6swpvKl_SlSC_f4G2Ckel/view?usp=sharing	Por primera vez contar con una identificacion de empresarios por mercados, en esta matriz de cuentas se han incluido los datos de los operadores asistentes a los fam trip.	El trabajo se realiza de manera manual seria mas eficiente y productivo tener un sistema automatizado	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
1. Generar mayores canales de información, servicios institucionales eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la entidad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Articulación con el Greater Bogotá Convention Bureau - GBCB.	Colaboración y cooperación con el GBCB para captación de eventos.	01-07-2020	31-12-2020		Paola Piza-Andrea Corrales- Daniela Jiménez	31-12-2020	Documentos elaborados	Carpeta soporte con evidencias	El IDT parte del equipo de ciudad para la captación de eventos. Doce (12) leads de candidaturas de Bogotá en articulación con el Bureau de Convenciones de Bogotá: Annual Convention of the Society of American Travel Writers - SATW 2022 (Bogotá en lista corta); Adventure Travel World Summit 2023 – ATWS ; Cineposium – AFCI; Encuentro de la Asociación de Planetarios de América del Sur – APAS 2023; Tony Robbins Platinum Adventure 2021; 2021 Roundtable on Philanthropy for United Way Worldwide; International Slow Pitch Softball - Tournament 2021; International Parkinson and Movement Disorder Society (MDS) 2023; World Congress of Nephrology 2024 – WCN- (aceptación de Bogotá presentar licitación); World Franchise Council -WFC- Biennial Meeting 2022; World Physiotherapy Congress 2025; Congreso Nacional de Medicina del Sueño 2021. Coordinó las participaciones en ferias especializadas de la industria MICE: FIEXPO Virtual 2020 e IBTM Virtual 2020: preparativos de participación en cada feria, organización de discursos de venta y presentaciones de Bogotá como destino de Reuniones & Eventos para ferias.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
1. Generar mayores canales de información, servicios institucionales eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la entidad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Generación de alianzas con actores del sector turismo con el fin informar a través de puntos de información virtuales las actividades de interés turístico.	Desarrollo de relacionamiento ocn centros comerciales, hoteles, etc., para la generación de alianzas.	01-07-2020	31-12-2020		Paola Piza-Andrea Corrales- Daniela Jiménez	31-12-2020	Asistencia de reuniones	Carpeta compartida de promoción 2020	Se han realizado reuniones con los siguientes hoteles para generar alianzas: Four Seasons, German Morales e hijos - EK, Grand Hyatt, Hyatt Place, Cadena Hllton, Corferias y Hilton Bogotá, Cadena Marriott - Bogotá Marriott y JW Marriott. Memorandos de entendimiento a realizar, canje en habitaciones, grabaciones en sus instalaciones, pedestales en recepción, tarifas especiales para eventos del IDT. También se obtuvo para el press trrip de MICE cortesias de estas negociaciones por un monto de 7 millones de pesos, entre cenas, almouerzos, experiencias, salones, entradas, etc.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
1. Generar mayores canales de información, servicios institucionales eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la entidad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Liderar mesas de reactivación económica para los actores del sector turismo.	Desarrollo de mesas de reactivación económica en coordinación con los gremios y actores del sector turismo y diferentes entidades del distrito, para diseñar y ejecutar planes de reapertura organizada para los sectores: hoteles, agencias de viaje, aerolíneas, transporte terrestre, parques temáticos, restaurantes y gastrobares.	01-07-2020	31-12-2020		Paola Piza-Andrea Corrales- Daniela Jiménez	31-12-2020	- Listados de Asistencia - Actas de reuniones realizadas	Carpeta soporte con evidencias	Participación del IDT en la Mesa de Eventos de Ciudad. El 10 de julio, 22 de octubre, 5 de noviembre, 3 de diciembre la Mesa de Eventos y Reuniones sesionó, el Bureau presentó una herramienta (formato) para la recolección de la información de eventos, principalmente de realización 2021 en aras de comunicarlos a la Mesa de Ciudad. Dicho formato fue posteriormente ajustado por las entidades que la componen: Secretaría Distrital de Planeación, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, el Greater Bogotá Convention Bureau, ÁGORA, Cámara de Comercio de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo – IDT. Por su parte, el IDT dio sus aportes a la misma y aportó 18 eventos a esta matriz. Por otro lado se realizaron las siguientes medas de reactivación económica: Mesa de agencias de viaje: 3 de julio de 2020 Mesa de hoteles: 2 de julio de 2020 Mesa de parques temáticos: 3 de julio de 2020, 11 de agosto de 2020, 14 de octubre de 2020. Mesa de Transporte Terrestre: 4 de agosto de 2020 Mesa de conectividad aerea: 12 de junio de 2020, 26 de junio de 2020, 17 de julio de 2020	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
1. Generar mayores canales de información, servicios institucionales eficientes y trabajo articulado con gremios, prestadores de servicios turísticos y entidades afines al sector, aumentando el reconocimiento de la entidad como ente rector del Turismo en la ciudad.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Fortalecimiento de los canales de atención a turistas y visitantes	Creación de nuevos canales de comunicación que faciliten el acceso a los servicios de información por parte de turistas y visitantes potenciales y reales.	01-07-2020	31-12-2020	Chat en línea implementado Canal de atención Whatsapp Recorridos virtuales	Luz Aída Angel	31-12-2020	bogotadc.travel Listados de asistencia recorridos Reporte de visualizaciones recorridos en redes sociales	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	* Se implementó el canal de atención WhatsApp a tavés del portal de promoción bogotadc.travel. * Chat en línea: Se adquirió Chat en línea para la Bogotádc.travel, se realizó capacitación al equipo de la Red de Infomación Turística * Recorridos virtuales: Se realizaron 40 recorridos virtuales en salas meet googles o zoom y 42 recorridos virtuales en video clips para redes sociales	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
2. Generar condiciones para el disfrute de la experiencia de visita por parte de turistas nacionales e internacionales.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Actualización del app bogotadc	Mantener actualizada el app bogotadc travel pensando en la experiencia del usuario cuando llega a la ciudad: oferta de ciudad, formas de movilizarse, donde dormir, qué hacer, entre otros.	01-10-2020	31-12-2020	Contenidos publicados	Diana Carranza	31-12-2020	Informes entregados Proceso publicado en Secop Actas enviadas	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	Se realizó el proceso de licitación en la modalidad Acuerdo Marco por nube publica III para la contratación de los sevicios, el cual fue adjudicado y ya cuenta con orden de compra aprobada para iniciar la adquisición de los servicios. Desarrollo de la estructuración del app Diseño de wireframes Desarrollo de estructuración de navegación - Estructuración del APP - Wireframes y diseño del APP - Planeación de estimaciones de tiempo para desarrollo	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado

PLAN DE GESTIÓN 2020 - II SEMESTRE INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

Proceso SIG: 05.-Promoción y mercadeo turístico de ciudad

Dependencia: Subdirección de Promoción y Mercadeo

			PROGRAMACION						EJECUCION					DIAS DE VENCIMIENTO DE LA INICIATIVA	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	DIMENSIÓN MIPG	POLÍTICA MIPG	Iniciativa	Descripción de la iniciativa	Fecha Inicio dd/mm/aaaa	Fecha Fin dd/mm/aaaa	Entregable	Responsable(s) de la actividad	Fecha Fin dd/mm/aa	Evidencias del entregable	Medio de verificación	Descripción de los resultados de la gestión	Descripción de retrasos o impactos negativos y acciones tomadas para prevenir su repetición		
2. Generar condiciones para el disfrute de la experiencia de visita por parte de turistas nacionales e internacionales.	3. Gestión con valores para resultados	3-3. Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	Identificación de indicadores para medir la calidad en los servicios de la Red de Información Turística	Diseñar e implementar un sistema de indicadores para la medición de la calidad del servicio en los diferentes canales de atención de la red de información turística.	01-11-2020	31-12-2020	Documento metodológico de la identificación de indicadores Manual de la medición de la calidad del servicio en la red de información turística.	Luz Aída Angel / Paola Herrera	31-12-2020	Documento diagnóstico y propuesta para la medición de los servicios de la Red de Información Turística	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	Se realizó el diagnóstico de la Red de Información Turística de la ciudad y se elaboró propuesta para ser evaluada e implementada en la vigencia 2021. Adicionalmente, se porponen 3 mecanismos para hacer la medición de los servico de la red, como son: 1. Encuesta de satisfacción por canal, teniendo en cuenta los diferentes aspectos relacionados con la satisfacción y la calidad del servicio. 2. Visitas periódicas y consultas de cliente incongito, con los mismos parámetros de la encuesta 3. Métricas de servicio (informes), que responde a un análisis objetivo y cuantitativo de los datos recolectados.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
3. Estructurar, implementar y evaluar los esquemas de gobernanza turística para la ciudad que incluyen la definición de políticas, lineamientos, planes y programas para el desarrollo del turismo en la ciudad.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Elaboración de un plan de gestión territorial para la gobernanza turística en la ciudad	En articulación con la subdirección de Destino y con las distintas mesas sectoriales, gremiales y territoriales se propone la construcción conjunta de un plan de gestión territorial para la gobernanza turística de la ciudad	01-10-2020	31-12-2020		Alejandra Sánchez en articulación con la subdirección de Destino	31-12-2020	Actas de reunión subdirección Destino Fotografías recorridos reconocimiento territorial	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	Se realizó visita de reconocimiento a la localidad de San Cristobal, al parque Entre Nubes y Plaza de mercado 20 de Julio, con el objetivo de reconocer turisticamente el sector y evidenciar el potencial territorial. Se realizó un recorrido de reconocimiento a la localidad de Usme, con el objetivo de identificar las iniciativas turisticas. Se realizó reunión con el equipo de gestores con el fin de coordinar las acciones necesarias de articulación entre las dos subdirecciones, con el objetivo de, que luego de identificación de iniciativas y potencial en las localidades, se realice todo lo necesario para promocionarlo. En el mes de noviembre se realizaron visitas a la localidad de Ciudad Bolívar con el fin de fortalecer los procesos comunitarios de apropiación del parque mirador de Illimaní y los procesos turísticos locales; esto se ha realizado en compañía de la Subdirección de Destino, con el gestor local. En este mismo mes y en el marco del piloto Bogotá 24 horas, se realizó en la localidad de Chapinero la caracterización e identificación de establecimientos de comercio ubicado en el polígono dispuesto para ello, se realizó abordaje territorial para la implementación de esta estrategia. En el mes de diciembre se desarrolló el primer piloto de Bogotá 24 horas, en el que como resultado de la articulación sectorial y los distintos establecimientos, se logra ofertar a la ciudad servicios de horarios convencionales en no convencionales.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
3. Estructurar, implementar y evaluar los esquemas de gobernanza turística para la ciudad que incluyen la definición de políticas, lineamientos, planes y programas para el desarrollo del turismo en la ciudad.	2. Direccionamiento estratégico y planeación	2-2. Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público	Estructuración, seguimiento y evaluación los proyectos de inversión de la Subdirección de Promoción y Mercadeo	En articulación con los equipos técnicos de la Subdirección de Promoción y Mercadeo, se estructuran y se realiza seguimiento y evaluación a los proyectos de inversión de dicha Subdirección.	01-08-2020	31-12-2020	Reportes e informes de seguimiento y evaluación	Rodrigo Sepulveda	31-12-2020	* Documentos Tecnicos de Soporte - DTS * Fichas de formulación MGA * Ficha EBI * Plan de Acción de cada uno de los proyectos	* Informe de gestión * Seguimiento de los proyectos de forma mensual en la Plataforma SPI	* Se realizó la formulación de los proyectos de inversión bajo la metodologia ajustada MGA y los respectivos modificaciones solicitadas de acuerdo a la aprobación realizada en los distintos comités. * Se hace reporte mensual en el Plan de Acción donde se incorporan las acciones que se realizan desde cada una de las areas de la Subdirección de Promoción y Mercadeo para cada uno de los proyectos. *Teniendo en cuenta el ajuste solicitado por parte de la Oficina de Planeación, se procedió al cambio de las unidades de medida de las metas, para evidenciar así el avance en las mismas del proyecto 7706. * Elaboración de informe de gestión del proyecto de inversión 7706 con las actividades realizadas para cada una de las metas entre el 1 de julio hasta el 30 de septiembre. * Elaboración de informe de gestión de los proyectos de inversión 7706 y 7708 con las actividades realizadas para cada una de las metas entre el 1 de octubre hasta el 31 de diciembre. * Se hace seguimiento mensual para cada uno de los proyectos en la plataforma SPI, enunciando en dicho seguimiento los avances presentados en cada unos de las actividades que hacen parte de los proyectos de inversión. * Se realiza el seguimiento y solicitud de modificaciones del PAA con el fin de cumplir con los objetivos trazados y el presupuesto definido por la Subdirección de Promoción y Mercadeo para los proyectos de inversión.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
6. Generar acciones para el posicionamiento y la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Implementación del Plan de medios de posicionamiento y oferta de ciuda	Posicionar a Bogotá como destino turístico, divulgando su oferta de ciudad, través de pauta en medios de comunicación masiva de los países de interés (	01-11-2020	31-12-2020	Informes de pauta	Diana Carranza	31-12-2020	planes de medios aprobados	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	Inicio de pauta el 9 de noviembre Pauta Nacional e Internacional es diferentes medios como: Radio, TV, DOOH en Aeropuertos, DOOH en Times Square, Digital	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
6. Generar acciones para el posicionamiento y la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Generación de espacios de networking y encuentros B2B para la promoción y posicionamiento de Bogotá como destino turístic	Se desarrollarán espacios como realización de ruedas de negocios, encadenamiento, viajes de familiarización, participación en ruedas de negocios, misiones comerciales y workshop encaminado a cumplir el objetivo de promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional	01-07-2020	31-12-2020	Informes de las actividades de promoción realizadas	Natalia Echavarría Erin Martínez	31-12-2020	Informes de las actividades de promoción realizadas	Carpeta compartida de Promocion\2020\Eventos	Durante el segundo semestre del año 2020 la subdirección de promoción y mercadeo a través del equipo de trade marketing desarrollo acciones encaminadas a la reactivación del sector turístico a nivel regional, nacional e internacional de los viajeros en los mercados objetivo, brindando nuevas experiencias y confianza a través de la ejecución de actividades clave en el sector, cuyo factor diferenciador se centra en reflejar una ciudad innovadora y a la vanguardia con la realidad del sector y orientadas al fortalecimiento de la imagen turística de la ciudad y recuperación progresiva de la confianza del turista y la mitigación de los impactos del COVID 19 en los prestadores de servicios turísticos de la ciudad. Estas acciones fueron: 1. Se adelantó el programa Plan Bogotá, plataforma que busca ayudar a la reactivación y generación de ingresos para los empresarios en esta época de pandemia. A la fecha cuenta con 702 reservas y más de 100 ofertas turísticas. 2. Se realizaron más de 10 capacitaciones de destino en nuestros mercados objetivo nacionales (Huila, Tolima, Cali, Cartagena, Cúcuta, Boyacá, Meta) e internacionales (Perú, México, Argentina, Panamá,Costa Rica, Republica Dominicana)7. Rueda de negocios para el segmento vacacional y de Mice con la participación de 31 compradores y 49 vendedores. 3. Se realizó de seis viajes de familiarización con empresarios de destinos como Cartagena-Santa Marta, Cali, Panamá, México y Perú 4. Participación del equipo de Trade en la Semana de Colombia en México 5. Participación del IDT en el evento de WTM Lóndres, en dicho encuentro se atendieron un total de 25 citas por 3 profesionales de la Subdirección de Promoción y Mercadeo. 6. Participación del IDT en el evento de Colombia Travel Expo, en dicho encuentro participaron 21 empresarios del sector turistico de la ciudad de Bogotá mediante una rueda de negocios. 7. Participación del IDT en el evento de Feria de Cundinamarca, en dicho encuentro participaron 33 empresarios del sector turistico de la ciudad de Bogotá mediante una rueda de negocios.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado

PLAN DE GESTIÓN 2020 - II SEMESTRE INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

Proceso SIG: 05.-Promoción y mercadeo turístico de ciudad

Dependencia: Subdirección de Promoción y Mercadeo

			PROGRAMACION						EJECUCION					DIAS DE VENCIMIENTO DE LA INICIATIVA	
OBJETIVO ESTRATÉGICO	**DIMENSIÓN MIPG**	**POLÍTICA MIPG**	**Iniciativa**	**Descripción de la iniciativa**	**Fecha Inicio dd/mm/aaaa**	**Fecha Fin dd/mm/aaaa**	**Entregable**	**Responsable(s) de la actividad**	**Fecha Fin dd/mm/aa**	**Evidencias del entregable**	**Medio de verificación**	**Descripción de los resultados de la gestión**	**Descripción de retrasos o impactos negativos y acciones tomadas para prevenir su repetición**		
6. Generar acciones para el posicionamiento y la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Creación de una estrategia digital para la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá para el público local y regional	Reunir en un solo lugar la oferta de agencias de viajes, guías turísticos, empresas de transporte, parques de diversiones, empresas de eventos, hoteles, restaurantes y demás, quienes a través de la venta de productos y servicios,, podrán encontrar una demanda dispuesta a adquirir previamente los servicios correspondientes para sus vacaciones o momentos de esparcimiento en y hacia nuestra ciudad	01-07-2020	31-12-2020	Informes de ejecución de la estrategia de digital	Natalia Echavarría Erin Martínez	31-12-2020	Portal Plan Bogotá y reservas realizadas: El portal cuenta con Empresarios 132 Ofertas 238 Reservas hechas 630 Gremios asociados 5 Gremios invitados 16	Carpeta compartida de Promocion\2020\Eventos	Como estrategia innovadora para ayudar a la reactivación y generación de ingresos para los empresarios durante la epoca de pandemia, se implementó la plataforma "Plan Bogotá", a través de la cual, prestadores de servicios ofrecieron sus planes turísticos para compra anticipada. *Con corte a 16 de diciembre	El trabajo se realiza de manera manual sería mas eficiente y productivo tener un sistema automatizado	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
6. Generar acciones para el posicionamiento y la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Fortalecimiento de los canales de atención a turistas y visitantes	Implementación de recorridos turísticos presenciales que pongan en valor la oferta de nuevos productos y servicios turísticos de Bogotá	01-10-2020	31-12-2020	Guiones de los recorridos turísticos Informe de participantes en los recorridos Soporte Fotográfico	Luz Aída Angel / Paola Herrera	31-12-2020	Guión del recorrido presencial Templete al Libertador - Plaza de la Concordia Propuesta recorridos navideños Guiones recorrido navideño / Soporte Fotográfico	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	Se elaboró guion para la implementación del recorrido peatonal Templete al Libertador - Plaza de la Concordia. Implementación de protocolos de bioseguridad El 10 de noviembre se dio inicio a la operación de los recorridos presenciales desde el Templete al libertador. Se elaboró propuesta para la implementación de recorridos turísticos en la temporada de Navidad y se diseñaron guiones. El día 7 de diciembre se dio inicio a los recorridos navideños, orientados a promocionar la oferta turística e incentivar el desplazamiento dentro de la ciudad, atendiendo todos los protocolos de bioseguridad definidos para el sector turístico.	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
6. Generar acciones para el posicionamiento y la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Identificación y contacto de clientes potenciales pro captación de eventos	Realizar ruedas de negocios, viajes de familiarización, press trips, focus groups, investigación de mercados con planners de eventos reconocidos de USA, encaminado a cumplir el objetivo de promocionar y posicionar a Bogotá como destino de Reuniones y Eventos - MICE a nivel nacional e internacional. Participación en ferias internacionales FIEXPO- IBTM.	01-07-2020	31-12-2020		Paola Piza-Andrea Corrales- Daniela Jiménez	31-12-2020	Informe de las actividades realizadas Link to summary of what was discussed at the Focus Group and meeting Focus: https://vimeo.com/489156944 https://vimeo.com/489868417	Carpetas con soportes Soporte de informes finales en carpeta compartida de promoción 2020	FAM TRIP Internacional, 20 al 22 de noviembre. Se realizó el FAM TRIP MICE. 10 representantes de las agencias de República Dominicana, Perú, Costa Rica, México, Colombia (Medellín, Cartagena, Bogotá) durante tres (3) días y 39 horas realizaron 15 visitas de inspección a diferentes prestadores de servicios de la ciudad validando oferta MICE para Reuniones & Eventos. Rueda de Negocios MICE, 23 de noviembre. Participaron 10 compradores internacionales, nacionales y locales, con la siguiente distribución: 2 República Dominicana, 1 Perú, 1 Costa Rica, 1 México, 1 Cartagena, 1 Medellín, 3 Bogotá. Por otro lado, se contó con la participación de 24 vendedores de la ciudad de Bogotá. A. COMPRADORES: Mercado asociativo: Convocados: 19; Asistentes: 1 = 5% Mercado Corporativo: Convocados: 38; Asistentes: 9 = 23% Total compradores convocados: 57; Asistentes: 10 = 17% B. VENDEDORES: Convocados: 60 Asistentes: 24 = 40% Citas programadas: 109 Citas efectivas: 135; 52 de ellas con hoteles Cumplimiento: 123% Focus Group, 2 de diciembre. 10 planners del mercado americano, 1.5 hrs se sesión en vivo. Se preparó una landing page, realizó un video de testimoniales. Objetivo: entender la percepción del mercado americano acerca de Bogotá como destino en el segmento de Reuniones & Eventos – MICE y fue educar a los planificadores de eventos en el destino. Encuesta de Percepción noviembre 2020. 155 meeting planners del mercado americano. Objetivo: entender la percepción del mercado americano acerca de Bogotá como destino en el segmento de Reuniones & Eventos – MICE. En ambas actividades, se logró obtener os diferentes puntos de vista e ideas que ayudaran, por una parte, a construir un plan más sólido de Bogotá en términos de Reuniones & Eventos para el 2021 y por otra, a la captación de eventos. Press Trip con énfasis en MICE, 9 al 12 de diciembre de 2020. A 10 representantes de medios de comunicación de diferentes ciudades del país: Medellín, Cartagena, Cali, Bucaramanga, Barranquilla, Valledupar, Villavicencio, Neiva, Ibagué, Pereira, se les dio a conocer la ciudad de Bogotá como destino de Eventos y Reuniones, también de ocio y placer. Este relacionamiento incentivó el estrechamiento de relaciones y vínculos de cada periodista con Bogotá y su oferta, así se afianzaron lazos de colaboración con los medios y de posicionamiento de Bogotá principalmente como destino de Reuniones y Eventos. Participación en ferias: FIEXPO Virtual 2020, 25 al 27 de noviembre de 2020: 15 citas e IBTM World Virtual 2020, 8 al 10 de diciembre 2020: 18 citas. Objetivo: mostrar la oferta comercial de Bogotá en MICE a profesionales de diferentes partes del mundo interesados en la ciudad de Bogotá para realizar eventos, se tuvieron citas con compradores como agencias de incentivo, organizadores profesionales de congresos y eventos, asociaciones internacionales, entre otros. Con las anteriores acciones estratégicas, se busca la reactivación del sector turismo y la promoción de Bogotá como destino de Reuniones y Eventos - MICE	N.A.	0	Cumplida dentro del tiempo planeado
6. Generar acciones para el posicionamiento y la puesta en mercado de la oferta turística de Bogotá con criterios prospectivos y con enfoque de sostenibilidad, entendiendo los consumidores.	6. Gestión del conocimiento y la innovación	6-1. Gestión del conocimiento y la innovación	Implementación de la estrategia de posicionamiento y mercadeo de la marca ciudad.	En articulación con la Cámara de Comercio de Bogotá e Invest In Bogota, el IDT ha venido desarrollando la estrategia de mercadeo y posicionamiento de la marca ciudad, con el propósito de generar una apropiación por parte de los actores del sector turismo de dicha marca y atraer turismo a la ciudad a través del reconocimiento de la marca a nivel nacional e internacional.	01-07-2020	31-12-2020	- Aliados vinculados a la estrategia de posicionamiento de la marca ciudad.	Daniela Jiménez	31-12-2020	- Plan de beneficios para la vinculación de aliados. - Autorizaciones para el uso de la marca ciudad a empresas y embajadores. - Actas de comités de marca ciudad. - Piezas diseñadas para la vinculación de aliados.	Carpeta de soportes Plan de Gestión Institucional	- Presentación de portafolio de beneficios para empresas y embajadores que se quiere vincular a la estrategia de posicionamiento de la marca ciudad. - Autorizaciones otorgadas a aliados. - Comités de marca ciudad. - Piezas diseñadas para la vinculación de aliados.	N/A	0	Cumplida dentro del tiempo planeado

PLAN DE GESTIÓN 2020 - II SEMESTRE INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO

Proceso SIG: 05.-Promoción y mercadeo turístico de ciudad

Dependencia: Subdirección de Promoción y Mercadeo

OBJETIVO ESTRATÉGICO	DIMENSIÓN MIPG	POLÍTICA MIPG	PROGRAMACION						EJECUCION					DIAS DE VENCIMIENTO DE LA INICIATIVA	
			Iniciativa	Descripción de la iniciativa	Fecha Inicio dd/mm/aaaa	Fecha Fin dd/mm/aaaa	Entregable	Responsable(s) de la actividad	Fecha Fin dd/mm/aa	Evidencias del entregable	Medio de verificación	Descripción de los resultados de la gestión	Descripción de retrasos o impactos negativos y acciones tomadas para prevenir su repetición		
9. Gestionar fuentes de financiación, cooperación y alianzas, para la ejecución de programas y proyectos para el fomento de la actividad turística en Bogotá y su posicionamiento global.	2. Direccionamiento estratégico y planeación	2-2. Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público	Gestión de recursos para implementar proyectos de promoción turística a nivel nacional e internaciona	Se gestionan alianzas institucionales para captar recursos destinados a la implementación de proyectos de promoción turística para la ciudad de Bogotá, en el ámbito nacional e internacional.	01-08-2020	31-12-2020	Proyectos aprobados e informes de seguimiento	Rodrigo Sepúlveda	31-12-2020	* Fichas de formulación de los proyectos de promoción nacional e internacional para radicar ante el Fondo Nacional de Turismo - Fontur * Oficios de radicación de los proyectos de promoción ante el Fondo Nacional de Turismo - Fontur * Cotizaciones que soportan las actividades que fueron propuestas por la Subdirección de Promoción y Mercadeo. * Modelos de memorandos de entendimiento para realizar alianzas con otros paises y llevar a cabo acciones conjuntas que fortalezcan la promoción turística de Bogotá. * Planes de trabajo con otras entidades a nivel nacional e internacional	*Oficio de radicación de los proyectos * Fichas de formulación del proyecto * Memorandos de entendimiento * Planes de trabajo a desarrollar entre entidades de caracter nacional e internacional	* Presentación de proyectos de promoción nacional e internacional ante el Fondo Nacional de Turismo - Fontur para su posible cofinanciación. * Aprobación del proyecto nacional por parte del Fondo Nacional de Turismo por un valor total del $526.122.759 el 10/11/2020 (Contrapartida del IDT por un valor hasta de $268.000.000). * Implementación y puesta en marcha de las acciones contenidas en los memorandos de entendimiento y de los planes de trabajo. *Avances en la gestión de los Memorandos de Entendimiento: Lima, Perú; Buenos Aires; Barcelona,España; Acuerdo de Cooperación Multilateral entre las ciudades de Cartagena, Bogotá,, Quito, Cuenca y Lima. *Plan de trabajo a través de la Red de Destinos Urbanos Latinoamericanos, cuyo lanzamiento fue el 30 de noviembre, la misma se encuentra conformada por: Bogotá, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Medellín, Quito, Río de Janeiro, San Pablo y Santiago de Chile, se propone trabajar bajo la estrategia "Viva Ciudad Latina" para actuar en procura de la reactivación del sector turístico. Se realizan publicaciones en redes sociales periodicamente para impactar de manera positiva a los futuros visitantes de estos destinos, buscando incrementar el número de turistas en las ciudades y el desarrollo de los sectores productivos, de gastronomía, entretenimiento, hospitalidad e innovación.	N/A	0	Cumplida dentro del tiempo planeado