



**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO  
PLAN DE GESTIÓN  
MARCO ESTRATÉGICO**

MISIÓN	Liderar la ejecución de políticas, planes y proyectos, orientados a promocionar y posicionar a Bogotá como destino turístico, a través del mejoramiento de sus recursos, su infraestructura soporte y el diseño de productos innovadores que contribuyan al desarrollo económico, confianza y felicidad de sus ciudadanos y visitantes.
MEGA	En 2026 el IDT será la entidad líder e innovadora en gestión eficiente del sector turístico y promoción de ciudad, para hacer de Bogotá el primer destino sostenible y accesible de la región.
OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PRODUCTO PMR:	Destino competitivo y sostenible Ciudad posicionada a nivel nacional e internacional
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones
DEPENDENCIA	Comunicaciones
RESPONSABLE	Asesor(a) Comunicaciones

<b>PLAN DE DESARROLLO 2016-2020:</b>	<b>15. BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS</b>
<b>EJE TRANSVERSAL:</b>	<b>7. Gobierno Legítimo, fortalecimiento local y eficiencia</b>
<b>PROGRAMA:</b>	<b>42. Transparencia, gestión pública y servicio a la ciudadanía</b>
<b>PROYECTOS ESTRATÉGICOS:</b>	<b>185. Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente</b>
<b>PROYECTO DE INVERSIÓN:</b>	<b>1038 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DEL IDT</b>

<b>Proyecto Estratégico: 185. Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente</b>																	
Indicador:	Porcentaje de avance en la implementación y mantenimiento del SIG en el IDT	LÍNEA BASE 2012-2015	META 2016-2020	ANUALIZACIÓN													
				Variable	2016		2017		2018		2019		2020		Total		% de Ejec.
Meta:	Implementar y mantener el 80% del Sistema Integrado de Gestión en el IDT	70%	80%	Magnitud de la Meta	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	
					20%	20%	40%	70%	70%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	70%	88%

**SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2018 (Meta Creciente)**  
**Implementar y mantener 70% el sistema integrado de gestión de la entidad**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO	% EJEC.
-	-	41%	49%	49%	49%	49%	53%	54%	63%	65%	70%	70%	100%

**ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META**

Enero: se adelantaron actividades para implementar y mantener el SIG, entre otras se encuentran: seguimiento trimestral riesgos de gestión para cerrar la gestión del 2017, se realizaron las propuestas pertinentes al plan de acción anticorrupción 2018, se realizó la promoción del ahorro del agua, cero papel, reciclaje entre otros que ayuda a mejorar el programa PIGA, así como temas relacionados con salud laboral, valores de la casa y la campaña de participación ciudadana, con lo anterior se espera seguir fortaleciendo temas que empoderen a la comunidad interna en temas relacionados con sus deberes y derechos.

Febrero: Se inició la actualización del Manual Política de Gestión de las Comunicaciones Internas y Externas. Igualmente se están revisando los formatos de solicitud de información (Bief) enviadas desde las diferentes áreas de la entidad, además se realizó la actualización del plan de gestión del proceso de comunicaciones y se apoyó con la publicación en la página web de los documentos estipulados en la Ley de Transparencia. También se asistió a las capacitaciones convocadas para el tema SIG del IDT, lo que derivará en el planeación de más actividades que conducen a la construcción del MIPG.

Marzo: Se concretó la revisión del Manual de Política de Comunicaciones que se planea entregar al final del mes de abril, dando cumplimiento al PGI. Del mismo modo, se actualizó el formato de Realease que autoriza el uso de imágenes. Se asistió a las capacitaciones sobre el PIGA, SIG y se continuó la promoción del ahorro del agua, cero papel, reciclaje; así como temas relacionados con salud laboral. Además, se concretó la activación de participación ciudadana. Lo anterior, es fundamental para el cumplimiento de las metas organizacionales, del plan estratégico del IDT y los planes de las áreas. Frente al apoyo a la gestión tanto del área de comunicaciones como del IDT se realizaron las siguientes acciones: proyección respuesta modificaciones plan de acción IDT PP LGBTI, asistencia a: reunión del COPASST IDT y seguimiento al plan de acción, curso normas APA Uniexternado, jornada por la Transparencia para Gestores de Ética en auditorio Huitaca, invitación exhibición Museo de Bogotá, acto de instalación mesa negociadora IDT/ASOGOBIERNO, capacitación taller primeros auxilios.

Durante marzo también se realizaron dos encuestas: A un grupo de estudiantes del Sena que participaron en un taller de manipulación de alimentos y en la activación del comité de Participación Ciudadana; encuestas que sirven de apoyo a la gestión para generar estrategias que permitan incentivar la participación de la comunidad institucional en los temas relacionados con el quehacer del IDT.

Abril: Se concretó la actualización del normograma de comunicaciones, de documentos referentes al área como el Manual Política de Comunicaciones y el Manual de Crisis. Sobre el particular vale destacar que ambos manuales estaban en un solo documento y se dividieron para efectos prácticos. Los escritos referidos son de vital importancia para la planeación y ejecución de estrategias de comunicación sobre todo en el campo organizacional.

Por otro lado, el equipo de comunicaciones, asistió a la socialización de los avances en materia de MIPG, taller que adelantado en asocio con la secretaría distrital de Planeación y el Departamento de la Función Pública. Así las cosas, el área de comunicaciones aportó conocimiento para el avance de este proceso planeado a mediano plazo. Del mismo modo y para cumplir las actividades de esta meta se apoyó en la difusión de las actualizaciones de los formatos de planes de auditoría de mejoramiento, liderados por Control Interno, aunado a la asistencia al Comité de SIG convocado por la mencionada área, Gestión Documental y Planeación del IDT. Seguidamente se apoyó en la solicitud y/o diseño de piezas convocatoria cursos PIGA, coordinación y apoyo a oficina de Planeación para realizar activación de riesgos, asistencia reunión formulación plan de acción Grupo Gestores del Código de Integridad, asistencia taller PIGA residuos sólidos, atención a orientaciones de Planeación para ajuste Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano y código de Integridad, son algunas de las actividades SIG.

Mayo: Cumpliendo con lo pactado en el plan de acción de participación, el equipo de Comunicaciones que integra el comité del tema referido, tuvo un liderazgo importante en la actividad y en especial en el diseño de la estrategia de convocatoria dirigida a la comunidad institucional que acudió de manera satisfactoria. Con la actividad se logró entre otros aspectos, dar a conocer el plan del IDT. Por otro lado y para garantizar el cumplimiento de esta meta, se adelantaron acciones como: la actualización de contenidos estrategia campaña ciudadana IDT 2018, asistencia taller SIG y Control Interno, actualización y seguimiento aplicativo Riesgos del proceso de Comunicaciones para un total de seis actividades que además refuerzan el trabajo articulado con las demás áreas y en general, el cumplimiento de los logros organizacionales en este aspecto. Adicionalmente se concretaron acciones de apoyo a la gestión como la asistencia a talleres realizados para afianzar los conocimientos de la comunidad IDT, otras de capacitación hacia lo externo y demás responsabilidades asignadas desde la red de comunicaciones del distrito.

Junio: Se realizó una mesa de trabajo con el grupo de la oficina de Planeación encargado del seguimiento a riesgos y Plan Anticorrupción. Como resultado de lo anterior, se determinó ejecutar una serie de actualizaciones en la página de evidencia de 2017 y 2018. Por otro lado se hizo entrega de los monitoreos de medios, reporte de lo publicado en redes sociales y carteleras, que dan cuenta de la presencia de la Institución y su gestión.

Julio: Frente al cumplimiento de las acciones SIG, se realizó la activación del decálogo del buen trato y atención al ciudadano, a través de un juego de golosa; la estrategia de focus group para el código de integridad, reunión planeación día movilidad sostenible. También se diseñaron piezas para apoyar la difusión de los mensajes PIGA, las cuales se publican en las carteleras digitales. En general se realizaron 15 acciones para avanzar en el logro de esta meta.

Agosto: Con relación a las acciones realizadas para dar cumplimiento a la meta planteada, el equipo de comunicaciones asistió a la reunión realizada por Planeación en la que se compartieron las actualizaciones del comité institucional de gestión y desempeño del IDT, en el cual se indicaron entre otras reformas, el cambio en el nombre de los líderes operativos. De igual forma se actualizó el mapa de riesgos y se ejecutaron las acciones correspondientes para dar curso al plan anticorrupción siendo la más representativa, la rendición de cuentas que también apunta a responder al plan de participación ciudadana.

Septiembre: Las actividades de apoyo para el cumplimiento de esta meta durante septiembre son: Recepción, diseño, montaje y circulación 7 mensajes del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, para equipo coordinación SIG, Oficina Asesora de Planeación, asistencia a reunión pre - auditoria Sistemas de Gestión de Calidad y Gestión Ambiental, seguimiento y ajustes en aplicativo de riesgos del proceso de comunicaciones, en respuesta a observaciones realizadas por Control Interno.

Octubre: Durante el mes de octubre se apoyaron las acciones para la implementación del MIPG, entre ellas la capacitación dictada por Control Interno y el diseño de una pieza que fue publicada en la intranet. Igualmente se adelantó la actualización bimensual del mapa de riesgos.

Noviembre: Entre las acciones de apoyo para la implementación del MIPG son: Proyección matrices plan de mejoramiento preauditoría interna, aportes a la comisión de personal.

Diciembre: Se proyectó la caracterización del proyecto de comunicaciones internas y externas. Se actualizó el DOFA del proceso de comunicaciones. De diligenció el formato de plan de mejora para reportar a control interno. Se realizó el seguimiento al aplicativo de riesgos y se realizó la estrategia de comunicación para rendición de cuentas.

**RETRASOS Y FACTORES LIMITANTES PARA AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LA META Y SOLUCIONES PROPUESTAS, ASÍ COMO IMPACTOS NEGATIVOS Y ACCIONES TOMADAS PARA PREVENIR SU REPETICIÓN**

Debido a que no hay recursos para el SAF el archivo fotográfico se hace a través de la plataforma de Google fotos.  
La actualización de los productos turísticos en la página web ha sufrido retrasos debido a que la información requerida al área de Destino en repetidas ocasiones, no ha sido suministrada.

Proyectó: Claudia Agudelo - Profesional Especializada Asesoría de Comunicaciones  
Revisó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones  
Aprobó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones

Firma de quien aprobó: \_\_\_\_\_



OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

Indicador estratégico al que contribuye la meta	Meta:	1. Atender 100% las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad	LÍNEA BASE 2012-2015	META 2016-2020	ANUALIZACIÓN														
					2016		2017		2018		2019		2020		Total		% de Ejec.		
					Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.			
			100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
			100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
			0%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
			\$ 60.722.500	\$ 50.646.667	\$ 399.304.786	\$ 399.304.786	\$ 501.287.566	\$ 501.287.566								\$ 961.314.852	\$ 951.239.019	99%	
			\$ 43.923.500		\$ 369.963.959	\$ 490.810.899													
			\$ 0	-	\$ 6.723.167	6.723.167.00	\$ 22.645.480	\$ 22.645.480							\$ 0	\$ 0	\$ 29.368.647	\$ 29.368.647	100%

Porcentaje de avance en la implementación y mantenimiento del SIG en el IDT	SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2018 (Meta Constante)														
	Atender 100% las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad														
	Variable	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO	% EJE.
	Meta alcanzada con rec. vigencia	21%	25%	29%	33%	36%	40%	46%	63%	76%	90%	95%	100%	100%	100%
Presupuesto de la vigencia ejecutado	\$ 378.716.800	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 8.040.000	\$ 5.068.000	\$ 82.453.733	\$ 7.500.000	\$ 13.860.000	\$ 5.649.033	\$ 501.287.566	100%	
Giros Reservas	\$ 4.581.027	\$ 11.526.753	\$ 6.537.700	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 22.645.480	100%	
ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META															
Informe de gestión de la meta	En el mes de enero se adelantó la gestión para fortalecer el recurso humano necesario que permite apoyar las gestiones que se llevan a cabo desde el área de comunicaciones. El nuevo equipo de comunicaciones esta conformado por profesionales en periodismo, estrategias de comunicación, videografo, diseñador, community manager, diseñador y web master, lo que va a permitir que durante este 2018 la comunicación sea más efectiva, pertinente y eficaz. Mensualmente se hace seguimiento a los procesos de contratación, recepción, revisión y aprobación de los informes de supervisión, dando trámite a los pagos correspondientes, de acuerdo con lo programado en el PAC. <b>Julio:</b> En el mes de julio se gestionó la liquidación del contrato 56 de 2018 y se prorrogó el contrato 112 de 2018. <b>Agosto:</b> En el mes de agosto se gestionó la prórroga del contrato 113 de 2018. Igualmente, se realizó la proyección del recurso humano requerido para la vigencia 2019, como parte del proceso de anteproyecto de presupuesto. <b>Septiembre:</b> Durante el mes de septiembre se realizó la prórroga de seis contratistas al igual que la recepción, revisión y aprobación de los informes de supervisión para el trámite de los pagos de acuerdo al PAC. Igualmente, la Oficina de Planeación presentó la propuesta de anteproyecto de presupuesto ante la Secretaría Distrital de Hacienda, exponiendo las necesidades de servicios de apoyo para la gestión de la entidad. <b>Octubre:</b> En el mes de octubre, una vez le fue comunicada la cuota global de gasto para la entidad, se realizaron los ajustes correspondientes, conservando la proyección del recurso humano necesario para apoyar la gestión de la Entidad durante la vigencia 2019 y la Oficina Asesora de Planeación radicó el documento de anteproyecto de presupuesto ante la Secretaría Distrital de Hacienda. Igualmente se continuó la recepción, revisión y aprobación de los informes de supervisión. <b>Noviembre:</b> En este periodo se continuó la recepción, revisión y aprobación de los informes de supervisión de ocho contratistas. <b>Diciembre:</b> Durante este periodo se realizó el seguimiento de los informes de los contratistas y se verificó la información de 14 contratistas.														
	RETRASOS Y FACTORES LIMITANTES PARA AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LA META Y SOLUCIONES PROPUESTAS, ASÍ COMO IMPACTOS NEGATIVOS Y ACCIONES TOMADAS PARA PREVENIR SU REPETICIÓN														
	En el mes de marzo se retrasó el pago de un contratista que no pasó cuenta dentro de los tiempos establecidos. El pago se subsanó en el mes de abril. Durante el mes de diciembre no se realizó la verificación de uno de los contratistas pues no fue entregado.														

Indicador estratégico al que contribuye la meta	Meta:	2. Implementar y mantener 80% el sistema integrado de gestión de la entidad	LÍNEA BASE 2012-2015	META 2016-2020	ANUALIZACIÓN													
					2016		2017		2018		2019		2020		Total		% de Ejec.	
					Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.		
			20%	20%	40%	40%	70%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	88%
			20%	20%	40%	40%	70%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	88%
			0%	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0	
			\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-

Porcentaje de avance en la implementación y mantenimiento del SIG en el IDT	SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2018 (Meta Creciente)														
	Implementar y mantener 70% el sistema integrado de gestión de la entidad														
	Variable	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO	% EJE.
	Meta alcanzada con rec. vigencia	-	-	41%	49%	49%	49%	49%	53%	54%	63%	65%	70%	70%	70%
Presupuesto de la vigencia ejecutado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	

Informe de gestión de la meta	ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META														
	<p><b>Enero:</b> se adelantaron actividades para implementar y mantener el SIG, entre otras se encuentran: seguimiento trimestral riesgos de gestión para cerrar la gestión del 2017, se realizaron las propuestas pertinentes al plan de acción anticorrupción 2018, se realizó la promoción del ahorro del agua, cero papel, reciclaje entre otros que ayuda a mejorar el programa PIGA, así como temas relacionados con salud laboral, valores de la casa y la campaña de participación ciudadana, con lo anterior se espera seguir fortaleciendo temas que empoderen a la comunidad interna en temas relacionados con sus deberes y derechos.</p> <p><b>Febrero:</b> Se inició la actualización del Manual Política de Gestión de las Comunicaciones Internas y Externas. Igualmente se están revisando los formatos de solicitud de información (Bief) enviadas desde las diferentes áreas de la entidad, además se realizó la actualización del plan de gestión del proceso de comunicaciones y se apoyó con la publicación en la página web de los documentos estipulados en la Ley de Transparencia. También se asistió a las capacitaciones convocadas para el tema SIG del IDT, lo que derivará en el planeación de más actividades que conducen a la construcción del MIPG.</p> <p><b>Marzo:</b> Se concretó la revisión del Manual de Políticas de Comunicaciones que se planea entregar al final del mes de abril, dando cumplimiento al PGI. Del mismo modo, se actualizó el formato de Releas de Realce que autoriza el uso de imágenes. Se asistió a las capacitaciones sobre el PIGA, SIG y se continuó la promoción del ahorro del agua, cero papel, reciclaje; así como temas relacionados con salud laboral. Además, se concretó la activación de participación ciudadana. Lo anterior, es fundamental para el cumplimiento de las metas organizacionales, del plan estratégico del IDT y los planes de las áreas. Frente al apoyo a la gestión tanto del área de comunicaciones como del IDT se realizaron las siguientes acciones: proyección respuesta modificaciones plan de acción IDT PP LGBTI, asistencia a: reunión del COPASST IDT y seguimiento al plan de acción, curso normas APA Unixternado, jornada por la Transparencia para Gestores de Ética en auditorio Huitaca, invitación exhibición Museo de Bogotá, acto de instalación mesa negociadora IDT/ASOGOBIERNO, capacitación taller primeros auxilios.</p> <p>Durante marzo también se realizaron dos encuestas: A un grupo de estudiantes del Sena que participaron en un taller de manipulación de alimentos y en la activación del comité de Participación Ciudadana; encuestas que sirven de apoyo a la gestión para generar estrategias que permitan incentivar la participación de la comunidad institucional en los temas relacionados con el quehacer del IDT.</p> <p><b>Abril:</b> Se concretó la actualización del normograma de comunicaciones, de documentos referentes al área como el Manual Política de Comunicaciones y el Manual de Crisis. Sobre el particular vale destacar que ambos manuales estaban en un solo documento y se dividieron para efectos prácticos. Los escritos referidos son de vital importancia para la planeación y ejecución de estrategias de comunicación sobre todo en el campo organizacional.</p> <p>Por otro lado, el equipo de comunicaciones, asistió a la socialización de los avances en materia de MIPG, taller que adelantado en asocio con la secretaría distrital de Planeación y el Departamento de la Función Pública. Así las cosas, el área de comunicaciones aportó conocimiento para el avance de este proceso planeado a mediano plazo. Del mismo modo y para cumplir las actividades de esta meta se apoyó en la difusión de las actualizaciones de los formatos de planes de auditoría de mejoramiento, liderados por Control Interno, aunado a la asistencia al Comité de SIG convocado por la mencionada área, Gestión Documental y Planeación del IDT. Seguidamente se apoyó en la solicitud y/o diseño de piezas convocatoria cursos PIGA, coordinación y apoyo a oficina de Planeación para realizar activación de riesgos, asistencia reunión formulación plan de acción Grupo Gestores del Código de Integridad, asistencia taller PIGA residuos sólidos, atención a orientaciones de Planeación para ajuste Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano y código de Integridad, son algunas de las actividades SIG.</p> <p><b>Mayo:</b> Cumpliendo con lo pactado en el plan de acción de participación, el equipo de Comunicaciones que integra el comité del tema referido, tuvo un liderazgo importante en la actividad y en especial en el diseño de la estrategia de convocatoria dirigida a la comunidad institucional que acudió de manera satisfactoria. Con la actividad se logró entre otros aspectos, dar a conocer el plan del IDT. Por otro lado y para garantizar el cumplimiento de esta meta, se adelantaron acciones como: la actualización de contenidos estrategia campaña ciudadana IDT 2018, asistencia taller SIG y Control Interno, actualización y seguimiento aplicativo Riesgos del proceso de Comunicaciones para un total de seis actividades que además refuerzan el trabajo articulado con las demás áreas y en general, el cumplimiento de los logros organizacionales en este aspecto. Adicionalmente se concretaron acciones de apoyo a la gestión como la asistencia a talleres realizados para afianzar los conocimientos de la comunidad IDT, otras de capacitación hacia lo externo y demás responsabilidades asignadas desde la red de comunicaciones del distrito.</p> <p><b>Junio:</b> Se realizó una mesa de trabajo con el grupo de la oficina de Planeación encargado del seguimiento a riesgos y Plan Anticorrupción. Como resultado de lo anterior, se determinó ejecutar una serie de actualizaciones en la página de evidencia de 2017 y 2018. Por otro lado se hizo entrega de los monitoreos de medios, reporte de lo publicado en redes sociales y carteleras, que dan cuenta de la presencia de la Institución y su gestión.</p> <p><b>Julio:</b> Frente al cumplimiento de las acciones SIG, se realizó la activación del decálogo del buen trato y atención al ciudadano, a través de un juego de golosa; la estrategia de focus group para el código de integridad, reunión planeación día movilidad sostenible. También se diseñaron piezas para apoyar la difusión de los mensajes PIGA, las cuales se publican en las carteleras digitales. En general se realizaron 15 acciones para avanzar en el logro de esta meta.</p> <p><b>Agosto:</b> Con relación a las acciones realizadas para dar cumplimiento a la meta planteada, el equipo de comunicaciones asistió a la reunión realizada por Planeación en la que se compartieron las actualizaciones del comité institucional de gestión y desempeño del IDT, en el cual se indicaron entre otras reformas, el cambio en el nombre de los líderes operativos. De igual forma se actualizó el mapa de riesgos y se ejecutaron las acciones correspondientes para dar curso al plan anticorrupción siendo la más representativa, la rendición de cuentas que también apunto a responder al plan de participación ciudadana.</p> <p><b>Septiembre:</b> Las actividades de apoyo para el cumplimiento de esta meta durante septiembre son: Recepción, diseño, montaje y circulación 7 mensajes del Modelo Integrado de Planeación y Gestió, para equipo coordinación SIG, Oficina Asesora de Planeación, asistencia a reunión pre - auditoria Sistemas de Gestión de Calidad y Gestión Ambiental, seguimiento y ajustes en aplicativo de riesgos del proceso de comunicaciones, en respuesta a observaciones realizadas por Control Interno.</p> <p><b>Octubre:</b> Durante el mes de octubre se apoyaron las acciones para la implementación del MIPG, entre ellas la capacitación dictada por Control Interno y el diseño de una pieza que fue publicada en la intranet. Igualmente se adelantó la actualización bimensual del mapa de riesgos.</p> <p><b>Noviembre:</b> Entre las acciones de apoyo para la implementación del MIPG son: Proyección matrices plan de mejoramiento preauditoria interna, aportes a la comisión de personal.</p> <p><b>Diciembre:</b> Se proyectó la caracterización del proyecto de comunicaciones internas y externas. Se actualizó el DOFA del proceso de comunicaciones. De diligenció el formato de plan de mejora para reportar a control interno. Se realizó el seguimiento al aplicativo de riesgos y se realizó la estrategia de comunicación para rendición de cuentas.</p>														
	RETRASOS Y FACTORES LIMITANTES PARA AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LA META Y SOLUCIONES PROPUESTAS, ASÍ COMO IMPACTOS NEGATIVOS Y ACCIONES TOMADAS PARA PREVENIR SU REPETICIÓN														
Se requiere el insumo por parte de la oficina Asesora de Planeación para la publicación de las campañas PIGA. Las que se han publicado hasta el momento son iniciativa de la OAC.															



OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

Indicador estratégico al que contribuye la meta	Meta:	3. Atender al 100% las actividades de gestión de las comunicaciones internas y externas del Instituto Distrital de Turismo	LÍNEA BASE 2012-2015	META 2016-2020	ANUALIZACIÓN											
					Variable requerida	2016		2017		2018		2019	2020	Total		% de Ejec.
						Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Prog.	Prog.	Ejec.	
			100%	100%	100%	100%	99%	100%	101%	100%	100%	100%	60%	60%		
			100%	100%	100%	99%	100%	101%	100%	100%	100%	100%	60%	60%		
			0%	-	0%	-	0%	-	0%	0%	0%	0%				
			\$ 0	\$ 0	\$ 15.315.300	\$ 15.315.300	\$ 0	-					\$ 15.315.300	\$ 15.315.300	100%	
			\$ 0	\$ 0	\$ 15.315.300	\$ 15.315.300	\$ 0	-					\$ 0	\$ 0		
			\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	\$ 0		

SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2018 (Meta Constante)														
Atender al 100% las actividades de gestión de las comunicaciones internas y externas del Instituto Distrital de Turismo.														
Variable	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO	% EJE.
Meta alcanzada con rec. vigencia	5%	15%	26%	35%	44%	54%	64%	75%	85%	95%	100%	101%	101%	101%
Presupuesto de la vigencia ejecutado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	

ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META														
<p><b>COMUNICADOS DE PRENSA DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES DE LA ENTIDAD</b></p> <p><b>Enero:</b> Se realizaron 4 comunicados de prensa</p> <p><b>Febrero:</b> Se realizaron 12 comunicados de prensa relacionados con temas como la adecuación del Quiosco de la luz, Anato, bicirecorridos y visitas guiadas organizadas por el IDT, entre otros.</p> <p><b>Marzo:</b> Se redactaron 24 comunicados de prensa sobre temas relacionados con Festivales como el Internacional de Teatro y Estéreo Picnic en los que la Alcaldía y el IDT tuvieron una participación fundamental para proyectar a la ciudad como destino turístico cultural. El incremento en los comunicados durante el período en mención, obedecen a la nutrida agenda de semana santa, la cual incluyó recorridos religiosos con turistas y medios de comunicación, contribuyendo a la difusión de los sitios de este tipo de turismo en la ciudad.</p> <p><b>Abril:</b> Durante el mes de abril, el equipo de comunicaciones redactó 12 comunicados de prensa sobre temas como: WTFCF, Global Big Day, bicirecorridos graffiti y otros textos que resaltan los atractivos turísticos de Bogotá, entre otros. Estos comunicados además de informar a los públicos externos, mantuvieron en constante contacto con los medios de comunicación del sector turismo.</p> <p><b>Mayo:</b> En este período se redactaron 14 comunicados de prensa relacionados como la certificación de taxistas en cultura turística y seguridad vial, Bogotá: el destino más competitivo, turistas consumen cifras millonarias durante eventos de talla mundial, el Restrepo se embellece para turistas y locales, entre otros temas referentes a los eventos cubiertos. De igual forma, se redactaron los textos del Informe correspondiente al período abril - mayo. Por otro lado, se redactaron artículos y textos relacionados con los bicirecorridos, tendientes a mejorar la experiencia de los participantes en esta estrategia que es una prioridad para el IDT.</p> <p><b>Junio:</b> Durante el mes de junio se redactaron 14 comunicados de prensa, superando nuevamente la meta planteada. Los mismos hacen referencia a las diferentes gestiones y actividades que adelanta el IDT, entre ellas, los bicirecorridos, Bogotá como sede de la cumbre internacional de Escnna, las nuevas rutas seguras para los recorridos turísticos, biometrópolis y qué hacer en la ciudad durante los fines de semana. Es importante acotar que a través de los comunicados de prensa se fortalece la relación con los medios de comunicación.</p> <p><b>Julio:</b> En este período se redactaron 19 comunicados de prensa que dan cuenta de la gestión del Instituto que se suman a los 80 que se escribieron durante el primer semestre de 2018. Con relación a los boletines del mes de julio algunos de los temas fueron: Acicam, el censo de hoteles, taller de marketing y el apoyo a la redacción de los textos publicados en la revista Semana, entre otros comunicados.</p> <p><b>Agosto:</b> Durante el mes de agosto, se redactaron 20 comunicados de prensa. Se incluyen los textos redactados para las diferentes estrategias de comunicación interna y externa. Los temas de los comunicados de prensa fueron: Zona Mice, rendición de cuentas, biometrópolis y el festival Macarenazo, entre otros.</p> <p><b>Septiembre:</b> En este período se redactaron 20 textos entre los que se incluyen comunicados de prensa e insumos para las estrategias o campañas solicitadas. Algunos de los temas abordados en los comunicados son: la adopción de la estatua del almirante Padilla, día mundial del turismo, rueda de negocios, día del ajacero y sobre la infraestructura de los establecimientos de alojamiento para el biciturismo.</p> <p><b>Octubre:</b> En este período se redactaron 8 comunicados de prensa, como Día del Ajacero Santaferño, colegios amigos del turismo, entre otros. De igual manera se redactaron los textos para el news externo, el boletín interno Idtcomunicaciones. Por otro lado, se realizó la redacción de contenido para la cartilla turística.</p> <p><b>Noviembre:</b> Los comunicados de prensa redactados en noviembre fueron 8 y fueron sobre temas como: Stopover, feria de operadores turísticos, eventos de prevención de la Escnna. Además se redactaron textos para las campañas y actividades de comunicación interna. <b>Diciembre:</b> Se realizaron dos comunicados de prensa relacionados con la temporada de vacaciones y las actividades para realizar.</p> <p><b>Diciembre:</b> Durante el mes de diciembre se llevó a cabo un comunicado con las distintas actividades de la administración. Se llevaron a cabo reuniones para coordinar las acciones de Navidad. Se realizó una USB con la información necesaria para los hoteles y se realizó una rueda de prensa de todas las actividades de la temporada. Asimismo, se realizó una ayuda de memoria para la dirección y entrevistas con medios de comunicación.</p>														
<p><b>CUBRIMIENTO DE EVENTOS</b></p> <p><b>Enero:</b> Durante el mes de enero la realización de eventos es más baja, aún así se cubrió la jornada de Día sin Carro, bici caravana con Alcalde Mayor y otras entidades distritales, lanzamiento del diplomado Líderes en Turismo, reunión Presentación proyecto Labitur, entrega del premio a la educación ambiental, reunión estratégica bicitravesías, por citar algunas</p> <p><b>Febrero:</b> En el mes de febrero se cubrieron los siguientes eventos internos: reunión gestores de Ética; recorrido La Candelaria; taller de coaching liderazgo y trabajo en equipo; visita inducción eCenso asesor del DANE; capacitación de Planeación a equipo Comunicaciones, Plan de Gestión; Inducción IDT y celebración cumpleaños 11 del IDT para un total de 5 registros fotográficos de eventos.</p> <p><b>Marzo:</b> Frente a los externos se cubrieron los siguientes: Festival de Teatro, siendo los eventos de semana santa lo que mayor despliegue mediático obtuvo gracias a los recorridos religiosos y con medios de comunicación que se adelantaron</p> <p><b>Abril:</b> En materia de cubrimientos internos, en el mes de abril se hizo acompañamiento a las charlas de la PP LGBTI a informadores turísticos y a la comunidad IDT; además sobre charla residuos sólidos. Del mismo modo se realizó el cubrimiento al taller Modelo de Gestión Integral de Calidad y el recorrido turístico ASOGOBIERNO, sumado a la reunión de brigadistas.</p> <p>Con respecto a los eventos externos, el de mayor relevancia para el IDT fue el WTFCF, en el que el IDT tuvo una notable participación desde el Director hasta sus equipos aportaron al buen desarrollo de la actividad. En materia de comunicaciones, en dicho evento, el director fue entrevistado en un directo para Canal Capital y entrevistado por otros medios que también dieron despliegue. Con respecto a otros eventos, el equipo de comunicaciones asistió a la Filbo y su recorrido literario, DC en vivo, fotografía restaurante zona G, Bogotá Fashion Week, youtubers, capacitación de museos arqueológicos, entre otros eventos que siguen dando notoriedad al Instituto ante los medios de comunicación sumado a la coordinación interagencial.</p> <p><b>Mayo:</b> El equipo de comunicaciones del IDT ha venido cumpliendo con la agenda de eventos pautados por las áreas, entre ellos se destacan los cubrimientos a los eventos a los que el Director ha asistido, comunicando de manera oportuna la gestión que adelanta. Citando los eventos cubiertos se resaltan: el pacto 12 de octubre, la entrega de certificados, los diferentes recorridos técnicos y turísticos con públicos específicos. Del mismo modo, se asistió a eventos de gran impacto en la ciudad como el ARTBO, además de apoyar en lo comunicacional, logístico y conceptual de la Cumbre Internacional de Escnna.</p> <p>Con respecto a los eventos internos se cubrieron 10 con su registro fotográfico. Los mismos relacionan con: actividad antiestress, rumbaterapia, taller Piga, jornada de Brigadistas, conversatorio café participación ciudadana, entre otros.</p> <p><b>Junio:</b> En materia de cubrimientos externos, la actividad tanto en junio como en los demás meses del mes es de alta rotación gracias a que la OAC mantiene una cercana comunicación con sus fuentes. En tal sentido, algunos de los eventos cubiertos son: Inspección hotelera, consejo británico, recorridos con colegios amigos del turismo, la cumbre mundial de Escnna. En materia de eventos internos se pueden citar: taller de cambio climático, proyecto empresarial y demás capacitaciones adelantadas. De manera especial, se registró el fervor vivido durante los partidos de la selección Colombia durante el mundial.</p> <p><b>Julio:</b> El equipo de Comunicaciones del IDT apoyó el cubrimiento de 25 eventos externos. Con respecto a los eventos externos que responden a las acciones de las áreas misionales, se cubrió el Bogotá Audiovisual Market (BAM), los diferentes bicirecorridos entre ellos el literario, Colombia al parque en su rueda de prensa e inauguración. Asimismo, la inauguración del Quiosco de la Luz, catálogo artesanos de Colombia, el Festival Naranja, por citar algunos. Por otro lado, 11 fueron los eventos internos cubiertos entre los que se pueden mencionar talleres de: Emprendimiento, código de integridad, muévete por Bogotá; igualmente se asistió a reuniones de planeación de actividades como la rendición de cuentas.</p> <p><b>Agosto:</b> Con relación a los eventos internos, fueron cuatro los que cubrió el equipo de comunicaciones, entre los que se refieren la rendición de cuentas, reunión seguimiento Sistema Integral de Gestión IDT, comité operativo Reunión coordinación rendición de cuentas IDT 2018, activación lúdica pedagógica Decálogo del Buen Trato. En materia de cubrimientos externos, se cubrió zona Mice, jornada Bogotá Limpia, los diferentes recorridos como Virrey - Florida, vitrina artesanal, show room Cotelco. Como resultado de los cubrimientos se alimentan los diferentes canales y productos de comunicación interna y externa como el informativo Bogoturistando, carteleras digitales, comunicados de prensa y demás.</p> <p><b>Septiembre:</b> El equipo de comunicaciones cubrió 20 eventos externos; entre ellos se encuentra el ajacero challenge, día del turismo, festival Macarenazo, Jazz al Parque y los bicirecorridos realizados por el IDT.</p> <p><b>Octubre:</b> En el mes de octubre el equipo asistió a 23 eventos externos. Logró una muy buena cobertura del día del ajacero. Otros eventos fueron Artbo, Walk 21 y el diplomado por líderes en turismo, entre otros. Con relación a los internos se cubrieron el cine foro por el respeto, las celebraciones de halloween y día de la familia y la posesión de los nuevos funcionarios.</p> <p><b>Noviembre:</b> Los eventos cubiertos durante el mes de noviembre fueron 20; entre los que se citan los realizados sobre el Escnna, fam trips con periodistas argentinos, la ciclovia turística, feria de Teusaquillo, Expobar, entre otros.</p> <p><b>Diciembre:</b> ESCNNA Wolf / Recorrido Boyacá Ruta Leyenda El Dorado / Apertura Navidad Park Way / Conferencias tics y turismo / Festival Macarenazo, la Magia de la Navidad / Finalización curso lenguaje de señas / Lanzamiento stopover / Recorrido navideño Park Way / Visita de expertos del sector al IDT / Reunión secretaria de Seguridad / Asistencia a rueda de prensa navidad, parque Simón Bolívar / Asistencia a inauguración Expoartesanas / 2 visitas más a Expoartesanas Corferias / Reconocimiento índice de competitividad al IDT por Cotelco en Casa de Nariño / Jardín Botánico Información APP Navidad / Censo navideño de aves Círculo de la Sabana / Ciclovia nocturna / Inicio de navidad Parque El Tunal / Entrega de regalos a niños y niñas venezolanos, se tomaron fotografías del albrado de la ciudad, cubrimiento del video que se realizó en la ciudad, evento informe de gestión de fin de año del IDT / 5 eventos de novenas navideñas / Taller manejo de redes sociales / Graduación curso Gestores de integridad y MIGP / Rendición de cuentas del DASC.</p>														



OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

**REDES SOCIALES:**

**Enero:** Se ejecutó el análisis de redes sociales a través de Twitter Analytics y Estadísticas de Facebook, para trazar el comportamiento de las cuentas institucionales, que servirá como base al diseño de la estrategia de redes sociales del IDT para 2018.

**Febrero:** En Febrero, se adelantó el análisis de redes sociales a través de Twitter Analytics y Estadísticas de Facebook, para trazar el comportamiento de las cuentas institucionales, que sirven como base al rediseño y fortalecimiento de la estrategia de redes sociales del IDT para 2018. Igualmente, las primeras pautas para la estrategia de fortalecimiento del canal de YouTube del IDT; línea y contenidos que serán la base para la grabación, edición y emisión de los primeros contenidos del mes de marzo.

**Marzo:** En el transcurso del mes de marzo de 2018, se logró captar 193 nuevos seguidores en la cuenta @IDTBogota, un incremento de un % con respecto al mes de febrero, en el cual, se logró atraer a 142 seguidores nuevos.

Con respecto al período anterior la cantidad de tweets disminuyeron en 44, pues la estrategia del mes fue Semana Santa con menor impacto que el que logró en el mes de febrero la presencia de la ciudad en ANATO y tras encabezar como entidad para el Distrito la estrategia #DeBogotáMeGusta que generó gran alcance, posicionándose el # como 3 en tendencia del país por más de 6 horas.

También se alcanzó un incremento en las menciones que desde otras cuentas se hace del Instituto Distrital de Turismo, en esta red, identificado como @IDTBogota, pasando de 272 en el mes de febrero a 305 en el mes de marzo

**Abril:** Con respecto al mes anterior, crecimos en número de publicaciones: pasando de 270 en marzo a 294 en Abril; crecimos en impresiones de nuestros tweets: siendo de 190mil en marzo a 236mil en abril; así mismo crecimos en visitas al perfil: de 3.916 que se dieron en el mes de Marzo a 4.387 en abril. En cuanto al número de seguidores, no fue igual al alcanzado en el mes anterior; sin embargo, continuamos ganando seguidores en esta red @IDTBogota, con 133 nuevos seguidores ahora tenemos 15.297 seguidores del Instituto Distrital de Turismo en Twitter. Por otro lado, las menciones a @IDTBogota disminuyeron durante el mes de abril pasando a 242 menciones con respecto a las 305 que alcanzamos en el mes de marzo.

**Mayo:** La página de facebook ha tenido un comportamiento más dinámico con respecto a meses anteriores y registra más picos este mes. Así mismo, en el ítem de 'Personas alcanzadas', con un porcentaje de 26% de aumento y en el de 'Interacciones con la publicación que muestra un incremento del 16%. Por otro lado, las estadísticas de la última semana de mayo de 2018 sobre el comportamiento de la página evidencian que mejoraron durante ese periodo con publicaciones recientes.

Frente a la red social Twitter se evidencia una disminución en cuanto a menciones, visitas al perfil e impresiones de los tweets, esto debido al menor número de publicaciones con respecto al mes anterior; sin embargo los seguidores de la página durante el mes se incrementaron. Aunque las cifras y estadísticas en redes sociales fluctúan, es pertinente resaltar que las redes sociales del IDT ha jugado un papel fundamental en la divulgación de los bicirecorridos pues parte de la afluencia de participantes tiene su origen en las publicaciones en estos medios.

**Junio:** El comportamiento de las redes sociales del IDT sigue en aumento en algunas de ellas. Por ejemplo, en facebook se llegó a 16780 me gusta, un alcance de 20.712 y los visitantes orgánicos también crecieron, lo que refleja una fidelización de públicos externos a través de este medio de comunicación. Es fundamental reseñar que las redes sociales son de gran apoyo no solo para la difusión de la gestión; de igual manera aportan a la divulgación de temas inherentes a la actividad turística como: Enseñar mediante cortos videos o gifs a turistas y visitantes, cómo moverse en Bogotá, Cómo recorrer bici en Bogotá, infografías, datos curiosos y relevantes que informen a seguidores, turistas y a otro público perteneciente al sector turismo.

**Julio:** Las redes sociales se han constituido en un puente para comunicar la gestión del IDT al exterior. En tal sentido, en julio se creó una nueva cuenta de Instagram para consolidar la plataforma de redes sociales de la entidad. Las visitas a la página de facebook aumentaron, llegando a 106, 52 nuevos me gusta, un alcance de 2884 y un total de seguidores de 16 945, 130 más en comparación con el mes anterior. Las cifras de Twitter se proyectan en 2559 visitas al perfil, los nuevos seguidores arriban a 125 y los seguidores siguen aumentando hasta llegar a los 15,6 mil.

**Agosto:** A través de las redes sociales que maneja Comunicaciones se apoyó de manera importante la divulgación de las piezas e invitaciones a la rendición de cuentas, además el evento fue transmitido a través de Facebook Live de la página del IDT lo que expresa la importancia de estos medios en la planeación de estrategias de esta área. Con respecto a la estadísticas de este mes, el total de seguidores en la página de facebook hasta la fecha es de 17.189 y el número de me gusta aumentó un 24%. Con relación al twitter, se redactaron durante este períodos 193, hubo 3468 visitas al perfil y hay un total de 15,8 mil seguidores.

**Septiembre:** Las estadísticas de las redes sociales durante septiembre son las siguientes: Los seguidores de facebook fueron 323 lo que registra un incremento de 19%; los me gusta hasta la fecha son de 17550. En twitter también se registró un aumento del 28.4% en el número de seguidres mientras un 16.4% en las visitas al perfil. Este mes de publicó el informativo De Tour por Bogotá en el canal de Youtube. En la cuenta de Instagram que tiene 6204 seguidores, se compartieron fotos de ciudad y se apoyó la campaña del ajíaco.

**Octubre:** Los indicadores de redes sociales son los siguientes: La cifra de seguidores en facebook es 17.603, aumentó al igual que los me gusta a la página que llegaron a 17.775. El número de seguidores en Twitter también registró un incremento en 154, es decir que son 16,1 mil. Las visitas al perfil llegaron a 3.693 lo que apunta un incremento de 23,6%. El informativo digital De Tour por Bogotá se publicó en canal de Youtube.

**Noviembre:** El comportamiento de las redes sociales para el mes de noviembre fue: Número de seguidores en la página de facebook es de 17.852, megusta 17.907. El número de seguidores de Twitter subió a 16,2 mil mientras que las visitas al perfil llegaron a 4.153. También se realizó el informativo de Tour por Bogotá .

**Diciembre:** Se realizaron actividades relacionadas con la temporada, el video que se realizó en la ciudad y las distintas sinergias distritales. Con el #BogotáSeLuce iniciamos la Navidad

**CONTENIDOS PARA CANALES INTERNOS**

**Enero:** Se adelantaron acciones de comunicación interna como: imágenes proyectadas en el Wallpaper, 14 mensajes transmitidos a través de TodosIDT, 12 temas circulados en carteleras digitales; lo anterior, al igual que otras acciones, se constituyeron en el esfuerzo de comunicación principal durante el primer mes de 2018 con el cual se mantuvo informada la comunidad institucional.

**Febrero:** Se registran 23 contenidos compartidos, 7 videos proyectados, 6 contenidos internos proyectados y visibles en la intranet, 20 mensajes remitidos a través de TODOSIDT, 5 imágenes proyectadas en monitores de la red de computo servidores IDT, 5 registros fotográficos de eventos, además un gran número de acciones de apoyo a la gestión, entre otras actividades de CI, lo cual permitió que la comunidad institucional mantuviera informada del quehacer del IDT.

**Marzo:** Publicación en carteleras digitales de temas como el aniversario del IDT o la invitación capacitación PIGA/ 4 piezas campañas PIGA; de igual forma, las campañas distritales: Es Usted jurado de votación?/ Los derechos de la mujer/ Invitación museo Bogotá/ Mujer es Poder. Así mismo se publicaron en las carteleras, videos de: Bogotá en Vitrina Turística de Anato, bicitravesías, eventos IDT: plaza de Mercado La Perseverancia, recorrido "Recorrer la tierra". En total fueron 23 contenidos compartidos y 8 videos proyectados. Por otro lado, se remitieron 28 mensajes a través de Idtcomunicaciones, 7 imágenes proyectadas en monitores de la red de computo servidores IDT; en relación con el boletín virtual Infórmate se redactaron 7 temáticas en 4 folios. Los resultados registrados anteriormente, han permitido que la comunidad institucional permanezca informada y que los requerimientos de apoyo de comunicación en las estrategias implementadas por las áreas, aumenten de manera importante.

**Abril:** Frente a los canales internos durante el mes que finalizó se publicaron en intranet: un última hora, banner de transparencia y de crear un link por solicitud de Planeación y contenidos sobre Gestión de Riesgos.

**Correo institucional:** A través del correo idtcomunicaciones además de los comunicados de prensa para los públicos externos, se difundió información del público interno entre los cuales se destacan: mensajes institucionales de Te Amo Bogotá, las diferentes convocatorias como la de Control Interno o Planeación. De igual manera, se difundieron temas de repercusión distrital como la política LGBTI y apoyo a otras instituciones como IDAGER con los cuales se estimula a los servidores públicos a participar como ciudadanos de las iniciativas de la administración. En suma, se remitieron 35 mensajes a través de Todos IDT.

**Carteleras digitales:** Se continuó con la promoción de las campañas institucionales como PIGA, el apoyo de eventos internos como los realizados por Talento Humano, Control Interno; se publicaron imágenes y videos sobre eventos como WTCF, Filbo, Bogotá Fashion Week; apoyo a las campañas institucionales del distrito como el día mundial de la bicicleta y la cartilla para combatir la gripa. En total se publicaron 45 temas y 5 videos con los cuales la oficina asesora de comunicaciones dinamiza la información al interior de la entidad, visibilizando la gestión de las diferentes áreas.

En los Wallpaper: Se publicaron más de ocho imágenes proyectadas en monitores de la red de computo servidores IDT, con los cuales se difundieron temas referentes a día de la movilidad, primer respondiente/IDAGER, atractivo turístico eje ambiental; 1 atractivo turístico Parque Nacional.

**Mayo: Intranet:** Con respecto a este canal interno, se atendieron solicitudes de áreas como Corporativa que requirió la actualización de documentos para intranet. De igual manera, se atendió la solicitud realizada por el equipo de comunicaciones internas para subir la imagen del decálogo del buen trato para carteleras digitales., ajustes plan de acción institucional de participación ciudadana y la configuración decálogo del Buen Trato en la intranet.

**Correo institucional:** El correo institucional es tal vez uno de los canales internos con mayor dinámica pues además de reforzar las invitaciones a los eventos internos, es el eje amplificador de la campañas del distrito como el día de Familia, Bogotá es nuestra casa, además de temas estratégicos para la OAC como las actividades relacionadas con la Secretaría de la Mujer y específicamente con las campañas enfocadas a su Configuración Decálogo del Buen Trato en la Intranetsalud. En total, por este canal se difundieron 40 mensajes.

**Carteleras digitales:** La promoción y divulgación de las campañas institucionales PIGA es una acción de comunicación que mes a mes se implementa, así como las campañas remitidas desde el distrito como valores ciudadanos campaña Te Amo Bogotá; cumpleaños mayo del IDT, decálogo del Buen Trato, marca ciudad Bogotá 2600 metros más cerca de las estrellas, por citar algunos. Las carteleras han sido un apoyo fundamental para dar a conocer los eventos internos como la activación de participación y la sensibilización sobre el código de integridad. En consecuencia durante el mes de mayo se publicaron 49 temas incluyendo 5 videos.

**Boletín virtual:** El boletín virtual Infórmate fue publicado en la intranet. En esta edición se incluyeron temas como el día de la mujer, las capacitaciones adelantadas por las diferentes áreas de la entidad y demás temáticas de interés del público puertas adentro.

**Wall paper:** A través de este canal se publicaron 9 imágenes en la red de computadores del IDT. Entre los temas circulados pueden nombrarse: los días de la movilidad, la familia, afrocolombianidad y reciclaje entre otros, con los cuales se da apoyo y cumplimiento a las campañas referidas por el distrito.

**Junio:**

**Correo Institucional:** El correo institucional a cargo de la OAC es uno de los canales más activos pues diariamente se envían entre 3 y 4 mensajes diarios en apoyo a campañas del distrito como el partido de la vida para incentivar la participación en el mundial, el día de la movilidad, entre otros. La estrategia de género se sigue apoyando tanto en este canal como en las carteleras digitales. Por otro lado, se refuerza la invitación a los diferentes bicirecorridos de la entidad.

**Intranet:** En materia de intranet, se aprobó un plan de mejoramiento que será puesto en marcha en el mes de julio. Entre las propuestas planteadas se encuentran incluir una sección de vida institucional, de cumpleaños y publicar videos de los directivos como una estrategia para aumentar las visitas a la página. Por otro lado, se sostuvo un reunión de trabajo con el equipo de Corporativa que solicitó la inclusión de la sección Comunidad IDT en la cual se incluyan las promociones a las que tienen acceso los servidores públicos de la entidad.

**Carteleras digitales:** A través de las carteleras digitales se promocionan las actividades del IDT como los bicirecorridos que adelanta el idt, las campañas que comparten desde el distrito. En suma, este canal interno es uno de los que tiene mayor dinámica dado que cada día se modifican los temas en dos oportunidades debido a la alta demanda que existe.

**Wall Paper:** En los wall paper circularon imágenes para incentivar la participación ciudadana, el refuerzo a los temas de género, dando cumplimiento a los compromisos adquiridos con la secretaría de la mujer, por citar algunos de ellos.

**Julio:**

**Correo Institucional:** El correo institucional es el canal interno enfocado en apoyar primordialmente la difusión de los mensajes del distrito; en tal sentido fueron remitidos 47 mensajes.

**Intranet:** Las acciones de intranet se enfocaron en la proyección de contenido para la socialización de los acuerdos sindicales.

**Carteleras digitales:** 32 temas y 3 videos es el balance de lo publicado en las carteleras digitales durante el mes de julio. Los temas en términos generales fueron: las diferentes capacitaciones, invitaciones / convocatorias a eventos externos e internos, las políticas distritales como LGTBI y de equidad de género, haciendo énfasis en los bicirecorrido.

**Wallpaper:** Decálogo del Buen Trato en Atención al Usuario, atractivo turístico, centro Bogotá, son los temas que actualizaron en este canal interno.

**Agosto:**

**Correo institucional:** Durante el mes de agosto, se concretó una propuesta de enviar información a través de una plantilla con la que se condensaron los temas a compartir, entre ellos, rendición de cuentas, cursos ofrecidos a la comunidad institucional y tips para mejorar la vida laboral. Importante también señalar que se realizó una encuesta para medir la percepción sobre este canal de comunicación interna. Tanto el correo institucional Idtcomunicaciones como el resto de los canales, fueron amplificadores de la información relacionada con la rendición de cuentas.

**Intranet:** Con relación a la intranet, se atendieron solicitudes elevadas desde el área de planeación relacionadas con la publicación de hojas de vida e indicadores por procesos del segundo trimestre, solicitud que se concreta en una actualización de documentos.

**Cartelera digitales:** Como se reseñó, las carteleras digitales también fueron el canal de difusión para el tema de rendición de cuentas; la pieza diseñada se compartió más de 15 días para informar y generar recordación sobre el evento. Adicionalmente, se publicaron temas como: línea púrpura, el logo de participación ciudadana, bicirecorrido El Virrey, semana de la integridad, Walk 21, entre otros.

**Wallpaper:** Para profundizar y apoyar el plan de participación ciudadana, en wallpaper del mes de agosto, se difundió la pieza de invitación a la rendición de cuentas, alternada con la de participación para reforzar la unidad de criterio.

**Septiembre:**

**Correo institucional:** A través del correo institucional idtcomunicaciones@idt.gov.co se remitieron 53 mensajes institucionales sobre las diferentes campañas del distrito e información institucional, entre otros.

**Intranet:** En la intranet durante septiembre se hizo la actualización de un contenido relacionado con el código de Integridad y botón gestores de Integridad.

**Carteleras digitales:** 37 temas y 4 videos se publicaron a través de carteleras digitales. Algunos de los temas fueron: Día Internacional de la paz, Campaña Bogotá en cien palabras, Día de la Movilidad Sostenible, entre otros.

**Wallpaper:** En los wallpaper de la entidad se proyectaron 6 imágenes relacionadas con actividades internas, externas y campañas del distrito.

Porcentaje de avance en la implementación y mantenimiento del SIG en el IDT

Informe de gestión de la meta



OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

**Octubre:**  
**Carteleras digitales:** En las carteleras digitales se difundieron 30 temas durante el mes de octubre. Algunos de ellos fueron: Día del ajiao santafereño, bicirecorrido Santafereño, jornada de donación de sangre y semana de la salud y seguridad en el IDT, etc.  
**Intranet:** Se realizó 1 actualización de contenido en la intranet  
**Correo institucional:** Se implementó el boletín interno Ildtcomunicaciones que se publica los días lunes, miércoles y viernes. A través de este y el correo institucional se difundieron 25 temas. Por el correo Ildtcomunicaciones también se enviaron cuatro comunicados de prensa a la base de datos de periodistas.  
**Wallpaper:** En los wallpaper se proyectaron imágenes sobre los temas: Valores de la casa, día de la movilidad sostenible y día de los niños.  
**Noviembre:**  
**Carteleras digitales:** En cuanto a carteleras digitales, se publicaron 15 temas entre los que distinguen: Día de la Sostenibilidad Sostenible, concierto OFB, Expobar, infografía ¿cómo evitar subirse al tren de la desinformación en las redes sociales?, nueva fecha 5K servidores Bogotá y los nuevos representantes de los trabajadores en el Copasst, entre otros temas. Además se apoya la difusión de las campañas del distrito.  
**Intranet:** En la intranet se actualizaron contenidos sobre el Copasst y los gestores de ética.  
**Correo institucional:** A través del correo Ildtcomunicaciones se remitieron 21 mensajes institucionales. Algunos de ellos fueron: Bogotá Abierta, se busca blogueros que cuenten historias ciudadanas para el nuevo portal de Bogotá, invitación a aprender jugando a la participación ciudadana – La clave es participar, primera Feria de Servicios del IDPC y ¿sabes cómo garantiza el IDT la participación ciudadana n su gestión? Conoce su plan institucional de participación ciudadana – vigencia 2018.  
**Wallpaper:** En noviembre se actualizaron los siguientes temas: Frases de impacto campaña de apropiación participación ciudadana y el día de la Movilidad sostenible.  
**Diciembre:**  
**Carteleras digitales:** Se realizó la publicación de distintas acciones, programas, eventos, del Instituto y de la Alcaldía para cumplir con los lineamientos del equipo de comunicación interna del distrito. Con 21 temas entre los que están Navidad, historias de ciudadanos, día sin carro, etc., logramos dar información pertinente y adecuada a toda la comunidad institucional.  
**Intranet:** Se actualizó el contenido del Copas y se proyectó el contenido del comité de convivencia.  
**Correo institucional:** Se enviaron 14 mensajes a través del correo con información de la Alcaldía de Bogotá y temas de interés para la comunidad interna como cierre de gestión oferta de cursos gratuitos entre otros.  
**WALL PAPER**  
Campaña Te elegimos visita el nuevo portal web de la alcaldía de Bogotá  
**FONDO DE PANTALLA**  
Se llevarán a cabo tres cambios con información sobre mujeres en el turismo y la campaña del nuevo portal de Bogotá.

**ACTUALIZACIÓN, PUBLICACIÓN SOLICITUDES ATENDIDAS A TRAVÉS DE PÁGINA WEB.**  
**Enero:** Se realizaron 25 actualizaciones en la página web del IDT. De igual manera, se trazaron las pautas para el apoyo en la estructuración de la página de bicitravesías  
**Febrero:** La página web cumplió con las publicaciones, aproximadamente 25 y se procesaron 24 solicitudes de las diferentes áreas, esto permite que la comunicación sea socializada con la comunidad y/o públicos específicos de manera efectiva.  
**Marzo:** Se realizaron las 25 actualizaciones de rigor, que contemplan la rotación constante de banners con los que se promociona y difunde las actividades del IDT como los bicirecorridos, la programación de semana santa y la rendición de cuentas. De igual forma, a través de la página oficial, se publican los comunicados de prensa redactados. Por otro lado, desde el área de comunicaciones, también se aporta significativamente a la página de bicitravesías gracias al diseño de piezas gráficas y audiovisuales que no sólo permitan que este espacio se promocione, sino que también se dé a conocer a los diferentes públicos.  
**Abril:** Durante el mes de abril se concretaron las 25 actualizaciones a la página web del IDT entre las que se destacan los banners sobre el recorrido Virrey - La Florida, la invitación a los cursos de manipulación de alimentos, dando en este caso a conocer la gestión interinstitucional del Instituto. Por supuesto, se dió apoyo a la publicación de los eventos externos e internos; con esto, la página web se posiciona como una ventana a través de la cual la ciudadanía participa del devenir de la entidad.  
**Mayo:** Como en los meses anteriores, en mayo, se atendieron solicitudes de actualización de la página web, dirigidas desde áreas como Jurídica que solicitó un banner para publicar una contratación. Asimismo, se actualizó sobre fechas importantes como los días internacionales contra la homofobia y el de la familia. Es importante resaltar que en el mes de mayo se concretó el diseño de banners que además de cambiarle la imagen a la página, permitirán una mejor navegación y claridad al usuario sobre la gestión institucional. Por otro lado, frente a la página web también se realizó análisis de su estado actual, lo cual derivó en la articulación con Promoción y Destino con el compromiso de mantener al día el sitio web.  
**Junio:** La respuesta a las solicitudes enviadas por las áreas para publicación y actualización de la página web, como en los meses anteriores se cumplió con la meta establecida. Entre las áreas que solicitaron algún requerimiento, la que más se destaca es jurídica seguida de planeación. Entre los temas solicitados se distinguen la actualización y publicación de contratación, gestión de la información pública y ley de transparencia que durante el último bimestre ha sido uno de los temas de mayor demanda de actualización por parte de las áreas. De esta manera se aporta al cumplimiento de los requerimientos de la ley de transparencia con la que la entidad ha expresado gran compromiso.  
**Julio:** Durante el mes de julio se actualizaron 25 solicitudes para publicación en la página web e intranet. En su mayoría las solicitudes atendidas se enfocaron en dar respuesta a temas de transparencia (presupuesto y planeación), puntos de información turística y en general, los banners diseñados para divulgar la gestión de la entidad.  
**Agosto:** Las solicitudes atendidas durante agosto a través de la página web yeintranet, provinieron en su mayoría de la oficina de Planeación y estuvieron enfocadas en temas de transparencia. Entre las solicitudes más destacadas se refiere una nueva sección en la página, actualización del home o la publicación de estados financieros. Vale destacar que al responder a estos requerimientos, se refuerza la articulación y apoyo entre las áreas de la entidad. También se atendieron las solicitudes para desarrollar los subsites del Día del Ajiao y Rueda de Negocios, eventos priorizados por el Instituto con los cuales la página web, apoya su divulgación.  
**Septiembre:** El número de solicitudes atendidas a través de la página web aumentaron durante septiembre. Este mes se renovó la imagen de la página web, cumpliendo con algunos criterios como el de accesibilidad, requeridos por temas de transparencia. De igual modo se redactaron los textos introductorios para la actualización de los productos turísticos.  
**Octubre:** Las solicitudes atendidas para publicar, actualizar o brindar información en la página web durante este período fueron 44. Algunas de ellas responden a solicitudes de áreas como Corporativa, Jurídica, Observatorio. Entre los temas atendidos se distinguen: Boletín de cifras del observatorio, recorridos turísticos, agenda de ciudad, etc. Adicionalmente se actualizaron en la página web, los perfiles de los directivos; se culminaron los textos introductorios para la actualización de los productos turísticos.  
**Noviembre:** Durante el mes se atendieron 64 solicitudes para actualizar y/o publicar en la página web y la intranet. Las solicitudes atendidas, en general están relacionadas con transparencia, procesos contractuales, gestión de información pública, presupuesto y banner sobre las actividades propias de la gestión de la entidad. **Diciembre:** Se realizaron al rededor de 78 actualizaciones en la página web de la entidad por solicitud de las áreas de la misma.

#### CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA VISIBILIZAR LA GESTIÓN DE LA ENTIDAD

**Enero:** Se realizó el registro fotográfico de acciones del Instituto como el mantenimiento del Quisco de la luz, plaza Perseverancia y la socialización del día sin carro, entre otros.  
**Febrero:** Se coordinó la realización de contenido audiovisual para tener material sobre Bogotá nocturna, cubrimiento ANATO, video promocional de Bogotá, sitios turísticos nocturnos de Bogotá, entrega edición renders restauración y señalización. Se adelantó el registro fotográfico de eventos como el día sin carro, programa cultura turística y validación de las rutas establecidas en bicitravesías, entre otros, el registro permite actualizar el archivo fotográfico de la entidad. Apoyo a carteleras virtuales, respuesta a PQR y al programa de fortalecimiento empresarial.  
**Marzo:** Frente a las actividades realizadas en el plano audiovisual, el resultado que más resalta es el video de gran formato sobre semana santa en Bogotá que fue difundido en la página web de la entidad, en la de turismo religioso y las carteleras digitales. El video fue compartido además con una amplia base de datos que incluyó las entidades del distrito y el gremio hotelero; en este público, tuvo especial repercusión porque algunos solicitaron publicaron en sus respectivas páginas web. Con respecto al registro fotográfico se complementó con actividades realizadas en plazas como Samper y 7 de Agosto, además de los cubrimientos referidos.  
**Abril:** La producción audiovisual del mes de abril en cuanto a videos y fotografías estuvo caracterizada por los grandes eventos referidos como la Filbo, WTCF y Bogotá Fashion Week. Es importante resaltar que el apoyo en este campo durante el evento de WTCF por parte del equipo de comunicaciones del IDT, fue decisivo para los organizadores dado que las fotos y los videos fueron insumo para estos en China. Sumado a lo anterior, se apoyó también en el registro de las actividades propias del IDT como las mejoras al quisco de la Luz.  
**Mayo:** Con relación a los contenidos audiovisuales relacionados con videos, el equipo de comunicaciones adelantó los siguientes productos: Empresarios zona C, arreglo de quebradas, videos de taxistas certificados, saludos de agradecimientos de turistas que visitan la ciudad, entre otras, el seguimiento a los avances del Quisco de la Luz y al cementerio central. En lo referente al contenido fotográfico, fueron muchos los productos pero destacan los registros a eventos como la certificación a taxistas, internos como la campaña Soy 10, las adecuaciones a la Candelaria y la arquitectura del centro histórico, entre otros.  
**Junio:** Las piezas audiovisuales realizadas por el equipo de comunicaciones además de ser de alta calidad como la promo de aves, también registran la gestión de la entidad desde el Director que grabó especialmente un spot para invitar a la cumbre internacional de Escnna, al igual que las demás actividades como los recorridos por el cementerio central, la adjudicación de la licitación para la BTL, la travesía a Chingaza, capacitación frutas Bogotá, capacitación n secop, entre otros. El registro audiovisual y fotográfico es también uno de los medios internos que permite a la OAC hacer mayor presencia en la actividades, acciones y estrategias de la entidad.  
**Julio:** Los videos realizados durante este mes reflejan la intención de acercar el IDT a la ciudadanía; en consecuencia se grabaron videos cortos de personas que han sido beneficiadas con los talleres, capacitaciones y demás acciones. De igual forma, se produjeron videos sobre la sensibilización a la accesibilidad y su etapa de sensibilización. Entre tanto, el registro fotográfico estuvo enfocado a eventos adelantados por el Instituto a través de sus áreas misionales.  
**Agosto:** El contenido audiovisual para visibilizar la gestión de la entidad tuvo como producto, el informativo Bogoturistando que aunque será transmitido al canal de Youtube, está pensado para difundir la gestión de la entidad. De igual forma se realizaron videos de las actividades que cubre el equipo, promos de ciudad, también se apoyó la grabación de las audiencias adelantadas por jurídica, rueda de negocios, por citar algunos.  
**Septiembre:** Frente a la producción audiovisual del mes de septiembre se apoyó en la grabación y edición del ajiao challenge que incluyó 12 videos, fotos sobre la milla Bronx, plazaola calle 85. También se hizo el registro fotográfico de la capacitación de medidas de prevención de incendios, congreso mujer y tecnología y el congreso gastronómico, entre otros.  
**Octubre:** Los videos y fotografías responden a los eventos cubiertos. Por cada evento se realizan fotos y videos para visibilizar la gestión de la entidad.  
**Noviembre:** Los videos y fotografías responden a los eventos cubiertos. Algunos de estos fueron: Escnna, Navidad, Expobar, Ciclovía, megaplatón, entrega de reconocimiento competitividad turística, entre otros.  
**Diciembre:** Se realizó el cubrimiento de distintas actividades durante el mes de diciembre como la rueda de prensa y el alumbrado de Navidad.

#### DISEÑAR Y DIFUNDIR INFORMACIÓN QUE PERMITA DAR A CONOCER LOS OBJETIVOS, PROGRAMAS Y PROPÓSITOS DE LA ENTIDAD

**Enero:** Se realizó 5 estrategias de información y difusión del instituto.  
**Febrero:** Se realizó la actualización del cronograma mensual de actividades del Instituto, para poder hacer un seguimiento de las mismas y generar contenido que debe ser de conocimiento de la comunidad. De esa manera logramos promocionar y dar a conocer la gestión de la entidad en los distintos medios de comunicación internos y externos. Cumpliendo con la actividad de diseño aplicación de estrategias de información, se llevaron a efecto contactos con Embajadas, lo cual amplía el espectro de la entidad y concreta un relacionamiento estratégico hacia el exterior de la organización; de igual manera, se realizó el diseño de piezas como aplicativo de riesgos, Anato, cumpleaños IDT, día del Periodista además de atender solicitudes de diseño de las distintas áreas de la entidad.  
**Marzo:** Una de las estrategias definidas por el área de comunicaciones es establecer un relacionamiento estratégico con las embajadas. Sobre el particular, se concretaron espacios con las embajadas de Dinamarca y España, se visitaron las embajadas de China, Francia y Alemania. En semana santa se puso en marcha una estrategia de divulgación de la programación del asueto. El impacto de la misma dejó como resultados notables que 5000 personas visitaran los puntos de información turística; además la divulgación masiva en medios nacionales entre los que se distinguen El Tiempo, El Espectador, RCN radio y Noticias Caracol.  
**Abril:** El relacionamiento estratégico del IDT a través de la oficina asesora de comunicaciones va tomando cuerpo gracias a que se han afianzado las relaciones con embajadas como la Alemania y Reino Unido que han mostrado especial interés en compartir sus actividades con la entidad y que estas sean publicadas, en la medida de lo posible, a través de la página web. Del mismo modo, se realizaron nuevas reuniones con las embajadas de Francia, Alemania, Italia y los países bajos. En lo referente al diseño de piezas, se realizaron banners que aportan a la ley de transparencia, los cuales hacen referencia a las licitaciones. Igualmente, otros como el decálogo del buen trato, el libro gastronómico, sendero quebrada Las Delicias refuerzan los esfuerzos por visibilizar a Bogotá como destino turístico. Por otro lado, se apoyó el diseño de las presentaciones del Director, en los diferentes eventos en los que participó.  
**Mayo:** Frente al diseño de información para difundir sobre la entidad, se destacan piezas para la celebración de fechas importantes como los días de la familia y el reciclaje, igualmente se ha apoyado el diseño de piezas para eventos internos como la activación de participación, lo cual ha dinamizado la articulación entre las áreas. Con respecto al relacionamiento al exterior, enfocado a las embajadas, se continúa el seguimiento a las cartas enviadas a las embajadas de Francia, Italia y Países Bajos. La innovación en esta tarea es la invitación a la embajada de Reino Unido para participar en un bicirecorrido. Igualmente, se apoya desde comunicaciones a la revisión de los textos enviados desde diferentes áreas, logrando que la imagen externa hacia instituciones y otros públicos sea cuidada y coherente.  
**Junio:** En materia de diseño se realizaron piezas para: bicirecorrido graffiti, cumbre escnna, plantilla día sin carro, banner para primeros auxilios, por nombrar algunos. De igual forma, el equipo de diseño de la OAC apoyó la gestión del Director al diseñar las presentaciones con las cuales él representa a la entidad en diferentes acciones que la visibilizan; por citar alguno, se realizó la presentación para la mesa de trabajo en Anapoima. En otro orden de ideas, el trabajo con las embajadas sigue su curso a través del seguimiento a las invitaciones a recorridos y a actividades conjuntas que han permitido dar a conocer la entidad en este gremio y reforzar la presencia entre los hoteleros, por ejemplo. En este mes, el apoyo de la OAC en la difusión del proyecto de transilenio por la 7 fue fundamental para generar la asistencia del gremio hotelero, lo que derivó en la consolidación de una importante base de datos.  
**Julio:** Frente al relacionamiento estratégico que se planea, se continuó con el envío de correos a las embajadas de Canadá, España, Dinamarca, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos; igualmente se visitó otras embajadas como la de Chile, Argentina, Ecuador y Brasil para agendar citas con las cuales se acerquen las gestiones de ambas entidades. En lo relacionado con las acciones de diseño, algunas de las piezas se relacionan con los siguientes temas: recorridos de agosto, mapas de localidades, socialización ruta de emprendimiento, convocatorias, cursos estrategias además de las presentaciones para los eventos a los que asiste el Director.  
**Agosto:** Con relación al relacionamiento estratégico de la entidad con las embajadas, se envió a las embajadas de Canadá, España, Dinamarca, Alemania, Reino Unido, EE. UU y Ecuador la agenda de ciudad del mes de agosto, se hace la solicitud de material promocional para la reunión con las embajadas de Italia y Brasil, además concreta reunión con las embajadas de Ecuador y Brasil en las que se expone el quehacer del Instituto y los productos turísticos que maneja, entre otros temas. Con respecto al diseño para apoyar la difusión de la gestión de la entidad, se diseñaron las piezas antes y durante la rendición de cuentas y por supuesto, la presentación para este evento, entre otras tareas.  
**Septiembre:** En septiembre se diseñó el news y piezas de temas relacionados con el Modelo Integrado de Gestión, los recorridos Virrey - Florida en sus diferentes fechas. Por otro lado se diseñaron las presentaciones para diversos eventos como el día mundial de turismo y a los que asiste el Director del IDT. Con respecto al relacionamiento con las embajadas, se continuó fortaleciendo la interacción con estas entidades. Un logro en este mes fue la reunión con la embajada de Argentina a la que se le presentó la oferta institucional.  
**Octubre:** Durante el mes de octubre se diseñaron 14 piezas para difundir por los canales internos de la entidad. En lo relacionado al diseño de piezas para la difusión externa, se proyectó la cartilla de cultura turística, presentaciones para Navidad, ejecución presupuestal y plazas de mercado entre otras. Además se realizaron piezas sobre temas como los bici recorridos para alimentar las redes sociales, la página, entre otros.  
En cuanto a la difusión de la gestión en las embajadas, se compartió la agenda de ciudad con las de Canadá, España y Dinamarca, entre otras; se difundió a través de las redes sociales del IDT la agenda cultural de la embajada de Italia y se envió el newsletter a los operadores turísticos.  
**Noviembre:** En noviembre se diseñaron piezas, plantillas, folletos, brochures, presentaciones, entre otros, sobre eventos como walk 21, navidad, bicitravesías, procesos de contratación, activación de participación ciudadana y taller de redes sociales, por mencionar algunos.  
**Diciembre:** Se diseñaron presentaciones para rendición de cuentas, piezas graficas como infografías con información sobre el cierre de año y demás que le fueron pedidas al diseñador para dar a conocer nuestra gestión.

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

		<p><b>ARCHIVO FOTOGRÁFICO DE LA ENTIDAD</b> Mensualmente se cumple con la actualización del Sistema de Archivo Fotográfico - SAF de la Entidad, con el registro fotográfico de los eventos realizados y sitios de interés turístico de la ciudad. <b>Abril:</b> La actualización del archivo fotográfico de la ciudad tuvo como protagonista el sector gastronómico, dejando un insumo importante este importante activo de Bogotá, como lo evidencian las fotografías que reposan en las carpetas. <b>Mayo:</b> La actualización del archivo fotográfico se enfocó en los atractivos turísticos del centro histórico, momentos, infraestructuras emblemáticas y puntos de mayor interés para los turistas como la Candelaria, entre otros <b>Junio:</b> Se continuó la actualización del archivo fotográfico del IDT, siendo el tema central las arquitecturas emblemáticas de la ciudad como el cementerio central. Por otro lado, se va consolidando el archivo de la estrategia de bicirecorridos, haciendo énfasis en el graffiti para así, tener registro suficiente de este se constituye un esfuerzo principal para el distrito y la entidad. <b>Julio:</b> La actualización del SAF durante este mes tuvo como temas centrales el planetario, las ciclo rutas y el cementerio central. Atractivo turístico, Centro Bogotá <b>Agosto:</b> La actualización del archivo fotográfico giró en torno al centro de memoria histórica de Bogotá. <b>Septiembre:</b> Durante el mes de septiembre se hizo la actualización de 252 fotografías en el archivo fotográfico. <b>Octubre:</b> El archivo fotográfico en la plataforma de Google se actualizó con los siguientes temas: Biblioteca Pública Virgilio Barco, parque La Florida y Corferias. <b>Noviembre:</b> Durante el mes de noviembre la plataforma de Google se actualizó con la información de la bicitravesía de Tominé. Igualmente el archivo fotográfico en este mes se alimentó con registro fotográfico de distrito graffiti, expobar. y en general con las actividades propias de la gestión del IDT. <b>Diciembre:</b> Se llevó a cabo la actualización del archivo fotográfico con imágenes de Navidad, recorridos y grabación de video.</p>
<b>RETRASOS Y FACTORES LIMITANTES PARA AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LA META Y SOLUCIONES PROPUESTAS, ASÍ COMO IMPACTOS NEGATIVOS Y ACCIONES TOMADAS PARA PREVENIR SU REPETICIÓN</b>		
Debido a que no hay recursos para el SAF el archivo fotográfico se hace a través de la plataforma de Google fotos. La actualización de los productos turísticos en la página web ha sufrido retrasos debido a que la información requerida al área de Destino en repetidas ocasiones, no ha sido suministrada.		

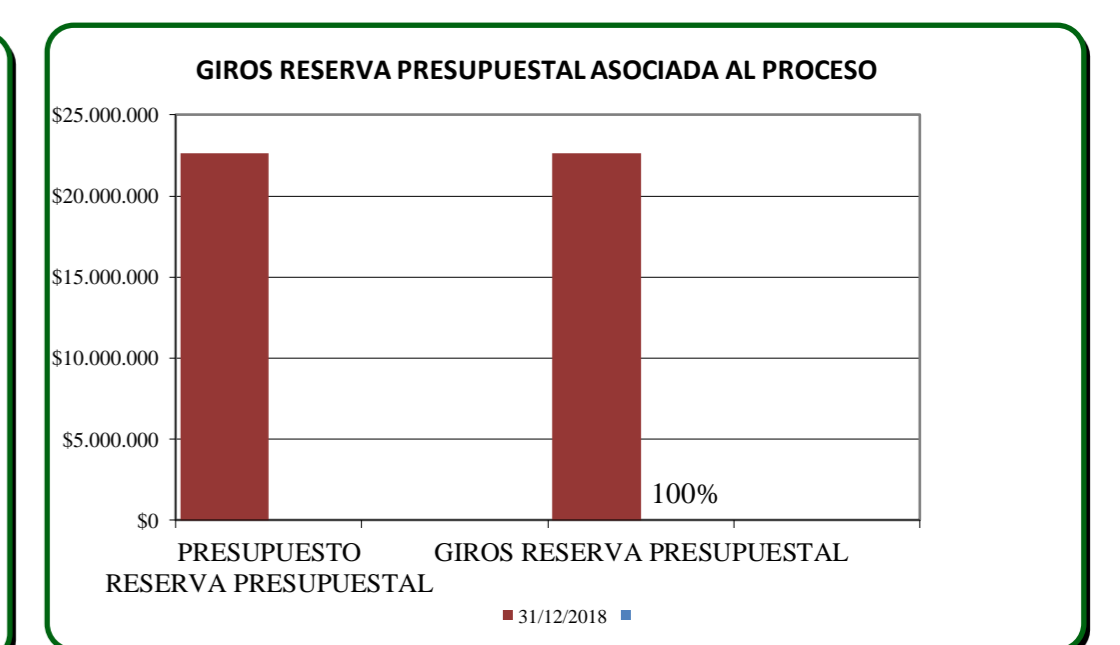
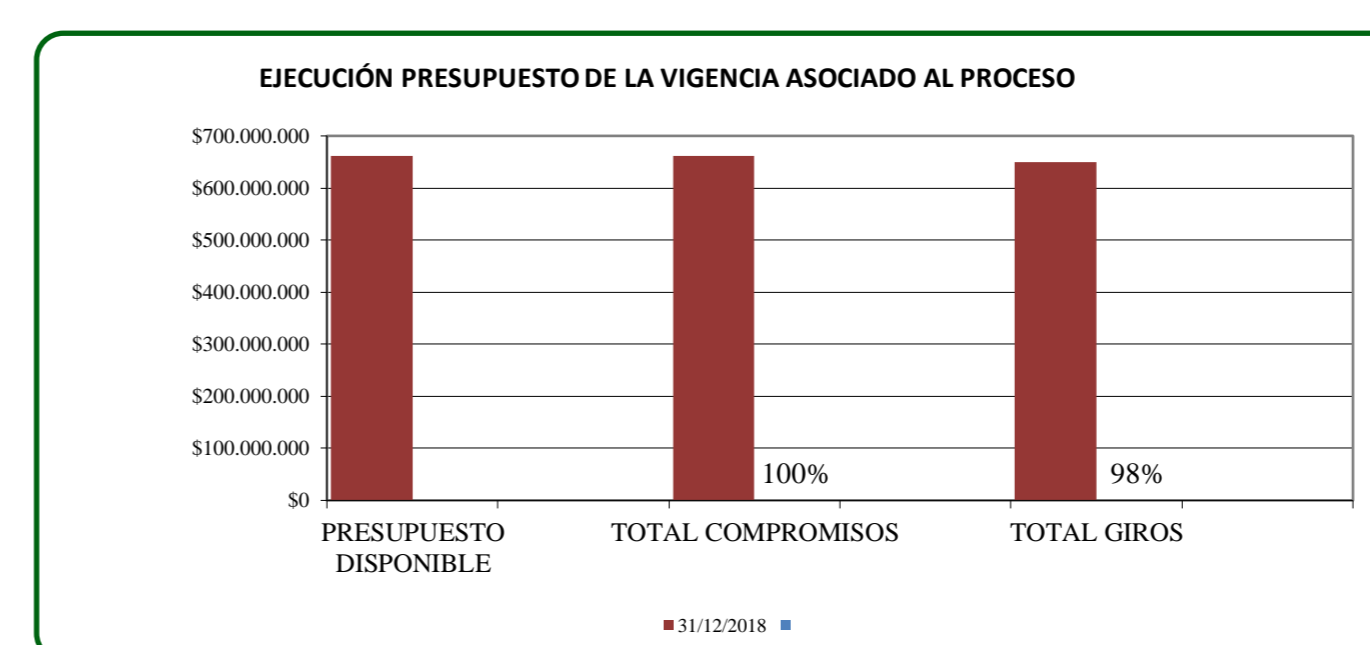
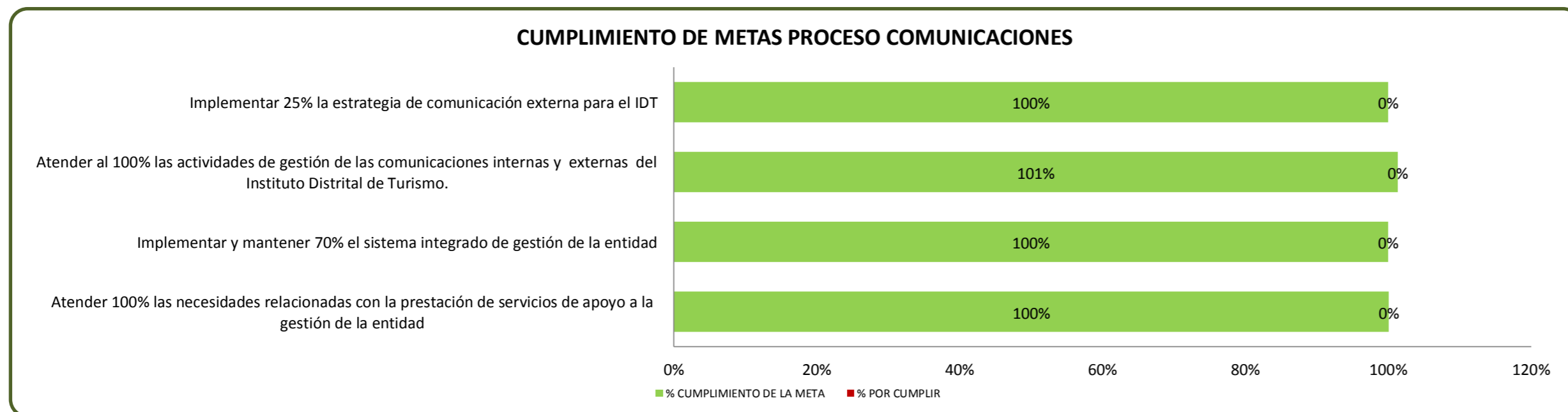
Indicador estratégico al que contribuye la meta	Meta:	LÍNEA BASE 2012-2015	META 2016-2020	ANUALIZACIÓN										Total	% de Ejec.	
				Variable requerida	2016		2017		2018		2019		2020			
					Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.			Ejec.
	<b>4. Implementar 100% la estrategia de comunicación externa para el IDT</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	Meta Total	-	-	-	-	25%	25%	100%	100%	100%	100%	100%	25%
				Meta vigencia	-	-	-	-	25%	25%	100%	100%	100%	100%	100%	25%
				Meta reservas	-	-	-	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%
				Ppto. Inversión (\$)	-	-	-	-	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000					\$ 160.000.000	\$ 160.000.000
				Giros Inversión (\$)	-	-	-	-	159.973.132							
				Reservas Inversión (\$)	-	-	-	-	\$ 0		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Variable	SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2018 (Meta Creciente)												ACUMULADO	% EJE.
	Implementar 25% la estrategia de comunicación externa para el IDT													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
Meta alcanzada con rec. vigencia	-	-	-	-	-	-	-	0%	0%	0%	5%	25%	25%	100%
Presupuesto de la vigencia ejecutado	-	-	-	-	-	-	-	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 160.000.000	\$ 0	\$ 160.000.000	100%

Informe de gestión de la meta	ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META												
	<p><b>Julio - Agosto:</b> Durante este bimestre se ha venido realizando el proceso de estudios previos para la contratación del operador que prestará los servicios de central de medios para divulgar la información relativa a la gestión institucional del IDT y garantizar la participación del sector turismo y la ciudadanía en procesos y proyectos de interés público. <b>Septiembre:</b> Para este mes reporta que los estudios previos ya pasaron a proceso de licitación. Las actividades asociadas a la meta fueron reprogramadas para el mes de septiembre. <b>Octubre:</b> En Octubre se realizó la modificación de la meta 4 que consiste en la eliminación de la actividad 4.2 relacionada con las redes sociales, debido a que no quedó contemplado en el contrato. <b>Noviembre:</b> Durante el mes de noviembre se realizaron tres publicaciones en medios impresos como el Espectador, La República y Portafolio, sobre aviturismo, ruta leyenda El Dorado y Bicitravesías. <b>Diciembre:</b> Se realizaron las publicaciones en revistas especializadas de turismo, se cumplió con las publicaciones en redes sociales y se realizaron las cuñas pertinentes en cada emisora propuesta como Blue radio, RCN y La FM.</p>												
	RETRASOS Y FACTORES LIMITANTES PARA AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LA META Y SOLUCIONES PROPUESTAS, ASÍ COMO IMPACTOS NEGATIVOS Y ACCIONES TOMADAS PARA PREVENIR SU REPETICIÓN												
<p><b>Octubre:</b> Los retrasos se deben a la demora en la entrega de las cotizaciones por parte de las empresas y a los ajustes en el presupuesto total. <b>Noviembre:</b> Las menciones en radio para noviembre se retrasaron debido a que la contratación quedó efectiva para la última semana de noviembre tiempo en el que se dificultaba la realización de las mismas.</p>													

METAS 2018	% CUMPLIMIENTO DE LA META	% POR CUMPLIR
1 Atender 100% las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad	100%	
2 Implementar y mantener 70% el sistema integrado de gestión de la entidad	100%	0%
3 Atender al 100% las actividades de gestión de las comunicaciones internas y externas del Instituto Distrital de Turismo.	101%	
4 Implementar 25% la estrategia de comunicación externa para el IDT	100%	0%

Fecha de Corte	PRESUPUESTO DISPONIBLE	TOTAL COMPROMISOS	TOTAL GIROS	PRESUPUESTO RESERVA PRESUPUESTAL	GIROS RESERVA PRESUPUESTAL
31/12/2018	\$661.287.566	\$661.287.566	\$650.784.031	\$22.645.480	\$22.645.480
		100%	98%		100%



Proyectó: Claudia Agudelo - Profesional Especializada Asesoría de Comunicaciones  
Revisó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones  
Aprobó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones  
Firma de quien aprobó: \_\_\_\_\_



**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO**  
**PLAN DE GESTIÓN**  
**MARCO OPERATIVO**

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

PLAN OPERATIVO ANUAL VIGENCIA: 2018																				PONDERACIÓN VERTICAL		Observaciones y/o Justificación en caso de no cumplir lo programado	EVIDENCIAS QUE SOPORTAN LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD	
Meta Táctica	ACTIVIDADES		Se ejecuta con recursos de:		Variable de medición	PROGRAMACIÓN / EJECUCIÓN MENSUAL DE ACTIVIDADES													META	ACTIVIDAD				
	Cod.	Descripción	VIGENCIA	RESERVA		Programado / Ejecutado	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic			Total			
Atender 100% las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad	1.1.	Identificar las necesidades de recurso humano para apoyar la gestión del proceso de Comunicaciones	X		Anteproyecto PAA	Prog.	#							0,6	0,2	0,2			1	1		Programación versión 1. del anteproyecto de presupuesto 2019. 17-09-2018 Presentación Anteproyecto de presupuesto IDT 2019 - MesaHacienda 17-09-2018 Listado de Asistencia mesa de inversión Secretaría de Hacienda 08-10-2018 Oficio 2018EE2667 Anteproyecto de Ppto 2019 Los archivos reposan en Oficina Asesora de Planeación, carpeta compartida Bk server/2018/Anteproyecto 2019		
						%																		
		1.2.	Adelantar las gestiones necesarias a fin de fortalecer el recurso humano requerido para apoyar la gestión del proceso de Comunicaciones	X		Documentos previos para contratar o adicionar contrato	Prog.	#	12						2	1	9			24	5	2	Las adiciones a los contratistas se realizaron de acuerdo a la disponibilidad presupuestal, por tanto algunos contratistas tuvieron más de una modificación contractual en el año o no se les pudo realizar. En el mes de julio se reportaron 2 adiciones pero solo se tuvo la necesidad de adicionar uno y el otro contrato salió hasta el mes de octubre. En el mes de septiembre se reportaron solo 3 adiciones y prórrogas pero en realidad se realizaron 7, la diferencia se reporta en octubre.	
							%		50,0															
		1.3.	Hacer seguimiento a la ejecución contractual del recurso humano que apoya el proceso de Comunicaciones	X	X	Informes de supervisión	Prog.	#	3	16	14	12	12	12	12	12	12	8	16	141	2	2	El retraso reportado en el mes de marzo fue subsanado en abril. En el mes de diciembre no se cumple lo programado, debido a que 1 contratista no presentó el informe de las actividades realizadas en los 2 últimos meses de ejecución de su contrato (111/2018). En los	
							%		2,1	11,3	9,9	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	5,7	11,3				100,0
							Ejec.	#	3	16	13	13	12	12	12	12	12	8	14	139				
							%		2,13	11,35	9,22	9,22	8,51	8,51	8,51	8,51	8,51	8,51	5,67	9,93				99
	Implementar y mantener 70% el sistema integrado de gestión de la entidad	2.1.	Actualizar la documentación del SIG, asociada al proceso de Comunicaciones.	X		Documentos actualizados	Prog.	#												1	3		Los documentos actualizados reposan en la carpeta PGI comunicaciones Meta 2 en la siguiente ruta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 2\ACTUALIZAR DOCUMENTOS SIG\	
%																								
		2.2.	Realizar acciones para la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG, de acuerdo con los lineamientos que define la Oficina Asesora de Planeación	X		Porcentaje de acciones realizadas	Prog.	#							20	20	20	20	20	100	10	3	Autodiagnóstico del proceso de comunicaciones, con su Plan de Acción. Reposan en la Oficina Asesora de Planeación.	
							%																	
		2.3.	Actualizar el mapa de riesgos de gestión y corrupción en la herramienta de riesgos del IDT y hacer seguimiento bimensual a las acciones implementadas.	X		Actividades de actualización y seguimiento	Prog.	#		1	1				1	1	1	1	1	6	2	2	Formulación y seguimiento Mapa de riesgos proceso de Comunicaciones. Las evidencias se encuentran en \\dtserver\COMUNICACIONES\META 2\	
							%			16,7	16,7				16,7	16,7	16,7	16,7	16,7	16,7				100,0
		2.4.	Ejecutar y reportar las actividades del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano	X		Actividades ejecutadas y seguimientos reportados	Prog.	#			1				1				1	3	2	2	Las solicitudes atendidas, las actividades realizadas, ejecutadas y reportadas, yacen en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 2\EJECUTAR Y REPORTAR PLAN ANTICORR\	
							%				33,3				33,3				33,3	100,0				
							Ejec.	#			1				1				1	3				
							%				33,33				33,33				33,33	100				
		3.1.	Realizar comunicados de prensa de las diferentes actividades de la entidad	X		Comunicados de prensa redactados	Prog.	#	4	6	5	5	5	5	5	15	15	15	15	100	10		Comunicados redactados reposan en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\COMUNICADOS\	
							%		4,0	6,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	15,0	15,0	15,0	15,0	100,0				
							Ejec.	#	4	12	24	7	14	14	19	20	15	8	8	2	147			
							%		4,00	12,00	24,00	7,00	14,00	14,00	19,00	20,00	15,00	8,00	8,00	2,00	147			
		3.2.	Realizar contenidos para canales internos	X		Canales internos actualizados (Intranet, Correo institucional, Carteleras digitales, Boletín virtual)	Prog.	#	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5		La evidencia de las piezas realizadas reposan en la carpeta \\dtserver\compantida comunicaciones\CARPETA COMPARTIDA 2018\COMUNICACIONES INTERNAS
							%		8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3			
							Ejec.	#	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48				
							%		8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3				100,0
		3.3.	Realizar el cubrimiento de los eventos internos y externos de la entidad.	X		Eventos cubiertos	Prog.	#	6	15	25	25	25	25	25	25	25	25	25	271	10		Los eventos cubiertos se encuentran en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\CUBRIMIENTO\	
							%		2,2	5,5	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2				100,0
							Ejec.	#	6	15	28	25	25	25	25	20	27	20	30	271				
							%		2,21	5,54	10,33	9,23	9,23	9,23	9,23	9,23	7,38	9,96	7,38	11,07				100



**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO**  
**PLAN DE GESTIÓN**  
**MARCO OPERATIVO**

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

PLAN OPERATIVO ANUAL VIGENCIA: 2018																				Observaciones y/o Justificación en caso de no cumplir lo programado	EVIDENCIAS QUE SOPORTAN LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD				
Meta Táctica	ACTIVIDADES		Se ejecuta con recursos de:		Variable de medición	Programado / Ejecutado	PROGRAMACIÓN / EJECUCIÓN MENSUAL DE ACTIVIDADES												PONDERACIÓN VERTICAL						
	Cod.	Descripción	VIGENCIA	RESERVA			Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total			META	ACTIVIDAD		
Atender al 100% las actividades de gestión de las comunicaciones internas y externas del Instituto Distrital de Turismo.	3.4.	Realizar contenido para ser difundidos a través de redes sociales	X		Contenidos realizados y difundidos	Prog.	#		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	660	55	5		Los contenidos publicados reposan en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\REDES SOCIALES\	
							%		9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1					9,1
		Ejec.	#		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	65	60	60	665	10	10		Las solicitudes atendidas, las actualizaciones y publicaciones en la página web se encuentran en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\SOLICITUDES ATENDIDAS\			
		%		9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,85	9,09	9,09	101								
		3.5.	Atender las solicitudes de las diferentes áreas de la entidad para brindar información, actualizar y/o publicar la página web.	X		Solicitudes atendidas, actualizaciones y/o publicaciones en la página web	Prog.	#	25	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	355	5	5		La evidencia de los registros audiovisuales y fotográficos están en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\CONTENIDO AUDIOVISUAL\	
		%		7,0	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	100,0							
		Ejec.	#	25	42	30	30	30	30	30	30	30	30	43	44	64	30	428	5	5		Las actualizaciones reposan en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\ARCHIVO FOTOGRAFICO\			
		%		7,04	11,83	8,45	8,45	8,45	8,45	8,45	8,45	8,45	12,11	12,39	18,03	8,45	121								
		3.6.	Generar contenido audiovisual para visibilizar la gestión de la entidad	X		Registro mensual audiovisual (Video y foto)	Prog.	#	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	5	5		Las estrategias diseñadas y publicadas se encuentran en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\DISEÑAR Y DIFUNDIR\		
		%		8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	100,0							
		Ejec.	#	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	5	5		Las actualizaciones reposan en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\ARCHIVO FOTOGRAFICO\			
		%		8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	100							
	3.7.	Diseñar y difundir información que permita a la comunidad conocer los objetivos, programas y propósitos de la entidad.	X		Estrategias publicadas	Prog.	#	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5		Las estrategias diseñadas y publicadas se encuentran en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\DISEÑAR Y DIFUNDIR\			
	%		8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	100,0								
	Ejec.	#	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5		Las actualizaciones reposan en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\ARCHIVO FOTOGRAFICO\				
	%		8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	100								
	3.8.	Archivo fotográfico de la entidad	X		Actualización mensual	Prog.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	5	5		Las actualizaciones reposan en la carpeta \\dtserver\COMUNICACIONES\META 3\ARCHIVO FOTOGRAFICO\				
	%		8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	100,0								
	Ejec.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	5	5		Los retrasos se deben a la demora en la entrega de las cotizaciones por parte de las empresas					
	%		8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33	8,33					100				
Implementar 25% la estrategia de comunicación externa para el IDT	4.1.	Realizar una publicación mensual en medios impresos de circulación nacional y/o revista especializada de turismo	X		Publicación impresa	Prog.	#										5			3	2	10	30	15	Los retrasos se deben a la demora en la entrega de las cotizaciones por parte de las empresas.
							%														50,0				
		Ejec.	#															0			4	7	11	15	Se emitió mayor cantidad de audios frente a lo programado, debido a que el oferente adjudicatario ofertó un menor precio, logrando mas emisiones diarias en los medios de comunicación.
		%																		40,00	70,00	110			
	4.2.	Divulgar en emisoras locales o nacionales las actividades priorizadas por las áreas misionales de la entidad	X		Audios publicados	Prog.	#										5			5	5	15	15		
	%																33,3			33,3	33,3	100,0			
	Ejec.	#																0			0	82	82		
	%																				546,67	100			
<b>TOTAL PONDERACIÓN VERTICAL</b>																			<b>100</b>	<b>100</b>					

Proyectó: Claudia Agudelo - Profesional Especializada Asesoría de Comunicaciones  
 Revisó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones  
 Aprobó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones  
 Firma de quien aprobó: \_\_\_\_\_





**INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO**  
**PLAN DE GESTIÓN**  
**TERRITORIALIZACIÓN DE LA INVERSIÓN Y POBLACIÓN BENEFICIADA**

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3- Afianzar la gestión de la entidad a través de la implementación de estrategias de fortalecimiento institucional que contribuyan a posicionar al Instituto como líder, a nivel nacional e internacional, en el desarrollo de Bogotá como un destino turístico
PROCESO SIG	02.-Comunicaciones

Meta Táctica	Localización de la inversión	Punto de territorialización		Variable requerida	Programación Vigencia 2018	Ejecución												Total			
		Nombre	Dirección			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre				
Atender 100% las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad	66. Entidad	Sede IDT	Cra 24 # 40-66	Meta vigencia	100%	21%	25%	29%	33%	36%	40%	46%	63%	76%	90%	95%	100%	100%			
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 501.287.566	\$378.716.800	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$8.040.000	\$5.068.000	\$82.453.733	\$7.500.000	\$13.860.000	\$5.649.033	\$ 501.287.566		
				Reservas (\$)	\$ 22.645.480	\$4.581.027	\$11.526.753	\$6.537.700	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$ 22.645.480	
				Población beneficiada		189	188	188	188	184	184	183	178	183	178	178	192	193	201	201	
						H: 65 M: 124	H: 65 M: 123	H: 64 M: 124	H: 64 M: 124	H: 64 M: 120	H: 64 M: 120	H: 64 M: 119	H: 61 M: 117	H: 61 M: 117	H: 65 M: 127	H: 66 M: 127	H: 71 M: 130	H: 71 M: 130			
Implementar y mantener 70% el sistema integrado de gestión de la entidad	66. Entidad	Sede IDT	Cra 24 # 40-66	Meta vigencia	70%			41%	49%	49%	49%	49%	53%	54%	63%	65%	70%	70%			
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
				Reservas (\$)	\$ 0																
				Población beneficiada		189	188	188	188	184	184	183	178	183	178	178	192	193	201	201	
						H: 65 M: 124	H: 65 M: 123	H: 64 M: 124	H: 64 M: 124	H: 64 M: 120	H: 64 M: 120	H: 64 M: 119	H: 61 M: 117	H: 61 M: 117	H: 65 M: 127	H: 66 M: 127	H: 71 M: 130	H: 71 M: 130			
Atender al 100% las actividades de gestión de las comunicaciones internas y externas del Instituto Distrital de Turismo.	66. Entidad	Sede IDT	Cra 24 # 40-66	Meta vigencia	100%	5%	15%	26%	35%	44%	54%	64%	75%	85%	95%	100%	101%	101%			
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
				Reservas (\$)	\$ 0																
				Población beneficiada		189	188	188	189	184	184	183	178	183	178	178	192	193	201	201	
						H: 65 M: 124	H: 65 M: 123	H: 64 M: 124	H: 65 M: 124	H: 64 M: 120	H: 64 M: 120	H: 64 M: 119	H: 61 M: 117	H: 61 M: 117	H: 65 M: 127	H: 66 M: 127	H: 71 M: 130	H: 71 M: 130			
Implementar 25% la estrategia de comunicación externa para el IDT	77. Distrital	Bogotá D.C.		Meta vigencia	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	25%	25%			
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 160.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$160.000.000	\$0	\$ 160.000.000	
				Reservas (\$)	\$ 0																
				Población beneficiada	\$ 140.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	141.979	141.979	
						H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: M:	H: 0 M: 0			

Proyectó: Claudia Agudelo - Profesional Especializada Asesoría de Comunicaciones  
 Revisó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones  
 Aprobó: Ivonne Maritza Chávez Morales - Asesora de Comunicaciones  
 Firma de quien aprobó: \_\_\_\_\_