



**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 ejecución del Plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG	LÍNEA BASE 2012-2015	META 2016-2020	ANUALIZACIÓN													
				Variable	2016		2017		2018		2019		2020		Total		% de Ejec.
Meta:	Gestionar el 100% del plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG	0%	100%	Magnitud de la Meta	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	
<b>SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2019 (Meta Creciente)</b>																	
<b>Gestionar el 100% del plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG</b>																	
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO	% EJEC.				
-	2%	11%	20%	21%	31%	63%	71%	80%	82%	92%	100%	100%	100%				

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

Febrero: Con respecto a las actividades del Plan Anticorrupción, se atendieron más de 35 solicitudes de publicación y/o actualización en la página web. De igual manera se dio respuesta a las solicitudes de información realizadas por los seguidores de las redes sociales del Instituto Distrital de Turismo.

Marzo: Durante el mes de marzo se publicaron en la página web 20 solicitudes que dan cumplimiento a lineamientos de Ley de Transparencia y en consecuencia al Plan Anticorrupción. Igualmente, a través de las redes sociales institucionales, se respondieron preguntas a los seguidores y también se dio respuesta a PQRS que allegaron al proceso. Sumado a lo anterior se avanzó en la implementación del MIPG, con acciones como: Seguimiento a Plan de Mejoramiento, adaptación y publicación piezas PIGA, asistencia charla reciclaje PIGA, asistencia reunión política pública mujer y género, proyección informe y evidencias Código de Integridad y Valores de la Casa. Dando cumplimiento a acciones de mejora continua se creó el formato solicitud de apoyo de comunicaciones, se actualizaron los indicadores de comunicación interna y externa, la implementación del cronograma de actividades, etc. Se actualizó el Manual de Comunicaciones pero aún no se ha subido a la intranet.

Abril: Dando cumplimiento a lo establecido para este mes, se reportaron las actividades para dar cumplimiento al Plan Anticorrupción, publicando en la página web temas como estados financieros, transparencia en información de interés, índice de transparencia de Bogotá, entre otros temas que suman más de 30 solicitudes atendidas. Además se reportó la hoja de vida de los indicadores de gestión registraron un crecimiento del 11% en el número de usuarios de redes sociales y un 73% en el cumplimiento de las solicitudes de apoyo.

Mayo: Durante mayo se realizaron las siguientes acciones para dar cumplimiento al Plan Anticorrupción: Se presentaron las evidencias de lo publicado en la página web según lo solicitado por la Oficina Asesora de Planeación. Con respecto a las acciones del SIG y MIPG, en mayo se concretaron las siguientes: Seguimiento a Plan de Mejoramiento, atención auditoría interna riesgos por Control Interno, apoyo y participación en la formulación actividades de las campañas Participación Ciudadana, Código de Integridad, Día de la Familia, Liberatón, asistencia a curso construcción de procedimientos.

Junio: En junio se atendieron más de 35 solicitudes de apoyo de Comunicaciones a las diferentes áreas del Instituto. Se actualizó en la intranet la Matriz de Comunicaciones del proceso y con relación a las actividades del Plan Anticorrupción se publicó en la página web: un permiso de publicación, fomento de la cultura y formularios, entre otros temas. Además se hizo seguimiento a Plan de Mejoramiento, apoyo y realización las campañas Participación Ciudadana y Código de Integridad, asistencia a charla MIPG Veeduría Distrital, Plan de Adquisiciones y contratación jurídica, participación actividades Semana del medio Ambiente, preparación para auditoría en julio.

Julio: En el mes de julio se atendieron más de solicitudes de apoyo de Comunicaciones, allegadas por las diferentes áreas. Además se reportaron las diferentes actividades correspondientes al plan anticorrupción que se publican en la página web. Adicionalmente se realizó el Plan Estratégico de Comunicaciones que funciona como la hoja de ruta del proceso.

Agosto: En el mes de agosto se procesaron 76 solicitudes de apoyo de Comunicaciones allegadas por las diferentes áreas. Además se atendieron 35 solicitudes en el marco del plan anticorrupción que se publican en la página web. Igualmente se realizó el segundo reporte para el seguimiento de los riesgos en el aplicativo.

Septiembre: En el mes de septiembre se procesaron solicitudes de apoyo a Comunicaciones. Además se apoyó al PIGA con la publicación de piezas en los canales internos y el diseño de las mismas.

Octubre: Durante el mes de septiembre, el equipo de Comunicaciones atendió más de 48 solicitudes de apoyo, las cuales fueron respondidas en su totalidad en los tiempos correspondientes. Además el equipo asistió a las actividades del PIGA y apoyó a la difusión de las mismas. Por otro lado, se construyó la estrategia de comunicación para la atención al ciudadano en redes sociales, experiencia que fue escogida como buena práctica para ser presentada ante la Veeduría Distrital.

Noviembre: El equipo de Comunicaciones asistió a la capacitación correspondiente de PIGA, además de apoyar en la difusión del evento y diferentes mensajes. Igualmente, se publicaron las solicitudes de publicación o actualización en la página web para dar cumplimiento al Plan Anticorrupción. Por otro lado, el equipo de comunicación interna, asistió al taller de contextualización de normas Iso 90001 y 14001.

Diciembre: En diciembre se atendieron 69 solicitudes de apoyo de comunicaciones, allegadas por las diferentes áreas de la entidad. Asimismo se planeó y ejecutó la estrategia en conjunto con el PIGA para la realización de las novenas Econavideñas y la correspondiente encuesta. Con relación a las actividades del Plan Anticorrupción, estas se atendieron a través de la página web las cuales se relacionaban con publicación de archivos, informe de PQRS y otros temas como gestión y desarrollo.

**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**

Ninguno

Proyectó: Ayda Luisa Córdoba  
 Revisó: Alejandra Solano Polanía  
 Aprobó: Alejandra Solano Polanía  
 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													
					Variable requerida	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%
			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	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271	\$ 569.538.271
			\$ 43.923.500	-	\$ 369.963.959	-	\$ 490.810.899	-	\$ 521.703.801	-	\$ 521.703.801	-	\$ 521.703.801	-	\$ 521.703.801	-	\$ 521.703.801	-
			\$ 0	-	\$ 6.723.167	-	\$ 22.645.480	-	\$ 22.645.480	-	\$ 22.645.480	-	\$ 22.645.480	-	\$ 22.645.480	-	\$ 22.645.480	-

SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2019 (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	10%	23%	38%	52%	58%	65%	69%	84%	88%	92%	96%	100%	100%	100%	100%
Presupuesto de la vigencia ejecutado	\$ 0	\$ 189.167.000	\$ 151.746.000	\$ 116.749.000	\$ 24.500.000	\$ 36.666.667	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 50.252.627	\$ 569.081.294	\$ 569.081.294	100%
Giros Reservas	\$ 0	\$ 10.476.667	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 10.476.667	\$ 10.476.667	100%

ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META															
En el mes de enero se hizo la revisión del Plan Anual de Adquisiciones, programando el recurso humano necesario para apoyar el proceso de Comunicaciones.															
De acuerdo con los recursos programados, se realizó la contratación de trece personas para apoyar la gestión asociada al proceso así:															
Febrero: Contrato 23-2019 con Andrea González, Contrato 24-2019 con Juan Carlos López, Contrato 25-2019 con Ayda Luisa Córdoba, Contrato 26-2019 con Martha Hernández.															
Marzo: Contrato 76-2019 con Diego Mayorga, Contrato 84-2019 con Cristian Díaz, Contrato 90-2019 con Myriam Bocarejo, Contrato 96-2019 con Carolina Espitia.															
Abril: Contrato 112-2019 con Lina Castañeda, Contrato 119-2019 con Jaison Moreno, Contrato 121-2019 con Victor Fernández.															
Mayo: Contrato 166-2019 con Natalia Chávez.															
Junio: Contrato 170-2019 Andrés Viveros															
Mensualmente se hace seguimiento al cumplimiento de las obligaciones contratadas y se realizan los informes de supervisión de los contratistas.															
En el mes de agosto hizo la programación del Anteproyecto de presupuesto de inversión 2020, acorde con los lineamientos establecidos por la Oficina Asesora de Planeación mediante memorando 2019IE1093. Durante este proceso se hizo la proyección del recurso humano requerido para apoyar el proceso durante la vigencia 2020, la cual fue revisada en mesa de trabajo entre la OAP y el área de Comunicaciones el día 26 de agosto y en comité directivo del 28 de agosto de 2019. Una vez aprobado por el Comité, la OAP consolidó el anteproyecto del Plan Anual de Adquisiciones de inversión para la vigencia 2020 para presentar a Secretaría Distrital de Hacienda.															
En el mes de noviembre se hizo la cesión del contrato No. 76, de Diego Mayorga a Angie Laverde															
Diciembre: En este mes se realizó adición y prórroga de los siguientes contratos: 90, 170, 23, 166, 25, 119 y 121. Por otro lado, se prorrogó el contrato 84. Los demás contratos finalizaron de acuerdo a lo planificado.															
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															
Ninguno															

Indicador estratégico al que contribuye la meta	Meta:	2. Gestionar el 100% del plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG	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.	Ejec.	Prog.	Ejec.	Prog.	Ejec.	
			0%	100%														

SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2019 (Meta Creciente)															
Gestionar el 100% del plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG															
Variable	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO	% EJE.	
Meta alcanzada con rec. vigencia	-	2%	11%	20%	21%	31%	63%	71%	80%	82%	92%	100%	100%	100%	100%
Presupuesto de la vigencia ejecutado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	100%

ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META															
<b>Febrero:</b> Con respecto a las actividades del Plan Anticorrupción, se atendieron más de 35 solicitudes de publicación y/o actualización en la página web. De igual manera se dio respuesta a las solicitudes de información realizadas por los seguidores de las redes sociales del Instituto Distrital de Turismo.															
<b>Marzo:</b> Durante el mes de marzo se publicaron en la página web 20 solicitudes que dan cumplimiento a lineamientos de Ley de Transparencia y en consecuencia al Plan Anticorrupción. Igualmente, a través de las redes sociales institucionales, se respondieron preguntas a los seguidores y también se dio respuesta a PQRs que allegaron al proceso. Sumado a lo anterior se avanzó en la implementación del MIPG, con acciones como: Seguimiento a Plan de Mejoramiento, adaptación y publicación piezas PIGA, asistencia charla reciclaje PIGA, asistencia reunión política pública mujer y género, proyección informe y evidencias Código de Integridad y Valores de la Casa. Dando cumplimiento a acciones de mejora continua se creó el formato solicitud de apoyo de comunicaciones, se actualizaron los indicadores de comunicación interna y externa, la implementación del cronograma de actividades, etc. Se actualizó el Manual de Comunicaciones pero aún no se ha subido a la intranet.															
<b>Abril:</b> Dando cumplimiento a lo establecido para este mes, se reportaron las actividades para dar cumplimiento al Plan Anticorrupción, publicando en la página web temas como estados financieros, transparencia en información de interés, índice de transparencia de Bogotá, entre otros temas que suman más de 30solicitudes atendidas. Además se reportó la hoja de vida de los indicadores de gestión registraron un crecimiento del 11% en el número de usuarios de redes sociales y un 73% en el cumplimiento de las solicitudes de apoyo.															
<b>Mayo:</b> Durante mayo se realizaron las siguientes acciones para dar cumplimiento al Plan Anticorrupción: Se presentaron las evidencias de lo publicado en la página web según lo solicitado por la Oficina Asesora de Planeación. Con respecto a las acciones del SIG y MIPG, en mayo se concretaron las siguientes: Seguimiento a Plan de Mejoramiento, atención auditoria interna riesgos por Control Interno, apoyo y participación en la formulación actividades de las campañas Participación Ciudadana, Código de Integridad, Día de la Familia, Liberatón, asistencia a curso construcción de procedimientos.															
<b>Junio:</b> En junio se atendieron más de 35 solicitudes de apoyo de Comunicaciones a las diferentes áreas del Instituto. Se actualizó en la intranet la Matriz de Comunicaciones del proceso y con relación a las actividades del Plan Anticorrupción se publicó en la página web: un permiso de publicación, fomento de la cultura y formularios, entre otros temas. Además se hizo seguimiento a Plan de Mejoramiento, apoyo y realización las campañas Participación Ciudadana y Código de Integridad, asistencia a charla MIPG Veeduría Distrital, Plan de Adquisiciones y contratación jurídica, participación actividades Semana del medio Ambiente, preparación para auditoria en julio.															
<b>Julio:</b> En el mes de julio se atendieron más de solicitudes de apoyo de Comunicaciones, allegadas por las diferentes áreas. Además se reportaron las diferentes actividades correspondientes al plan anticorrupción que se publican en la página web. Adicionalmente se realizó el Plan Estratégico de Comunicaciones que funciona como la hoja de ruta del proceso.															
<b>Agosto:</b> En el mes de agosto se procesaron 76 solicitudes de apoyo de Comunicaciones allegadas por las diferentes áreas. Además se atendieron 35 solicitudes en el marco del plan anticorrupción que se publican en la página web. Igualmente se realizó el segundo reporte para el seguimiento de los riesgos en el aplicativo.															
<b>Septiembre:</b> En el mes de septiembre se procesaron solicitudes de apoyo a Comunicaciones. Además se apoyó al PIGA con la publicación de piezas en los canales internos y el diseño de las mismas.															
<b>Octubre:</b> Durante el mes de septiembre, el equipo de Comunicaciones atendió más de 48 solicitudes de apoyo, las cuales fueron respondidas en su totalidad en los tiempos correspondientes. Además el equipo asistió a las actividades del PIGA y apoyó a la difusión de las mismas. Por otro lado, se construyó la estrategia de comunicación para la atención al ciudadano en redes sociales, experiencia que fue escogida como buena práctica para ser presentada ante la Veeduría Distrital.															
<b>Noviembre:</b> El equipo de Comunicaciones asistió a la capacitación correspondiente de PIGA, además de apoyar en la difusión del evento y diferentes mensajes. Igualmente, se publicaron las solicitudes de publicación o actualización en la página web para dar cumplimiento al Plan Anticorrupción. Por otro lado, el equipo de comunicación interna, asistió al taller de contextualización de normas Iso 90001 y 14001.															
<b>Diciembre:</b> En diciembre se atendieron 69 solicitudes de apoyo de comunicaciones, allegadas por las diferentes áreas de la entidad. Asimismo se planeó y ejecutó la estrategia en conjunto con el PIGA para la realización de las novenas Econavideñas y la correspondiente encuesta. Con relación a las actividades del Plan Anticorrupción, estas se atendieron a través de la página web las cuales se relacionaban con publicación de archivos, informe de PQRs y otros temas como gestión y desarrollo.															
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															
Ninguno															

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.	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	\$ 15.315.300	\$ 15.315.300	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 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	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-	\$ 0	-

SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2019 (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	1%	10%	19%	28%	37%	46%	55%	64%	73%	82%	91%	100%	100%	100%
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														
<b>Comunicados de prensa:</b>														
<b>Febrero</b>														
Se realizaron comunicados de prensa para: Vitrina de Anato, previo a Vitrina de Anato y de cierre de la actividad. De igual forma se redactaron contenidos para la revista LEA de Alcaldía de Bogotá, se recopiló información para enviar a: Canal capital, periódico ADN, guión para video día sin carro, y nota para página sobre bicirecorridos, nota audiovisual sobre agencia de turismo del TransmiCable y el guión para director sobre cumpleaños IDT.														
<b>Marzo</b>														
Bogotá: Divertida, Atractiva y Vibrante!, El IDT, fortalece el sector aaviturismo en Bogotá, 50 empresas del Sector Turismo se Graduaron de ITACA. Además se generó contenido para canales internos para apoyar las diferentes campañas que se adelantan.														
<b>Abril</b>														
En el mes de abril se redactaron 11 comunicados de prensa más la redacción 15 textos para generar contenidos de comunicación interna.														
<b>Mayo</b>														
Durante el mes de mayo se redactaron más de 11 comunicados de prensa la mayoría de ellos relacionados con eventos cubiertos como SPorfest, Artbo, Día Mundial de los Museos, entre otros. De igual forma, se apoyó en la redacción de más de 20 textos para alimentar las redes sociales institucionales y para el diseño de piezas gráficas que son utilizadas en las campañas y estrategias de Comunicación Interna.														
<b>Junio</b>														
Se redactaron 15 comunicados de prensa sobre eventos cubiertos y otros temas relacionados con el turismo en Bogotá. Igualmente se redactaron más de 10 textos para campañas internas, respuestas a derechos de petición y solicitudes de la ciudadanía.														
<b>Julio</b>														
En julio se redactaron 19 comunicados de prensa relacionados con los cubrimientos realizados durante el mes. Además se hizo revisión de estilo para la revista Report en la que el IDT tuvo la responsabilidad de 24 temas.														
<b>Agosto</b>														
Durante el mes de agosto se redactaron más de 15 comunicados de prensa que fueron publicados en la página web de la entidad. De igual forma, se redactaron y revisaron 23 textos.														
<b>Septiembre</b>														
El equipo de Comunicaciones durante el mes de septiembre redactó más de 27 comunicados de prensa de temas relacionados con Barcú, música sacra y diferentes press trip realizados por Promoción.														
<b>Octubre</b>														
Se redactaron más de 23 comunicados de prensa sobre los eventos cubiertos primordialmente. También se realizó la revisión de estilo tanto de los comunicados como de otros textos generados por las diferentes áreas de la entidad, como la Guía LGBTI.														
<b>Noviembre</b>														
Se proyectaron 27 comunicados de prensa referentes a los eventos que cubrió el equipo de comunicación externa y otros temas relacionados con la gestión de la entidad. Algunos de los temas fueron: eliminatorias del Ajiaco, Bogotá Madrid Fusion y Dorado Fest, entre otros.														
<b>Diciembre</b>														
Durante el mes de diciembre se redactaron 16 comunicados de prensa, la mayoría de ellos relacionados con los eventos cubiertos. Algunos de los comunicados son de temas como. Bogoshorts, expoartesánias, Monserrate y el proceso del Ajiaco. De acuerdo a lo planeado en el marco operativo, la actividad se cumplió a cabalidad porque cada mes se redactaron como estaba previsto.														
<b>Canales internos</b>														
<b>Enero:</b>														
Con relación a los contenidos para canales internos se realizaron las siguientes acciones:														
<b>Cartelera digitales:</b> Se publicaron 18 temas y dos videos. Entre los temas publicados se encuentran: PIGA Ahorro y energía del agua, ahorro de energía, solo por hoy cero papel, reciclar/transforma, separar es ayudar y puntos ecológicos; campaña un trato por el Buen Trato, campaña Mujer y Género No estás sola y Línea Purpura, la construcción de la agenda social gay de Bogotá y el día de la movilidad sostenible.														
<b>Correo institucional:</b> A través del correo idtcomunicaciones@idt.gov.co, se remitieron 18 mensajes institucionales relacionados con temas como: video 10 mil contenedores en las calles de Bogotá, la estrategia para aprender a reciclar, te invitamos a unirte a la caravana en bici con el alcalde Peñalosa, día sin carro y sin moto; en bici somos más sostenibles, Bogotá capital mundial de la bici; boletín alcalde Peñalosa, entre otros.														
<b>Wallpaper:</b> Se compartió en los equipos de la comunidad institucional la campaña PIGA en acción, específicamente sobre puntos ecológicos. Además se actualizó la pantalla digital de recepción con algunas campañas del distrito.														
Adicionalmente el equipo apoyó con el cubrimiento de 5 eventos internos como la capacitación DASC, evacuación por temblor o la rueda de prensa Feria del Cuero. Por otro lado, se apoyó la gestión de la oficina asesora en actividades relacionadas con la proyección de informes como el de gestión diciembre 2018, política pública mujer y género 2018 y política pública LGBTI 2018; además de la recepción, configuración, diseño y circulación por canales de comunicación IDT de imágenes campañas del distrito y eventos IDT, entre otras acciones.														
<b>Febrero:</b>														
<b>Cartelera digitales:</b> Durante el mes de febrero se publicaron 16 temas y 5 videos relacionados con temas como: Día del periodista, convocatoria POT localidades San Cristóbal, Usme y Kennedy, 10 mandamientos del BiciUsuario, cumpleaños IDT, bicirecorrido Parque El Virrey La Florida, entre otros.														
<b>Correo institucional:</b> A través del correo institucional idtcomunicaciones@idt.gov.co se difundieron 8 mensajes sobre temas como el cumpleaños del Instituto Distrital de Turismo, Agenda Pública de la Política Pública de la Bicicleta, boletín digital Info al Día, Conversatorio sobre libretas militares hombres trans.														
<b>Wallpaper:</b> En febrero se proyectaron en los monitores de la red de computo los siguientes temas: Cumpleaños no. 12 del Instituto Distrital de Turismo, campaña IDT #SeguridadTurística Conducta 1, Campaña IDT #SeguridadTurística Conducta Campaña IDT #SeguridadTurística Conducta, Día sin carro y sin moto.														
<b>Intranet:</b> En la intranet del IDT se proyectaron contenidos sobre el Comité de Convivencia Laboral IDT, publicación testimonios de cumpleaños IDT.														
<b>Marzo</b>														
<b>Cartelera digitales:</b> En marzo, a través de las cartelera digitales, se publicaron 32 temas que permitieron la divulgación de los proyectos de la entidad como los diferentes bicirecorridos, las campañas distritales como el día de la movilidad, agenda y convocatoria a conmemorar Día Internacional de la Mujer, plazo para actualizar Registro Nacional de Turismo y conciertos FIB, entre otros. También se publicaron dos videos sobre pasaje Rivas y certificados emprendedores Uniminuto.														
<b>Correo Institucional:</b> 36 mensajes institucionales fueron compartidos desde el correo idtcomunicaciones@idt.gov.co. Este es uno de los canales que más apoya la comunicación interna al divulgar temas como: Día Internacional de la Visibilidad Trans, El IDT reconoce la cultura de "En Bogotá se puede ser", Último plazo para los prestadores de servicios turísticos para renovar RNT – 31 de marzo, Hoy 22 de marzo, Día Mundial del Agua.														
<b>Wallpaper:</b> A través de la red de computadores del Instituto se publicaron 5 temas que dieron énfasis a campañas y fechas especiales como el día del Agua, Día de la Movilidad Sostenible, ¿Sabes cómo actuar ante una situación de acoso laboral?														
<b>Intranet:</b> En la intranet de la entidad se actualizaron contenidos del Comité de Convivencia y Acoso Laboral y contenidos INFOALDÍA realizaciones del IDT en el marco de la política pública LGBTI.														
<b>Abril</b>														
<b>Cartelera digitales:</b> A través de las cartelera digitales, se publicaron las diferentes campañas internas generadas por las diferentes áreas de la entidad, dando énfasis a las de corte ambiental. De igual forma se publicó todo lo relacionado con la semana de la felicidad, temas transversales como las políticas públicas de mujer y género, LGTBI, entre otras. Con respecto a los eventos externos se apoyó la publicación de la Filbo, entre otros.														
<b>Correo institucional:</b> El correo institucional fue el vehículo para publicar temas, entre los que se destacan: día nacional de las víctimas, movilidad sostenible, apoyo a las capacitaciones internas, entre otros temas.														
<b>Wallpaper:</b> Con relación a los wallpaper publicados durante abril la mayoría giraron en torno a la campaña distrital de la semana de la felicidad en sus diferentes fases. Igualmente se publicaron otras campañas como la movilidad sostenible.														
<b>Intranet:</b> Durante abril se atendieron 5 solicitudes para actualización o publicación en la intranet del Instituto Distrital de Turismo.														



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>Informe de gestión de la meta</p>	<p>Porcentaje de ejecución del Plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG</p>	<p><b>Mayo</b>  <b>Carteleras digitales:</b> A través de las carteleras digitales 39 temas -y 2 videos de temas como: Día de la Movilidad Sostenible, Global Big Day, piezas campaña cultura ciudadana en el marco de la campaña Te Amo Bogotá, invitación SDMUJER Curso virtual "El derecho a las Mujeres a una vida libre de violencias", entre otros.  <b>Correo institucional:</b> Desde el correo institucional idtcomunicaciones@idt.gov.co se remitieron 32 mensajes; algunos de los temas fueron: Atención: Todos invitados a salir al Park Way foto del corazón, Invitación festival Internacional del teatro cabaret de Bogotá, Gracias por ayudarnos a transformar a Bogotá – evento Movistar Arena, un mensaje de amor para las madres del IDT, ¿Sabes por qué es importante las familias?, Conozca las oportunidades para los sectores sociales de la ciudad, Boletín IDARTES.  <b>Wallpaper:</b> 3 mensajes institucionales fueron publicados en los monitores de la red de computo servidores IDT.  <b>Intranet:</b> Temas como la proyección y coordinación de actualización contenidos página web del perfil servidores públicos directivos y la actualización de contenidos del Plan Institucional de Participación Ciudadana IDT 2019 fueron las actualizaciones que se realizaron durante el mes de mayo.  <b>Junio</b>  <b>Carteleras digitales:</b> A través de las carteleras digitales se publicaron 32 temas y 3 videos. Algunos de los temas fueron: Feria de emprendedoras, Bicicorrido Ciclovía Turística, Video: Paga tu impuesto predial sin descuento, hasta el 21 de junio, entre otros.  <b>Correo institucional:</b> 50 mensajes institucionales remitidos desde idtcomunicaciones@idt.gov.co  <b>Wallpaper:</b> 4 mensajes institucionales publicadas en monitores de la red de computo servidores IDT  <b>Intranet:</b> 1 contenidos actualizados  <b>Info al Día:</b> Durante los días hábiles del mes se realizó la reportería, redacción y publicación del boletín interno Info al Día sobre temas como la gestión del Director, la participación deportiva del IDT, eventos cubiertos por el equipo y realizados por las diferentes áreas de la entidad.  <b>Julio</b>  <b>Carteleras digitales:</b> En las carteleras digitales se publicaron 32 temas y 2 videos relacionados con temas como: Campaña Distrital Acompáñanos a cuidar tu bici, Invitación Feria artesanal y gastronómica lote calle 82 , preparación para la auditoria externa del Sistemas de Calidad y de Ambiente, entre otros.  <b>Correo institucional:</b> 44 mensajes institucionales remitidos desde idtcomunicaciones@idt.gov.co, fueron publicados durante el mes de julio.  <b>Wallpaper:</b> 3 mensajes institucionales publicadas en monitores de la red de computo servidores IDT. Los temas fueron: Día Movilidad Sostenible, Día de la Movilidad Sostenible, Síguenos en redes sociales IDT.  <b>Intranet:</b> Campaña conmemoración orgullo LGBTI  <b>Info al Día:</b> Durante el mes de julio se redactaron y publicaron 22 ediciones diarias del Info al Día.  <b>Agosto</b>  <b>Carteleras digitales:</b> En el mes de agosto se publicaron 25 temas entre los que se distinguen: Festival de Verano, campañas distritales: GIF Respira sin IRA – Prepárate para responder la encuesta índice de la Gestión - Por respeto en el trabajo NO TOMO PARTIDO, entre otros.  <b>Correo institucional:</b> 52 mensajes institucionales se han remitidos a través del correo idtcomunicaciones@idt.gov.co. Algunos de los temas son: Día de la Movilidad Sostenible, Calle Bonita, promoción oferta gastronómica, invitación del IDPAC para el jueves 15 de agosto.  <b>Wallpaper:</b> En el wallpaper se publicaron de temas: 1 Día Movilidad Sostenible y síguenos en redes sociales IDT.  <b>Intranet:</b>  <b>Info al Día:</b> Se enviaron 20 ediciones del boletín interno Info al día durante el mes en mención.  <b>Septiembre</b>  <b>Carteleras digitales:</b>  <b>Correo institucional:</b> Semana de la bicicleta, los diferentes eventos realizados por la entidad y del distrito como el Congreso 50/50, Septiembre audiovisual: festivales, franjas y función especial, entre otros temas,  <b>Wallpaper:</b> Se publicaron 5 piezas durante el mes  <b>Intranet:</b> Durante septiembre el trabajo realizado en la intranet estuvo enfocado primordialmente a la actualización de la misma  <b>Info al Día:</b> Más de 20 publicaciones del boletín interno, se compartieron durante septiembre a la comunidad institucional.  <b>Octubre</b>  <b>Carteleras digitales:</b> En las carteleras digitales se publicaron más de 10 campañas distritales, entre ellas: Feria del Restrepo, A los animales no se hacen males, Echa un ojo y Ahorro de agua.  <b>Correo institucional:</b> A través del correo institucional idtcomunicaciones, se comenzó publicar el boletín interno Conecta Distrito, con el cual se compartirán las campañas del distrito; en tal sentido, algunas de las que se publicaron son: Feria del Restrepo, Periódico LEA, A los animales no se hacen males, Es mi cuerpo, es mi derecho, Echa un ojo, Ahorro de agua, Hablemos de rumba trans.  <b>Wallpaper:</b> Se publicaron 5 piezas durante el mes .  <b>Intranet:</b> Durante se actualizó la intranet, además se alimentó con el info al día y algunas campañas distritales  <b>Info al Día:</b> Más de 18 publicaciones del boletín interno, se compartieron durante octubre a la comunidad institucional. Importante señalar que este canal se ha convertido en una herramienta fundamental para el fortalecimiento de la cultura organizacional.  <b>Noviembre:</b>  <b>Carteleras digitales:</b> A través de este canal interno se publicaron 26 temas - videos, algunos de ellos son: Día de la movilidad sostenible, invitación caminata ecológica, bicirecorridos ciclovía turística, distrito graffiti y literario.  <b>Correo institucional:</b> 79 mensajes institucionales remitidos desde idtcomunicaciones@idt.gov.co – infoaldia@idt.gov.co.  <b>Wallpaper:</b> 4 mensajes institucionales publicados en monitores de la red de computo servidores IDT: Eliminación concurso Ajiaco Santaferño, rendición de cuentas, Día de la Movilidad Sostenible y Feria Bogotá Artesanal 2019.  <b>Intranet:</b> Actualización del código de integridad y la publicación de videos relacionados con ese tema puntual, además de las campañas distritales.  <b>Info al Día y Conecta Distrito:</b> Se publicaron 8 boletines digitales INFO AL DÍA y 2 CONECTA DISTRITO  <b>Diciembre</b>  <b>Carteleras digitales:</b> En las carteleras digitales de la entidad se publicaron 36 temas, entre los que destacan: Día de la movilidad sostenible, invitación Caminata Ecológica, bicirecorridos ciclovía turística y Literario Navideño y cumpleaños diciembre 2019, entre otros.  <b>Correo institucional:</b> El correo institucional fue objeto de una renovación y a través de él se publica el boletín Conecta Distrito. En este mes se alcanzaron a publicar dos. Igualmente, se publicó el informe especial de la Política Pública de Mujer y Género, dando cumplimiento al plan. También apoyó la divulgación de 58 contenidos.  <b>Wallpaper:</b> En el wallpaper se compartieron 4 mensajes institucionales publicadas en monitores de la red de computo servidores IDT y 1 tema publicado en el protector de pantalla.  <b>Intranet:</b> Se subió a la intranet algunas campañas del distrito para el apoyo de actividades como las relacionadas con el grupo de gestores de ética.  <b>Info al Día y Conecta Distrito:</b> Se publicaron 17boletines digitales INFO AL DÍA y 2 CONECTA DISTRITO</p> <p><b>Cubrimiento de eventos</b>  El esfuerzo principal del equipo de Comunicaciones durante el mes de febrero se enfocó en el apoyo al cubrimiento de la vitrina turística de Anato. Para responder a esta actividad se diseñaron estrategias, se acompañó a las reuniones de planeación de las actividades y en las de socialización ante la comunidad institucional y los empresarios que participaron. Las estrategias y acciones de comunicación antes y durante Anato generaron un impacto positivo gracias a que el Director (e) y algunos directivos asistieron a programas de televisión en canales como City TV y Canal Capital, en donde se difundió no solo la gestión del Instituto, también se invitó a visitar el stand de Bogotá. De igual forma, se cubrió la capacitación de PIGA, eventos como ACICAM, el bicirecorrido Parque el Virrey, Día Distrital sin carro y Festival Centro.</p> <p><b>Marzo</b>  <b>Internos:</b> Durante el mes de marzo se cubrieron eventos internos como: Charla acoso laboral, charla plan de prevención de desastres, comedia Día géneros en el IDT, charla brigadistas, desayuno Día de la Mujer, en el IDT las #MujeresTeJemosCambios, campaña Bogotá libre de Discriminación en el Instituto de Turismo, PIGA Asoreciclaje, posesión nuevos servidores, entre otros.  <b>Externos:</b> En materia de cumplimiento externos, el equipo de Comunicaciones asistió e hizo registro fotográfico y de video de eventos como: Festival Cale Bonita, pasaje Rivas, ciclo turismo con Colegios Amigos del Turismo, la graduación de líderes del turismo y los diferentes bicirecorridos.</p> <p><b>Abril</b>  Con relación a los cubrimientos de eventos durante abril se realizaron 10 externos, entre los cuales se distinguen la Filbo, música clásica, stereo picnic, semana santa, entre otros.</p> <p><b>Mayo</b>  En materia de eventos internos, durante mayo se cubrieron 14 eventos internos como el conversatorio servidores de carrera administrativa, nuevas herramientas de Comunicaciones, capacitación política pública para personas en discapacidad. Con respecto a los eventos externos, el equipo de Comunicaciones apoyó.</p> <p><b>Junio</b>  Con relación a los eventos externos se cubrieron más de 10 durante junio, algunos de ellos los siguientes: Rueda de prensa vacaciones junio 2019, campus party, celebración comunidades indígenas, Rock al Parque, entre otros. Con relación a los internos: 17 eventos internos cubiertos con registro fotográfico.</p> <p><b>Julio</b>  El equipo de Comunicaciones durante el mes de julio cubrió más de 20 eventos externos como lanzamientos del lote de la 82, gratifi tour, theatron, rock al parque, entre otros. Con relación a los eventos internos se cubrieron 11.</p> <p><b>Agosto</b>  En el mes de agosto, el equipo cubrió más de 15 eventos entre los que se destacan: Alimentarte, Acicam, Zona Mice. Con relación a los eventos internos, se cubrieron 17 eventos internos cubiertos, entre ellos: Apertura, desarrollo y cierre de auditoria participación ciudadana, dos jornadas de brigadistas en Tabio y la campaña cuida tus pasos.</p> <p><b>Septiembre</b>  Durante el mes de septiembre se cubrieron más de 16 eventos externos entre los que se distinguen: Asobares, rueda de prensa del Día mundial del Turismo, sabor Candelaria, feria de artesanos, etc.</p> <p><b>Octubre</b>  En el mes de octubre el equipo cubrió más de 15 eventos externos entre los que resaltan: Bogocine, Downhill Ciudad Bolívar, feria del Calzado, entre otras. Con respecto a eventos internos, asistió al cine foro del PIGA, capacitaciones y procesos de formación.</p> <p><b>Noviembre</b>  14 eventos internos cubiertos con registro fotográfico, entre ellas: Fiesta Día de los Niños, Conferencia Cultura Muisca, inicio curso normas ISO. Externos: 27 eventos cubiertos entre ellos Bogotá Madrid Fusión, ajiaco, etc.</p> <p><b>Diciembre</b>  Durante el mes de diciembre se realizó el cubrimiento de 17 eventos entre los que se destacan: Bogoshorts, Monserrate y las eliminatorias del Ajiaco. Con relación a los eventos internos los más destacados fueron la rendición de cuentas y las novenas econavideñas.</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**

**Febrero**

Se registró un aumento de 110 seguidores en la red social Twitter que llegó 16,3 mil al igual que en el número de seguidores en facebook que es de 18.316. Por otro lado, se diseñaron estrategias para redes sociales, se apoyó en el cubrimiento de eventos internos y externos, además de responder a las peticiones, preguntas y sugerencias de los seguidores.

**Marzo**

Hasta el mes de marzo, registró un crecimiento del 11% en el número de seguidores nuevos en las redes sociales institucionales gracias a la implementación de estrategias como videos vivenciales para acercar la gestión a la ciudadanía.

**Abril**

Durante el mes de abril en materia de redes sociales se realizaron estrategias en parrillas, cubrimientos, estadísticas que detallaron las siguientes cifras: twitter: 16,8 mil seguidores. 18501 seguidores en facebook lo que registra un crecimiento de 38%. De igual forma, se continúa trabajando en el posicionamiento interno de las redes sociales con la realización de una encuesta a la comunidad interna sobre el conocimiento de las mismas.

**Mayo**

Se ejecutó la estrategia de apoyo a la gestión del IDT a través de canales externos, seguimiento, promoción y difusión a través de redes sociales de la activación FILBO2019 Aeropuerto en conjunto con Opain, el análisis de redes sociales a través de Twitter Analytics y Estadísticas de Facebook reportó que: Twitter: 197 nuevos seguidores / 312 mil impresiones de tweets / 5.526 visitas al perfil. Facebook: 684 nuevos seguidores/ 8.306 interacciones con publicaciones / 216 Me gusta / 718 Visitas a la página / 25.153 Personas Alcanzadas con publicaciones. Instagram: pasamos durante el mes de 1001 a 1396 seguidores.

**Junio**

Se evidencia el incremento de seguidores durante el mes de junio en la página de Facebook, pasando de 18.915 seguidores en mayo a 19.633 en el mes de Junio de 2019. Con una ganancia mensual de: 718 seguidores nuevos en Facebook, un importante crecimiento orgánico que evidencia el impacto que tienen los mensajes publicados en la red. Instagram: Para el mes de Junio de 2019 se registró un aumento de 442 seguidores, pasando de 1.396 a 1.838 a corte del 27 de Junio de 2019. Twitter: Continúa el crecimiento orgánico de nuestra red social, pasando de 17.046 en mayo a 17.166 en junio de 2019. (Sin pauta).

**Julio**

Las estadísticas relacionadas con redes sociales durante el mes de julio, reportan un incremento constante: Incremento de: 653 seguidores al 28 de Julio de 2019, incremento de: 140 Me gusta en la página en Facebook. En Instagram se llegó a 2.557 seguidores mientras que en Twitter hubo 117 nuevos seguidores.

**Agosto**

Se registra un incremento del 16% en visitas a la FanPage Instituto Distrital de Turismo con respecto al mes anterior. Un satisfactorio alcance de las publicaciones realizadas, que continúa en aumento. Siendo para el mes de Agosto el incremento de: 22% con respecto a Julio, es decir un alcance a 28.699 personas. En Instagram también subieron los seguidores, en agosto llegaron a 3637.

**Septiembre**

Según las estadísticas, las redes sociales continúan registrando un incremento notable. Para el presente mes se llegó a 2022 seguidores en facebook, 1243 nuevos seguidores en instagram y 103 en twitter.

**Octubre**

Las estadísticas en las redes sociales que gestiona la Asesora de Comunicaciones, siguen expresando un crecimiento en el número de nuevos seguidores: Facebook llegó a 20.506 seguidores. Twitter: 149 nuevos seguidores mientras twitter obtuvo 1510. Adicionalmente, las redes sociales fueron protagonistas en la implementación de la estrategia de atención al ciudadano.

**Noviembre**

Facebook: Se evidencia un incremento positivo en las estadísticas del mes de noviembre con corte de (31 Oct a 28 Nov 2019), en todos los ítems. Crecimiento orgánico y continuando el promedio de crecimiento del año. Instagram: De 6.390 en 28 de Octubre de 2019 a 7.958 en 28 de Noviembre de 2019. Es decir, un aumento de 1.568 seguidores en la cuenta @Bogota\_Turismo. Twitter: Indicadores positivos en cuanto a crecimiento general de la cuenta, continuando con el promedio de aumento de seguidores en Twitter y generando un mayor impacto en los contenidos, lo cual se evidencia con las visitas al perfil.

**Diciembre**

En facebook se registró un incremento de 150 seguidores durante el presente período. Con corte a 16 de diciembre de 2019. En Instagram: de 7.958 en 28 de Noviembre de 2019 a 9.094 en 16 de Diciembre de 2019. Es decir, un aumento de 1.136 seguidores en la cuenta @Bogota\_Turismo. Twitter: Estadísticas tomadas del 1 al 16 de diciembre de 2019, por cuenta de fecha establecida para entrega de informe por cierre vigencia 2019. Sin embargo, aunque las estadísticas se toman a mitad del mes, se evidencia desde ya un crecimiento positivo en cuanto a seguidores. Ya que en el mes de noviembre se ganaron un total en todo el mes de: 144, y a corte 16 de diciembre, mitad de mes, ya casi alcanzamos los 100 seguidores, quedando todavía mitad de mes para el corte final. El impacto en las redes sociales fue importante pues se registró un incremento sostenido mes a mes, gracias a las estrategias de comunicación implementadas.

**Publicaciones en página web**

**Febrero**

A través de la página web se atendieron más de 35 solicitudes elevadas por áreas como Planeación, Jurídica, Control Interno, Comunicaciones, entre otras, dando respuesta a temas estratégicos como la transparencia, control y transparencia en la gestión de la información pública. También se actualizaron contenidos, se realizó el mantenimiento e ingeniería del sitio web y el análisis de indicadores de visita.

**Marzo**

Las publicaciones y actualizaciones en la página web del Instituto Distrital de Turismo son una de las solicitudes que más atiende el equipo de Comunicaciones. En el mes de marzo se dio trámite a 36 de ellas, allegadas al proceso por áreas como Planeación, Jurídica o Control Interno.

**Abril**

Con relación a las publicaciones en la página web de la entidad, se tramitaron 40 solicitudes que fueron atendidas por requerimiento de las diferentes áreas. Entre las solicitudes atendidas se registran actualizaciones, publicaciones, creación de ítems en el sitio web e intranet, publicación de los comunicados de prensa, entre otros.

**Mayo**

En el mes de mayo se publicaron 20 banners en la página web, más la publicación de 9 comunicados de prensa y 9 actualizaciones que se suman a la respuesta de solicitudes allegadas por las áreas a través del correo solicitudescomunicaciones@idt.gov.co.

**Junio**

En materia de actualizaciones, durante junio se realizaron 35 relacionadas con banners sobre concurso de méritos, recorridos turísticos y agenda de ciudad, por citar algunos. Igualmente se publicaron diariamente comunicados de prensa. Además, se hicieron 20 contribuciones a las redes sociales que gestiona el proceso.

**Julio**

**Agosto**

Durante el mes de agosto se atendieron 60 solicitudes para publicación y/o actualización en la página web de la entidad.

**Septiembre**

En septiembre, a través de la página web se atendieron más de 50 solicitudes allegadas por las diferentes áreas de la entidad, entre las que se resaltan banners, nuevas secciones, dando cumplimiento a los planes institucionales.

**Octubre**

En octubre se atendieron 43 solicitudes de actualización, creación de nuevas secciones, publicación de boletines, infografías, estudios y demás.

**Noviembre**

En el mes de noviembre se atendieron 36 solicitudes sobre todo en temas de transparencia y contratación.

**Diciembre**

A pesar de que las solicitudes de actualización y publicación en la página web se registraron hasta el 16 de diciembre, se atendieron más de 31 solicitudes elevadas por las diferentes áreas de la entidad. Entre ellas se distinguen publicaciones de mínima cuantía, estudios y boletines del Observatorio de Turismo y lo relacionado con la ley de transparencia.

**Contenido Fotográfico**

**Febrero**

El contenido fotográfico coincide con el cubrimiento de los eventos referidos.

**Marzo:**

El contenido fotográfico hizo registro fotográfico y de video de eventos como: Festival Calle Bonita, pasaje Rivas, ciclo turismo con Colegios Amigos del Turismo, la graduación de líderes del turismo y los diferentes bicirecorridos, entre otros, al igual que se hizo registro de los eventos internos.

**Abril**

La producción foto y videográfica se ajusta a los eventos externos e internos cubiertos. Dando cumplimiento a las herramientas de planeación, este tipo de productos se han hechos ajustados a los requerimientos de Alcaldía de Bogotá y a las estrategias para posicionar las redes sociales.

**Mayo**

La producción foto y videográfica se ajusta a los eventos externos e internos cubiertos. Algunos de los eventos que generaron contenido video y fotográfico son: Grabación de nota niños y avistamiento de aves en humedal Santamaría del lago, grabación de evento café en Usaqué, evento de nueva ruta de joyeros, video interno de participación, entre otros. Con relación a las fotos se realizó registro de eventos como: señales turísticas Fotos sitios turísticos ciudad "Bogotá", museos zona centro, archivo fotográfico en construcción.

**Junio**

Se realizó el registro fotográfico de 12 eventos o para el archivo fotográfico del proceso. Algunos de ellos son: Bici Recorrido avenida El Dorado, toma y registro fotográfico funcionarios Instituto Distrital de Turismo y cubrimiento capacitación de taxistas, entre otros.

**Julio**

Se realizaron 13 registros fotográficos de eventos externos y el mismo número de videos que alimentan las redes sociales y canales internos que gestiona el proceso.

**Agosto**

Se alimentó el archivo fotográfico con 10 eventos cubiertos. En materia de videos se produjeron 12 videos relacionados también con los cubrimientos de eventos externos.

**Septiembre**

En septiembre se hizo el registro de 14 eventos. Algunos de ellos son: Recorrido asobares, rueda de negocios, festival de la felicidad.

**Octubre**

Durante el mes de octubre se realizó el registro fotográfico de los más de 15 eventos internos y externos cubiertos. En el tema de videos se pueden mencionar algunos como downhill, festival de café y Monserrate, apoyando así la divulgación de la misionalidad del Instituto.

**Noviembre**

Actualización del archivo fotográfico en 7 temas: Fotos de arteos de naturaleza, iglesias, festivales, marca, parques, entre otros. En materia de videos: 15 realizados, en temas como: eliminatorias de ajiaco, amigos del turismo en la Candelaria y Madrid Fusión.

**Diciembre**

Con relación al registro fotográfico se alimentó con fotos de ciudad, además del registro del cubrimiento de 15 de eventos a lo que se le suman la realización de 13 videos sobre el ajiaco, diplomado de líderes, la licitación de Monserrate, entre otros.

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>Contenido gráfico</b></p> <p><b>Febrero</b> Con relación al contenido gráfico se realizaron las siguientes piezas para ser publicadas en los diferentes canales internos y externos que gestiona la OAC: Registro Nacional de Turismo, cumpleaños IDT y Día sin Carro y Sin Moto.</p> <p><b>Marzo</b> Se realizaron piezas gráficas de diferentes temas relacionados con la comunicación interna, PIGA, invitaciones a talleres, plantillas para presentaciones, piezas para cartelera interna, portadas de informes, Wall papers, redibujar logotipos redes sociales, piezas gráficas para la página web y redes sociales. Banners, post Instagram, entre otras.</p> <p><b>Abril</b> En materia de diseño gráfico se realizaron piezas, presentaciones asesorías para campañas, eventos internos y externos como semana santa, plan de participación, mes de las madres, PIGA, banners para publicación en página web y redes sociales. Esta es una de las actividades que más solicitudes de apoyo de comunicaciones demandan las demás áreas de la entidad.</p> <p><b>Mayo</b> Durante el mes de mayo se diseñaron piezas gráficas para las campañas, estrategias, proyectos y demás actividades que realiza tanto el proceso de Comunicaciones como las demás áreas de la entidad. Con respecto a los temas de CI se destacan: Boletín observatorio edición 2,3,4, listado de cumpleaños, Día de los museos, invitación festival naranja, invitación Movistar arena, piezas cartelera, Wall paper y post de Instagram tema: semana de la felicidad. Frente a la CE: Se realizaron piezas gráficas para la página web y redes sociales, mesa de trabajo, invitación Suggested English For Tourism final. Botones para observatorio, entre otros temas.</p> <p><b>Junio</b> Se apoyó la realización y diagramación del boletín interno y/o piezas de comunicación internas de temas como: Boletín observatorio edición 5, listado de cumpleaños mes de junio, campaña LGTBI, invitación cine foro LGTBI, se realizaron piezas gráficas para la página web y redes sociales. Banners: banner Central de medios, banner diplomado cerros orientales, banner capacitación Turística, Banner subasta inversa transporte, Wall paper auditoria ICONTEC, Wall paper conferencia testimonio Carolina.</p> <p><b>Julio</b> Se realizaron piezas gráficas de diferentes temas relacionados con la comunicación interna, ajiao 2019, campaña trabajo no remunerado, celebración cumpleaños mes de julio, Día de la Movilidad Sostenible, LECCION APRENDIDA JULIO, MEDIA MARATON, pieza mejores funcionarios, tips seguridad en el trabajo, valores, la prisa, wallpapers. Además, piezas gráficas para la página web y redes sociales. Banners: artesanías, capacitación manipulación alimentos, inscripción programa formación turística, proceso mínima cuantía julio, entre otros.</p> <p><b>Agosto</b> Con relación al contenido gráfico durante el mes piezas gráficas para publicar en la página web, intranet y los demás canales tanto internos como externos. Igualmente se hicieron presentaciones como la de presupuesto. En agosto el esfuerzo principal estuvo orientado a apoyar la celebración del Día del Ajiao.</p> <p><b>Septiembre</b> Se apoyó en el diseño de piezas para comunicaciones internas: cumpleaños mes de septiembre, uso del carné, circular incentivos IDT. Externos: banner bogota tuya y mia y demás piezas que apoyan esta campaña de comunicación externa.</p> <p><b>Octubre</b> Se apoyó en el diseño de piezas para comunicaciones internas: cumpleaños mes de octubre, día de los niños, Eucoles Bogota Tuya y Mia merchandising. Externos: pagina aviturismo, banners y presentaciones para los eventos a los que asistió el director.</p> <p><b>Noviembre</b> Realización y apoyo en contenidos para redes sociales del Director del IDT: - Bicitravesías, Paro nacional, Día del Ajiao Santaferño, Consejo Distrital de Patrimonio Cultural, entre otros. Diseño de piezas: Realización de diseño de las presentaciones: Empalme, proyecto Monserrate, tradiciones bogotanas, por citar algunas.</p> <p><b>Diciembre</b> En diciembre se atendieron solicitudes para diagramación, gráficos y seguimiento de documentos, entre otras actividades. Se atendieron temas de las diferentes áreas como diplomas, política de salud y seguridad en el trabajo, PIGA.</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>		
Ninguno		

Indicador estratégico al que contribuye la meta	Meta:	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.	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%	100%	100%
				Meta vigencia	-	-	-	-	25%	25%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
				Meta reservas	-	-	-	-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
				Ppto. Inversión (\$)	-	-	-	-	\$ 160.000.000	\$ 160.000.000	\$ 396.650.000	\$ 396.650.000			\$ 556.650.000	\$ 556.650.000	
				Giros Inversión (\$)					\$ 159.973.132		300.000.000						
				Reservas Inversión (\$)	-	-	-	-	\$ 0	-	\$ 0	-			\$ 0	\$ 0	

Variable	SEGUIMIENTO MENSUAL A LA EJECUCIÓN - VIGENCIA 2019 (Meta Creciente)														
	Implementar 100% la estrategia de comunicación externa para el IDT														
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO	% EJE.	
Meta alcanzada con rec. vigencia	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	22%	39%	83%	100%	100%	100%		
Presupuesto de la vigencia ejecutado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 300.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 96.650.000	\$ 396.650.000	100%		

ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LA META	
	<p><b>Septiembre</b> Durante el mes de septiembre se realizó pauta digital en Instagram, Facebook, YouTube y Google adwords. Se ejecutó pauta en emisoras locales como La X y los 40 principales, además se entregó evidencia sobre 5 cuñas ponderables en radio cordillera.</p> <p><b>Octubre</b> En el mes de octubre se ejecutaron 155 millones de pesos para pautas en Cine Colombia, pauta digital y en Movistar arena.</p> <p><b>Noviembre</b> En el mes de noviembre se culminó de ejecutar el presupuesto asignado para la central de medios publicando un comercial de la campaña Bogotá Tuya y Mia, en City tv.</p> <p><b>Diciembre</b> Durante el mes de diciembre se publicó un comercial de la campaña Bogotá Tuya y Mia en City Tv en la franja comercial y Arriba Bogotá. Además se publicó en impresos como El Tiempo, Semana, las revistas Zona E y DC en las que también se hizo promoción de la campaña en mención. Igualmente se difundió en Movistar Arena y redes sociales. Por otro lado y para hacer mayo promoción de la campaña, se concretó un contrato de mínima cuantía por 23 millones de pesos para el merchandising que incluyó: mugs, esferos, gorras, bolsas, sombrillas, elementos que serán distribuidos incluso en la comunidad institucional del IDT.</p>

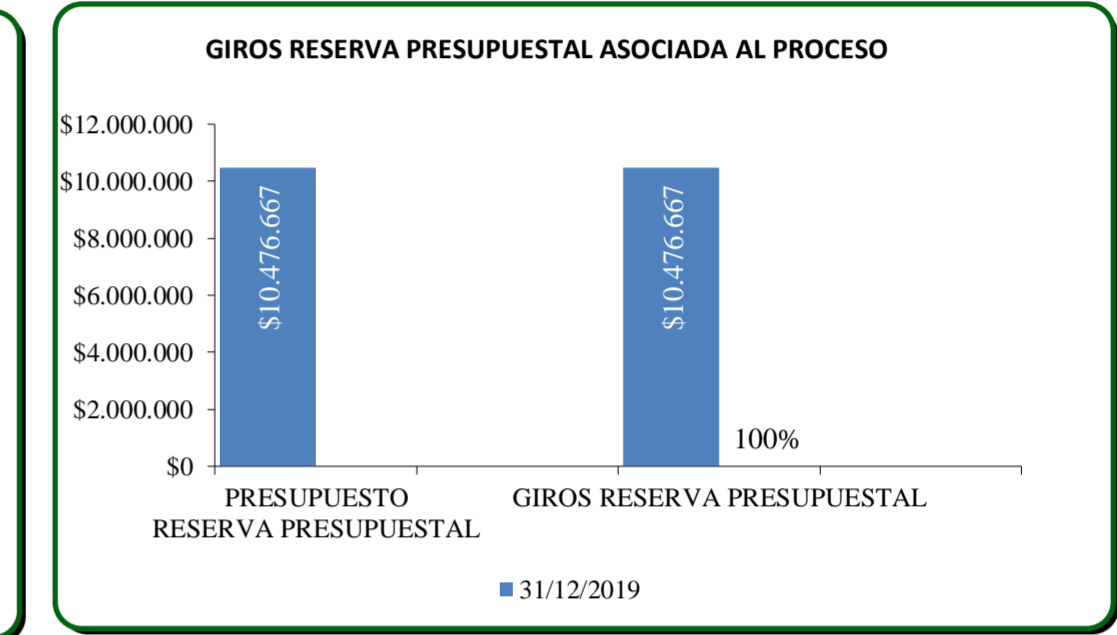
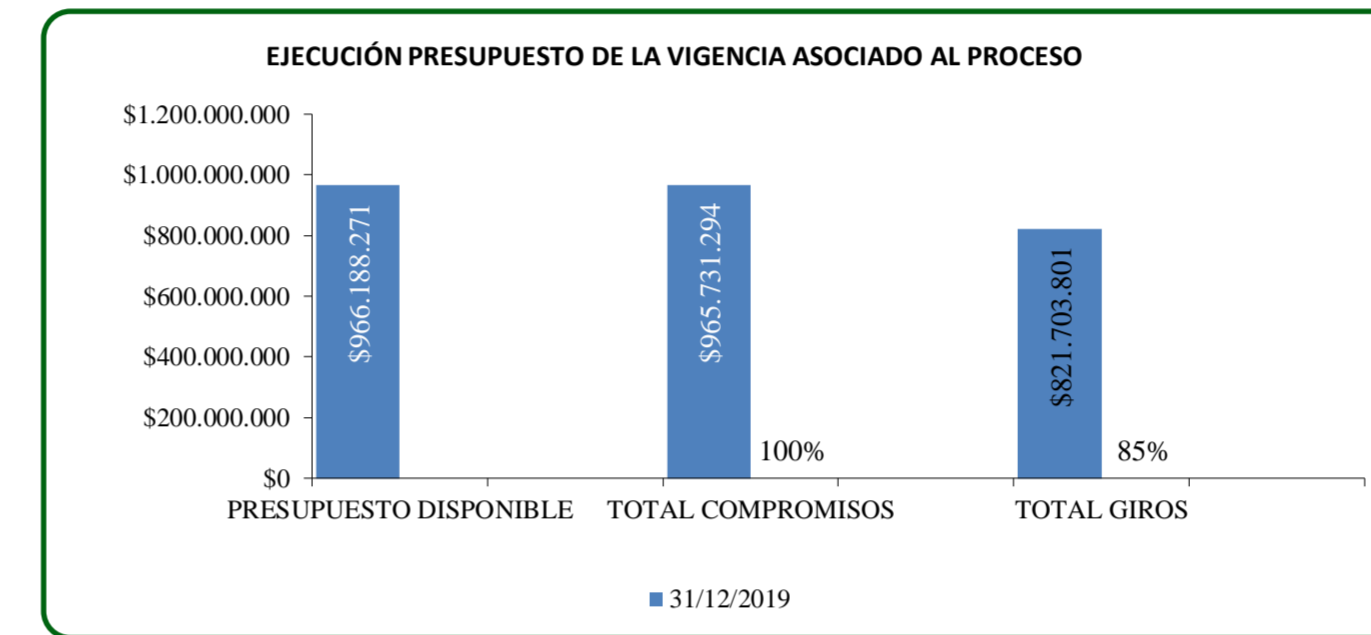
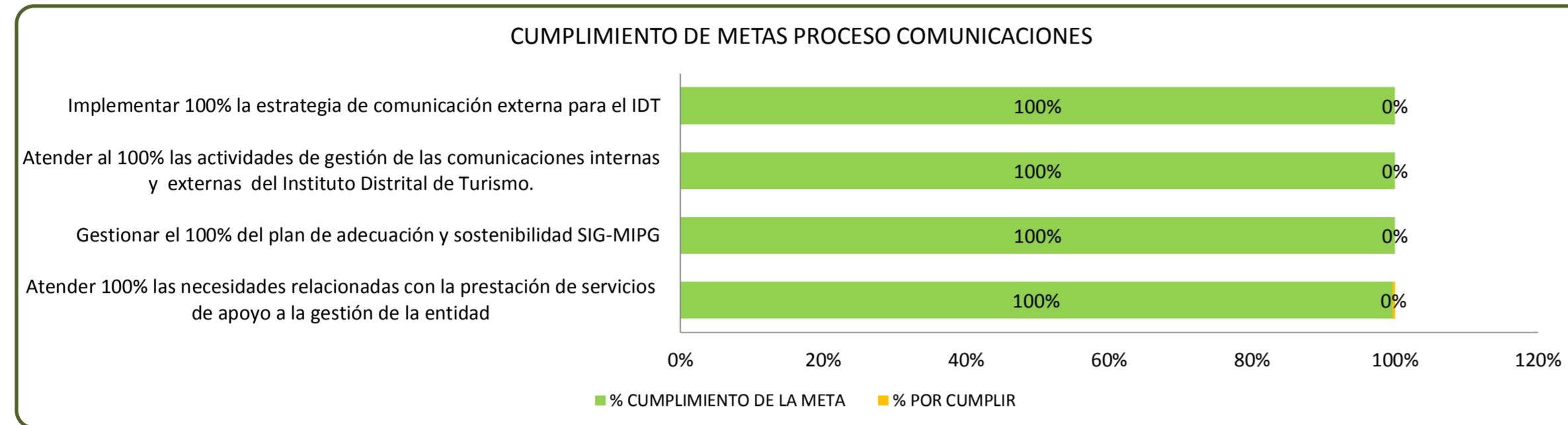
  

RETRASOS Y FACTORES LIMITANTES PARA AVANZAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LA META Y SOLUCIONES PROPUESTAS, ASÍ COMO IMPACTOS NEGATIVOS Y ACCIONES TOMADAS PARA PREVENIR SU REPETICIÓN	
	Aunque las actividades estaban programadas para el mes de agosto, se reporta que por retrasos en la adjudicación del contrato, la implementación comenzó el 6 de septiembre del presente año. Un satisfactorio Alcalde de las publicaciones realizadas, que continúa en aumento. Siendo para el mes de Agosto el incremento de: 22% con respecto a Julio, es decir un alcance a 28.699 personas.

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

	METAS 2019	% 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%	0%
2	Gestionar el 100% del plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG	100%	0%
3	Atender al 100% las actividades de gestión de las comunicaciones internas y externas del Instituto Distrital de Turismo.	100%	
4	Implementar 100% 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
31/12/2019	\$966.188.271	\$965.731.294	\$821.703.801	\$10.476.667	\$10.476.667
		100%	85%		100%



Proyectó: Ayda Luisa Córdoba  
 Revisó: Alejandra Solano Polanía  
 Aprobó: Alejandra Solano Polanía  
 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: 2019																					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 100% las necesidades relacionadas con la prestación de servicios de apoyo a la gestión de la entidad	1.1.	Planificar y presupuestar la contratación del recurso humano requerido para apoyar la gestión del proceso de Comunicaciones	X		Plan Anual de Adquisiciones	Prog.	#	1										1		2	1	Las evidencias reposan en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 1 Enero: Plan Anual de Adquisiciones 2019, publicado en la página web de la entidad. Agosto: Anteproyecto Plan Anual de Adquisiciones 2020. reposa en la Oficina Asesora de Planeación.				
						%	50,0																50,0		100,0	
	Ejec.	#	1															1		2	5		Se había programado la contratación de 12 personas, pero debido a que los contratos se suscribieron por menor plazo, los recursos disponibles se ejecutaron en contratar más personal para reforzar las actividades de comunicación externa y las programadas en el Plan Estratégico de Comunicaciones.  Las actas de inicio de los contratos referidos reposan en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 11.2 Adelantar las gestiones necesarias a fin de fortalecer el recurso humano. Febrero: Contrato 23-2019 con Andrea González, Contrato 24-2019 con Juan Carlos López, Contrato 25-2019 con Ayda Luisa Córdoba, Contrato 26-2019 con Martha Hernández. Marzo: Contrato 76-2019 con Diego Mayorga, Contrato 84-2019 con Cristian Díaz, Contrato 90-2019 con Myriam Bocarejo, Contrato 96-2019 con Carolina Espitia. Abril: Contrato 112-2019 con Natalia Castañeda, Contrato 119-2019 con Jaison Moreno, Contrato 121-2019 con Víctor Fernández. Mayo: Contrato 166-2019 con Natalia Chávez. Junio: Contrato 170/2019 Andrés Felipe Viveros			
	%	50,00															50,00		100							
	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.	#		4	3	3	1	1								12			2		
						%		33,3	25,0	25,0	8,3	8,3														
	Ejec.	#		4	4	3	1	1												13	2					
	%			33,3	33,3	25,0	8,3	8,3												108						
	1.3.	Hacer seguimiento a la ejecución contractual del recurso humano que apoya el proceso de Comunicaciones	X	X	Informes de supervisión	Prog.	#			4	7	11	11	13	13	13	13	13	13	26	124					2
%								3,2	5,6	8,9	8,9	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5	21,0	100,0						
Ejec.	#			4	11	11	11	13	13	13	13	13	13	13	13	13	26	128	2							
%				3,23	8,87	8,87	8,87	10,48	10,48	10,48	10,48	10,48	10,48	10,48	20,97	103										
Gestionar el 100% del plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG	2.1.	Revisar y ajustar la documentación del proceso de Comunicaciones en el marco de adecuación y sostenibilidad del SIG-MIPG	x		Documentos actualizados en la intranet	Prog.	#			1			1			1		1			4	3	Los documentos y formatos relacionados con los procedimientos del proceso se encuentran en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 2			
						%				25,0			25,0			25,0		25,0			25,0					100,0
	Ejec.	#			1			1			1		1		1		4		4		3	El PEC elaborado reposa en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 2				
	%				25,00			25,00			25,00		25,00		25,00		100									
	2.2.	Elaborar el plan estratégico de Comunicaciones	x		Plan Estratégico publicado en la intranet	Prog.	#							1							1				3	
						%																				
Ejec.	#												1						1				2	Los reportes de la herramienta de riesgos se encuentran en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 2		
%																			100,00							
2.3.	Revisar y ajustar el mapa de riesgos del proceso de Comunicaciones y hacer seguimiento en la herramienta establecida	x		Reportes realizados en la herramienta riesgos IDT	Prog.	#			1				1					1		3	2					
					%				33,3			33,3								33,3					100,0	
Ejec.	#			1				1					1				1		3	2	El informe mensual que condensa las publicaciones en la página web reposa en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 2					
%				33,33			33,33					33,33				33,33		100								
2.4.	Ejecutar y reportar las actividades del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano.	x		Informe mensual del reporte de las actividades publicadas en la web	Prog.	#		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11			2			
					%			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					9,1	100,0
Ejec.	#		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	2						
%			9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	100								
3.1.	Realizar comunicados de prensa de las diferentes actividades de la entidad	X		Informe mensual de los comunicados realizados.	Prog.	#		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	10		Los comunicados de prensa mensuales reposan en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 3			
					%			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					9,1	100,0
Ejec.	#		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	5	El informe mensual de las publicaciones realizadas en los canales internos (correo institucional, wallpaper, intranet y cartelera digitales) se encuentran en la carpeta \\\tdserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONES\M 3					
%			9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	100								
3.2.	Realizar contenidos para canales internos	X		Informe mensual de publicaciones en los canales internos	Prog.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12		5				
					%	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	8,3					100,0	
Ejec.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	5						
%	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	8,3	8,3	8,3	100,0								





**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																						Observaciones y/o Justificación en caso de no cumplir lo programado	EVIDENCIAS QUE SOPORTAN LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD			
ACTIVIDADES		PROGRAMACIÓN / EJECUCIÓN MENSUAL DE ACTIVIDADES																		PONDERACIÓN VERTICAL						
Meta Táctica	Cod.	Descripción	VIGENCIA	RESERVA	Variable de medición	Programado / Ejecutado	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.	3.3.	Realizar el cubrimiento de los eventos internos y externos de la entidad.	X		Informe mensual del cubrimiento de los eventos.	Prog.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	55	10	El reporte mensual de los eventos cubiertos reposa en la carpeta \\dtserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONESM 3			
						Ejec.	%	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				9,1	9,1	100,0
	3.4.	Realizar contenido para ser difundido a través de redes sociales	X		Informe mensual de las publicaciones en redes sociales	Prog.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	5	5		El informe mensual de lo publicado en las redes sociales se encuentran en la carpeta \\dtserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONESM 3		
						Ejec.	%	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09					9,09	100
	3.5.	Publicaciones en la página web de la entidad	X		Informe mensual sobre las publicaciones de la página web	Prog.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	5	5			El reporte mensual de las publicaciones realizadas en la página web de la entidad reposa en la carpeta \\dtserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONESM 3	
						Ejec.	%	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09						9,09
	3.6.	Generar contenido fotográfico	X		Informe mensual sobre las fotografías realizadas	Prog.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	10	10	El informe mensual del registro fotográfico reposa en la carpeta \\dtserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONESM 3			
						Ejec.	%	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09						9,09
	3.7.	Generar contenido gráfico para respaldar la información de la entidad en canales de comunicación interna y externa	X		Informe mensual de las piezas realizadas	Prog.	#	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	10	10		El informe mensual de las piezas gráficas realizadas reposan en la carpeta \\dtserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONESM 3		
						Ejec.	%	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09	9,09						9,09
	Implementar 100% la estrategia de comunicación externa para el IDT	4.1.	Publicación en medios impresos	x		Informe de las publicaciones	Prog.	#							1	1	1			3	30	5			Los retrasos en el cumplimiento de esta meta, se debe a demoras en la adjudicación del contrato que ejecutará el central de medios. La revisión detallada de los postulantes, sus propuestas y posteriormente, que las subsanaran, generó demoras en el cumplimiento de los tiempos establecidos. En el mes de Noviembre, se culminó la ejecución de los recursos asignados a la central de medios ante el retraso en el comienzo del proceso.	
							Ejec.	%										33,3	33,3	33,3						
4.2.		Divulgación en emisoras	x		Informe de las cuñas	Prog.	#							1	1	1			3	5	5	Los retrasos en el cumplimiento de esta meta, se debe a demoras en la adjudicación del contrato que ejecutará el central de medios. La revisión detallada de los postulantes, sus propuestas y posteriormente, que las subsanaran, generó demoras en el cumplimiento de los tiempos establecidos. En el mes de Noviembre, se culminó la ejecución de los recursos asignados a la central de medios ante el retraso en el comienzo del proceso.				
						Ejec.	%										33,33	33,33	33,33							
4.3.		Publicación en redes sociales	x		Informe de las publicaciones	Prog.	#							1	1	1			3	10	10		El informe de las publicaciones realizadas en las redes sociales reposan en la carpeta \\dtserver\PLAN DE GESTION INST\COMUNICACIONESM 4			
						Ejec.	%										33,33	33,33	33,33							
4.4.		Publicación en televisión y medios out of home	x		Informe de las publicaciones	Prog.	#										1	1	2	5	5					
						Ejec.	%												50,0						50,0	100,0
4.5.		Elaborar productos de merchandising	x		Informe de los productos recibidos	Prog.	#										1	1	2	5	5					
						Ejec.	%												50,0						50,0	100,0
<b>TOTAL PONDERACIÓN VERTICAL</b>																				<b>100</b>	<b>100</b>					

Proyectó: Ayda Luisa Córdoba  
 Revisó: Alejandra Solano Polanía  
 Aprobó: Alejandra Solano Polanía  
 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 2019	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%	10%	23%	38%	52%	58%	65%	69%	84%	88%	92%	96%	100%	100%			
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 569.538.271	\$0	\$189.167.000	\$151.746.000	\$116.749.000	\$24.500.000	\$36.666.667	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$50.252.627	\$ 569.081.294	
				Reservas (\$)	\$ 10.476.667	\$0	\$10.476.667	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$ 10.476.667
				Población beneficiada		0	0	0	0	188	222	220	220	219	220	219	220	213	213	213	213
Gestionar el 100% del plan de adecuación y sostenibilidad SIG-MIPG	66. Entidad	Sede IDT	Cra 24 # 40-66	Meta vigencia	100%		11%	20%	21%	31%	63%	71%	80%	82%	92%	100%	100%				
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
				Reservas (\$)	\$ 0																\$0
				Población beneficiada		68	122	151	163	188	222	220	220	219	219	219	220	213	213	213	213
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%	1%	10%	19%	28%	37%	46%	55%	64%	73%	82%	91%	100%	100%			
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
				Reservas (\$)	\$ 0																\$0
				Población beneficiada		68	122	151	163	188	222	220	220	219	219	220	219	220	213	213	213
Implementar 100% la estrategia de comunicación externa para el IDT	77. Distrital	Bogotá D.C.		Meta vigencia	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	22%	39%	83%	100%	100%			
				Meta reservas	0%																
				Ppto. Vigencia (\$)	\$ 396.650.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$300.000.000	\$0	\$0	\$0	\$96.650.000	\$ 396.650.000		
				Reservas (\$)	\$ 0															\$0	
				Población beneficiada		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Proyectó: Ayda Luisa Córdoba  
 Revisó: Alejandra Solano Polanía  
 Aprobó: Alejandra Solano Polanía  
 Firma de quien aprobó: \_\_\_\_\_