

ANEXO MATRIZ DE SEGUIMIENTO A METAS INDICADORES
PLAN ESTRATEGICO 2022

Gestión de Promoción y Mercadeo Turístico de Ciudad										
No	META	INDICADOR DE LA META	FORMULA DEL INDICADOR	Tipo de Agregación	META 2022	LOGRO 2022	% de cumplimiento plan de acción	NOTAS	RESULTADO (%)	ANÁLISIS DEL RESULTADO
1	MI 770a. Atención y 100.000 de consultas a través de las diferentes canales de la red de información turística de Bogotá	Consultas atendidas mediante mecanismos virtuales y presenciales	# acumulado anual de consultas atendidas mediante mecanismos virtuales y presenciales	Acumulativa	89.900	95.289	105,99%	1. Diseño y/o fortalecimiento de canales de atención virtuales y presenciales 2. Divulgación de los canales de atención presenciales y virtuales 3. Atención mediante canales virtuales y presenciales	106%	Al verificar las evidencias aportadas por el proceso se observa que se atendieron 95.289 Consultas atendidas mediante mecanismos virtuales y presenciales durante la vigencia 2022 de los 89.900 que se tenían programados, cumplimiento del 106%. La atención se presentó a través de los siguientes medios: Atención de consultas a través de la Red de Información Turística 58.453 Recorridos presenciales para personas interesadas en la oferta turística de la ciudad de Bogotá 6.045 Recibir recorridos presenciales y virtuales mostrando la oferta turística de la ciudad de Bogotá 465. Sesiones de información en plataformas 29.893 Evidencias: https://drive.google.com/drive/folders/13k8P5-VYfuvGd4F8u4D79s72u12406
2	MI 770a. Impactar a 2 millones de personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad de Bogotá	Personas impactadas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo orientado a la recuperación y fortalecimiento de la actividad turística de la ciudad de Bogotá	# acumulado anual de personas beneficiarias de información o pauta de la oferta turística de Bogotá	Acumulativa	600.000	649.391	108%	1. Generar interacciones con la comunicación de Bogotá como destino turístico que direcciona a la página web, lugar donde se encuentran contenidos, atractivos y actividades a desarrollar en la capital colombiana. 2. Adicionar acciones que permitan el aumento de visitantes a la ciudad con acciones de mercadeo y de relacionamiento con empresarios y destinos de otros países del mundo, (eventos, ruedas de negocios, conferencias, capacitaciones, entre otros). 3. Desarrollar pauta a nivel nacional e internacional encaminada a la recuperación de registros y de mediar a potenciales turistas. 4. Desarrollar acciones encaminadas al aumento de la comunidad en las redes sociales del ICT	108%	Al verificar las evidencias aportadas por el proceso se observa que se logró impactar un total de 649.391 personas a través de la implementación de un programa de promoción y mercadeo, durante la vigencia 2022, de los 600.000 que se tenían programados, cumplimiento del 108% (sobrecumplido) las personas impactadas se desglosan así: # personas que hacen reservas de billetes y servicios turísticos a partir de las acciones de promoción y mercadeo. 7467 # de personas que visitan el destino virtual que visitan la página web bogotadot.com 297.193 # de personas que visitan el navegador (base de datos) de Bogotá # de personas que visitan la oferta y/o hicieron clics en la oferta y/o se registraron en la página web 2.412.04 # de personas que visitan el navegador (base de datos) de Bogotá # de personas participantes en los eventos apoyados o realizados 19.460 # de personas impactadas directa e indirectamente mediante acciones desarrolladas estimadas mediante el multiplicador establecido 30.410 Evidencias: https://drive.google.com/drive/folders/13384m7hw3d3d8885P71u3u0

 PLAN DE ACCIÓN MIP 2022 INSTRUMENTO DE TRABAJO									
Gestión de Promoción y Mercado Turístico de Ciudad Gestión de Promoción y Mercado Turístico de Ciudad									
No	DIRECCIÓN MIP	POLÍTICA MIP	Descripción de la actividad	PROGRAMACIÓN			Responsable(s) de la actividad	RESULTADO (%)	MÉTRICA DE COMPROMISOS
				Fecha Inicio del mes/corona	Fecha Fin del mes/corona	Entregable			
									ANÁLISIS DEL RESULTADO
1	2. Direccionamiento estratégico y planeación	2.2. Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público	Hacer seguimiento a los proyectos en ejecución con FONBU y de ser necesario gestionar nuevos proyectos para la implementación de actividades de promoción y mercado turístico para la ciudad de Bogotá en el ámbito nacional e internacional.	1/2/2022	31/12/2022	Documento de seguimiento a proyectos y/o fichas de proyectos nuevos.	Rodrigo Sepúlveda	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observan los documentos soporte del seguimiento a oficina relacionados con el Convenio 291 de 2022 cuyo estado actual se encuentra en ejecución, revisiones realizadas en los meses de abril, agosto y diciembre 2022. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1t2uUjy6b0n_3t0d0vF1p549y4E43
2	4. Gestión del conocimiento y la innovación	4.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Desarrollar alianzas estratégicas con entidades del sector público y asociaciones estratégicas con diferentes actores privados del turismo, para optimizar recursos y acciones que permitan promocionar a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional.	1/2/2022	31/12/2022	Convenio, Memorandos de entendimiento, Acta de Comité de Marca Ciudad y/o Licencia de Marca Ciudad.	William Henada	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó los documentos con las alianzas estratégicas efectuadas con entidades públicas y empresas privadas elaboración de acta de comité marca ciudad, convenio empresa Bogotá, Al Canavé, Grupo IEC. Actividades adelantadas en el mes de febrero mencionando de entendimiento MPO/2022 autorización de uso de marca con Al Canavé 2103/2022, autorización de uso de marca Grupo Iec 18/02/22, en abril no hay evidencia respecto que no fueron elaborados, en julio envío correo con la documentación para el licenciamiento de la marca. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1EJ3K3F9k133d3q3CC9wF7_eF8uI
3	4. Gestión del conocimiento y la innovación	4.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Actualizar la Marca Ciudad para posicionamiento de la misma y contar relaciones con la cadena de valor del turismo.	1/2/2022	31/12/2022	Base de datos de licenciatarios	William Henada	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó base de datos de licenciatarios marca ciudad de los meses abril, agosto, diciembre y acto de comité marca ciudad adjuntan presentación de la reunión realizada en el mes de junio. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1u0dP2Fv0ghVgP2u4A4FyH4E5uM1
4	4. Gestión del conocimiento y la innovación	4.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Actualizar las alianas con los cuales se trabaja la oferta de ciudad, en base de datos actualizados por la entidad.	1/2/2022	31/12/2022	Soportes de base de datos en el herramienta determinada.	Natalia Echavarría	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó base de datos de licenciatarios marca ciudad de los meses abril, agosto, diciembre y acto de comité marca ciudad adjuntan presentación de la reunión realizada en el mes de junio. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1u0dP2Fv0ghVgP2u4A4FyH4E5uM1
5	4. Gestión del conocimiento y la innovación	4.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Realizar seguimiento a los alianzas logradas y/o gestionar nuevas alianzas con mercados nacionales e internacionales a fin de fortalecer la oferta multisectorial de la ciudad de Bogotá.	1/2/2022	31/12/2022	Documentos de seguimientos y/o Memorandos de Entendimiento	Natalia Echavarría William Henada / Jorge Moreno	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó Acto de Comité Marca Ciudad, Licencias marca ciudad, convenio empresa Bogotá y Decretado - Colectivo. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1EJ3K3F9k133d3q3CC9wF7_eF8uI
6	3. Gestión con valores para resultados	3.3. Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	Apoyar en la gestión de la implementación de un nuevo punto de información turística.	1/2/2022	1/1/2023	Informe que evidencia la implementación del nuevo punto de información turística.	Renzo Rodríguez	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó informe de implementación realizado en el marco del proyecto de inversión 7706, el informe contiene las fotos del punto de atención físico cuyo apertura fue en el mes de mayo de 2022. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/12au8B0g3v9yP5tAu4uF2Q4_uB7s7
7	4. Gestión del conocimiento y la innovación	4.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Realizar seguimiento y actualización del portafolio de producto MICE, informando aquellos que puedan ser útiles para el futuro MICE.	1/2/2022	31/12/2022	Matte de actualización de producto MICE.	Elin Martínez/Natalia Echavarría	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó matriz en excel con la información de Bogotá base de datos de lo que ofrece la Ciudad. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1c3032P2m0r7204_4u8H83v83vVp
8	4. Gestión del conocimiento y la innovación	4.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Implementar la estrategia de medidas propias promocionales de Bogotá como destino turístico.	1/2/2022	31/12/2022	Documentos que evidencian la implementación de las medidas propias	Diana Camarata	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó los informes de los resultados obtenidos en las redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, blog del turismo. Blogspot/activos se realizan métricas de las redes sociales, alianzas, visitas al perfil, seguidores, contenido, interacciones, publicaciones. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1e-NV_ujM8Z0PvP_C0P4u_GA
9	2. Direccionamiento estratégico y planeación	2.2. Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público	Realizar la programación y seguimiento a la gestión física y presupuestal.	1/2/2022	31/12/2022	Informes, documentos de seguimiento y trámite	Rodrigo Sepúlveda	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó los documentos con la información control con el consolidado CDR, resultados, modificaciones al PAA, seguimiento a los planes de acción de los proyectos de inversión número 7705 y 7706. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/17C0d8mB4Fm4w7C7VE8F3R7P7J26
10	4. Evaluación de resultados	4.1. Seguimiento y evaluación del desempeño institucional	Atender las solicitudes internas y externas del proceso de Promoción y Mercado Turístico de Ciudad	1/2/2022	31/12/2022	Informe de respuestas a las consultas Seguimiento a los planes de acción	Rodrigo Sepúlveda	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó carpeta PMP y PM con los soportes de las actividades realizadas, copia de la Contratación con los oficios requeridos al título de Control, carpeta del ICNTEC con la preservación de la Subdirección de Promoción y Mercado Turístico SIC, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1Qh9P30m4pC3w4E1F1D53u8P25d
11	3. Gestión con valores para resultados	3.4. Servicio al ciudadano	Atender las Peticiones sueltas y reclamos de la subdirección de Promoción y Mercado	1/2/2022	31/12/2022	MATRI y documentación de seguimiento y trámite de los PQR	Rodrigo Sepúlveda	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó de manejo mensual los PQR que han ingresado a la Subdirección de Promoción y Mercado, se encuentran el oficio de solicitud con el resultado dado al ciudadano, igualmente se evidenció el consolidado de todos los PQR allegados a la Subdirección. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1PC8E8w42_2j8B0uF1FD3P25d32
12	5. Información y comunicación	5.1. Gestión documental	Realizar la transferencia documental de la Subdirección de Promoción y Mercado	1/4/2022	31/5/2022	Reporte de transferencia y documentación de hitos documentales	Rodrigo Sepúlveda	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó actividad realizada en el mes de mayo el Formato Único de Inventario Documental FIUD con la transferencia primaria, hoja de control de expedientes y Memorando del 21/04/2022 con el surtido transferencia Documental Primario de la vigencia 2019. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1u2b11m2vDQ4C3U3tAU4W06t6m64
13	3. Gestión con valores para resultados	3.3. Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos	Estructurar procesos de contratación en diferentes modalidades y realizar los correspondientes licitaciones a procesos contractuales finalizados (6 casos)	1/2/2022	31/12/2022	Reporte de avance de la gestión contractual y licitaciones	Mauricio Arbeláez	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó la ejecución contractual de manera mensual, base de datos actualizada periodo 2021 y 2022 del excel control de las contrataciones con el estado actual de los contratos de la Subdirección de Promoción y Mercado, información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1D3-BP7Cv028E1E4m9y3d046
14	4. Gestión del conocimiento y la innovación	4.1. Gestión del conocimiento y la innovación	Producción de piezas audiovisuales y fotográficas y soportes para la promoción turística de Bogotá	1/2/2022	31/12/2022	Piezas producidas	Carolina Herrera	100%	Al verificar las acciones adelantadas por el proceso, se observó las piezas comunicativas producidas a lo largo del año, en donde participaron a nivel turístico la ciudad de Bogotá, Se han creado: Banco de Datos, Banco de Textos, Banco de Videos y en cada uno de ellos las acciones realizadas. Información revisada en el siguiente link: https://drive.google.com/drive/folders/1D8t8P3d3e3C0E1D2W3C4P4E

ACTUALIZACIÓN DE LA MEDICIÓN DE CONTROL INTERNO A LOS COMPROMISOS DE LA DEPENDENCIA

Para la vigencia 2022, el proceso de métricas resultó un total de 23 compromisos, de los cuales se priorizaron a su plan estratégico institucional y se comprometieron a su plan de acción MPIC, el nivel de cumplimiento se detusaron de la siguiente forma:
 Ejecución MPIC: El proceso Promoción y Mercadeo cuenta con cuatro (4) actividades formuladas en el plan de acción del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG de la vigencia 2022. Puntos relevantes los reportes de la ejecuciones relacionadas en el Drive - Subcarpetas por proceso, disponibles para tal fin generando como resultado la ejecución al 100%.

INSUMO DE LA INFORMACIÓN	Nº. de compromisos	EJECUCIÓN %
Plan Estratégico	1	100%
Plan Estratégico	2	100%
Plan Estratégico	3	100%
Plan Estratégico	4	100%
Plan Estratégico	5	100%
Plan Estratégico	6	100%
Plan Estratégico	7	125%
Plan de Acción MPIC	1	100%
Plan de Acción MPIC	2	100%
Plan de Acción MPIC	3	100%
Plan de Acción MPIC	4	100%
Plan de Acción MPIC	5	100%
Plan de Acción MPIC	6	100%
Plan de Acción MPIC	7	100%
Plan de Acción MPIC	8	100%
Plan de Acción MPIC	9	100%
Plan de Acción MPIC	10	100%
Plan de Acción MPIC	11	100%
Plan de Acción MPIC	12	100%
Plan de Acción MPIC	13	100%
Plan de Acción MPIC	14	100%
TOTAL DE EJECUCIONES		100%

El nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción para la vigencia 2022 es de un 100%, con un criterio de cumplimiento "Sobresajante"

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

* De los 23 compromisos, se evidencia que 18 cumplen en un 100%, y 5, no están sobresajados con un porcentaje de ejecución superior al 100%.

* Los mismos garantizan se identifica que el plan de acción tiene formulación adecuada de las iniciativas necesarias, apuntando al cumplimiento de objetivos estratégicos

PLAN DE MEJORA DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Ante de adoptar las evidencias de los acciones realizadas al Drive, se recomienda la revisión del contenido a fin de ser exactos con la información requerida y de esta manera se genere mejoramiento.
 Revisar cuidadosamente la planeación de los compromisos para la vigencia 2023, teniendo en cuenta que para la vigencia 2022, arrojó una subejecución en algunas líneas, lo que permite inferir que en los sucesos que se cumplieron se pueden generar resultados más sencillos para las metas.
 Socializar el presente informe con el equipo de trabajo de la dependencia, con el fin de dar a conocer los resultados sobre el cumplimiento de las metas

En Fecha: 31 de Enero del 2023
 El Director: GERARDO ANTONIO SUAREZ ELAIBERO