

CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO

| 1. ENTIDAD: Instituto Distrital de Turismo - IDT | | 2. DEPENDENCIA A EVALUAR: Subdirección de Promoción y Mercadeo | |
|--|---|--|--|
| 3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA DEPENDENCIA: 2- Posicionar a Bogotá como destino turístico a través de la divulgación de su oferta y productos turísticos con el fin de atraer visitantes a nivel nacional e internacional y mejorar la imagen de la ciudad, generando desarrollo, confianza y felicidad para todos | | | |
| 4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL | 5. MEDICIÓN DE COMPROMISOS | | |
| | 5.1. INDICADOR | 5.2. RESULTADO (%) | 5.3. ANÁLISIS DEL RESULTADO |
| Atender 243.000 personas a través de la red de información turística | Atender usuarios residentes nacionales y extranjeros a través de la Red de Información Turística. | 100,0 | Hace referencia a la atención en los puntos de información y recorridos turísticos con recursos de vigencia, por lo que se programan las actividades a partir de marzo. Dado lo anterior, para el año 2017 se atendieron 243.000 consultas, evidenciándose que si bien las actividades en los meses de marzo, abril, mayo, junio, octubre y noviembre no se ejecutaron respecto a lo programado debido a la ola invernal, cierres alrededor de la plaza de Bolívar y el cese de operaciones de 51 días de los pilotos de Avianca, se logra evidenciar el cumplimiento de meta por la Visita del papa en el mes de Septiembre a Colombia. Evidencias: Muestras del registro de consultas en los meses Febrero (12,188), Mayo (21,901) y Septiembre (53,700). |
| | Atender usuarios residentes nacionales y extranjeros a través de la Red de Información Turística. | 100,0 | Hace referencia a la atención en los puntos de información y recorridos turísticos con recursos de reserva. Se evidencia la programación de las actividades en los dos primeros meses, en el cual estaba programado para el mes de febrero realizar 19.576 consultas y recorridos turísticos de las cuales se ejecutaron 12,188 por diferentes temas externos que afectan directamente el cumplimiento de la actividad programada, no obstante, en el mes de marzo se realizan 12.318 y en mayo 21.901 compensando el faltante del mes de febrero. Teniendo en cuenta lo anterior la meta se considera cumplida para la vigencia. Evidencias: Registro de consultas e inscripción de recorridos turísticos debidamente diligenciados de los meses: Enero, Febrero, Marzo y Mayo. |
| | Realizar seguimiento a la operación de los PIT fijos e itinerantes. | 100,0 | Referente a la programación de esta actividad se gestiona con recursos de vigencia, es decir desde marzo hasta diciembre. El IDT posee 9 puntos de información, pudiéndose evidenciar a través de una muestra que el seguimiento a la operación PIT fijos e itinerantes se realizó efectivamente, es así que en el mes de junio se realizaron 14,269 consultas e inscripciones y en diciembre con 17,981. Evidencias: Registros de Consultas e inscripción debidamente diligenciadas de los meses Mar, Abr., Mayo, Jun., Jul., Ago., Sep., Oct., Nov. y Dic. |
| | Realizar seguimiento a la operación de los PIT fijos e itinerantes. | 100,0 | Referente a la programación de esta actividad con recursos de Reserva, se evidencia que en el mes de enero, en siete (7) puntos de información: (1) Muelle Internacional, (1) Centro Histórico, (1) Monserrate, (1) Quiosco de la Luz, (1) Terminal Salitre, (1) Terminal del Sur y (1) Unicentro, se realizaron 10.235 consultas e inscripciones y en el mes de febrero en nueve (9) puntos de información: (1) Muelle Internacional, (1) Centro Histórico, (1) Centro Internacional, (1) Corferias, (1) Monserrate, (1) Quiosco de la Luz, (1) Terminal Salitre, (1) Terminal del Sur y (1) Unicentro, se llevaron a cabo 11.528 consultas e inscripciones. Evidencias: Registro de Consultas e inscripciones de los meses enero y febrero debidamente diligenciados. |



CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO

| | | | |
|---|---|-------|--|
| | Realizar seguimiento a la operación de los PIT Virtuales. | 96,0 | <p>Según la programación de las actividades a diciembre de 2017, se debía hacer seguimiento a 20 PITS virtuales con recursos de la vigencia, sin embargo, se evidencia que esta actividad no alcanza al 100% puesto que el pedestal de C.C Gran Estación sufrió daños.</p> <p>Conforme a lo anterior, se evidencia seguimiento a 12 PITS en marzo, 14 en abril y mayo, 16 en junio, julio y agosto, y, 19 en septiembre, octubre, noviembre y diciembre.</p> <p>Por lo anterior se toma una muestra del informe del mes de noviembre y se evidencia el seguimiento a 19 PITS virtuales, así: (1) Unilago, (1) Teatro Julio Mario Santo domingo, (1) C.C. El Retiro, (1) Terminal del Salitre, (1) IDT, (1) Tequendama, (1) Planetario, (1) Teatro Jorge Eliecer Gaitán, (1) Centro Histórico, (1) Muelle Internacional, (1) Turistren, (1) Hotel BH, (1) Maloka, (1) C.C Gran Estación, (1) C.C Gran San, (1) Galerías, (2) Corferias y (1) Eventos. No se cumple entonces con el 100% de la actividad.</p> <p>Evidencia: Informe mensual de Puntos Virtuales.</p> |
| | Realizar seguimiento a la operación de los PIT Virtuales. | 100,0 | <p>Se evidencia seguimiento de la actividad programada con recursos de reserva en enero y febrero de 2017 a 12 PIT virtuales, los cuales se describen: (1) Maloka, (2) Corferias, (1) C.C el Retiro, (1) Galerías, (1) Galerías, (1) Gran Estación, (1) Tequendama, (1) Tequendama, (1) Muelle Internacional, (1) Teatro Julio Mario Santo domingo, (1) Terminal Salitre, (1) Turistren y (1) Unilago. Se cumple con la actividad propuesta</p> <p>Evidencia: Informe mensual de Puntos Virtuales.</p> |
| | Medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente los servicios que ofrece la Red de Información Turística. | 100,0 | <p>El nivel de satisfacción de los usuarios frente a los servicios que ofrece la red de Información turística se hace mediante una encuesta que se compone de 9 preguntas, al estar programada la actividad de marzo a diciembre se hace con recursos de vigencia. Se evidencia que mes a mes se realizan dichas encuestas, se toma una muestra de las personas censadas en el mes de julio, así: 29 extranjeros, 17 nacionales y 16 residentes; y en el mes de septiembre 39 extranjeros, 16 nacionales, y 10 residentes. Teniendo en cuenta lo anterior, la meta se considera cumplida para la Vigencia.</p> <p>Evidencia: Formato de Indicadores calificación mes a mes.</p> |
| | Medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente los servicios que ofrece la Red de Información Turística. | 100,0 | <p>El nivel de satisfacción de los usuarios frente a los servicios que ofrece la red de Información turística se hace mediante una encuesta que se compone de 9 preguntas, al estar programada la actividad en enero y febrero se ejecuta con recursos de reserva, evidenciándose que en los dos periodos se realizan dichas encuestas, en el mes de enero a 47 extranjeros, 12 nacionales y 7 residentes; y en el mes de febrero 48 extranjeros, 7 nacionales, y 9 residentes. Conforme a lo anterior, la meta se considera cumplida para la Vigencia.</p> <p>Evidencia: Formato de indicadores calificación mes a mes.</p> |
| Participar y/o realizar 93 actividades de promoción y posicionamiento turístico | Participar en ferias especializadas y/o semanas de Colombia | 100,0 | <p>En relación a la programación de las actividades con recursos de la Vigencia en el mes de septiembre se tenía contemplado la participación a 2 ferias, sin embargo, se evidencia que en dicho mes no se asiste a ninguna, no obstante, se evidencia que del 4 al 6 de octubre se asiste a "Colombia Travel Expo" en Medellín y del 6 al 8 de noviembre "Work Shop Market" en Londres, por lo anterior la meta se considera cumplida para la vigencia.</p> <p>Evidencias: Informes y Fotos de la feria.</p> |



CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO

| | | | |
|--|--|-------|---|
| | Participar en ferias especializadas y/o semanas de colombia | 100,0 | En relación a la programación de las actividades con recursos de Reserva se evidencia la participación a 3 ferias: del 18 al 23 de enero se asiste a la feria Internacional "Fitur outdoor" en España; y en Marzo la participación en dos Ferias Nacional e Internacional respectivamente: "ANATO" del 1 al 3 de marzo, e ITB del 8 al 12 de marzo en Berlín. Evidencias: Informes y Fotos de la feria. |
| | Realizar y/o participar en Workshop y/o capacitaciones de destino | 100,0 | Si bien la programación de las actividades con recursos de la Vigencia daban inicio en junio, se evidencia que en el mes de marzo se ejecutaron dos (2) actividades adicionales, esto es: "WorkShop Marco previo visita papal" y capacitaciones virtuales para Argentina y Ecuador", además, el desarrollo de las demás actividades de las cuales se tomó una muestra se da conforme a lo planeado, por lo anterior se da cumplimiento a la meta para la vigencia . Muestra de Evidencias: Agosto " Show Room Cotelco" del 9-08-2017 en el Hotel Sonesta, Noviembre : "Capacitaciones de Destino WEBINAR" , Marzo: "WorkShop Marco previo visita papal" y capacitaciones virtuales para Argentina y Ecuador". Fotos e Informes. |
| | Realizar y/o participar en Workshop y/o capacitaciones de destino | 100,0 | Si bien la programación de las actividades con recursos de Reserva iniciaban en mayo, se evidencia que en el mes de Marzo se ejecuta una actividad adicional correspondientes a: "Travel_Mart rueda de Negocios", además, la actividad programada en mayo, denominada " Workshop Visita de su Santidad el Papa" se ejecuta, por lo anterior se da cumplimiento a la meta para la vigencia . Muestra de Evidencias: registro fotográfico de seguimiento evento Workshop Visita de su Santidad el Papa y rueda de negocios, Informes de Workshop y ferias. |
| | Realizar y/o participar en Press Trip y Fam Trips | 100,0 | Durante la programación de actividades en los meses de julio y agosto, no se evidencia un cumplimiento a raíz de la dificultad en la búsqueda de periodistas en los países de china y Turquía, sin embargo, se adelantaron gestiones y en Febrero se lleva a cabo un "Press Trip Win Denof", en septiembre se llega a un acuerdo de traer 4 periodistas de China y en noviembre se evidencia la ejecución de 3 actividades ("Press Satena" "FAM gestión comercial Ibagué y Press fest el Dorado), por lo anterior se considera cumplida la meta para la Vigencia. Evidencias: Fotos e informes |
| | Apoyo a eventos de ciudad que permitan la promoción del destino y sus productos turísticos | 100,0 | Se evidencia que se adelantaron algunas actividades como quiera que en el mes de febrero se tenían programadas 3, sin embargo se realizan 5 las cuales se relacionan a continuación: ("ACICAM" del 8-10 de Feb.), ("CUMBRE NOBELES DE PAZ" del 2-5 de Feb.), ("GIRA LOOK CYZONE"18 de Feb.), ("PGA" 7 de Feb.) y ("PRESS" 6-9 de Feb.) Asi mismo, en el mes de diciembre si bien se tenían programadas 2 actividades, no se lleva a cabo la ejecución de ninguna , no obstante , la meta se considera cumplida para la Vigencia. Evidencias: Fotos, invitaciones e Informes de las actividades desarrolladas, Registro en redes sociales. |
| | Realizar Alianzas y/o adhesiones a organismos que permitan la promoción del destino | 100,0 | En el mes de noviembre se programa una (1) actividad la cual consistía en hacerse miembros de "USTOA", mediante el memorando 2017IE1941 y el correo de verificación miembros de USTOA con su respectiva respuesta se evidencia que efectivamente esta actividad logra ejecutarse, por lo anterior, la meta se considera cumplida para la vigencia. Evidencia: Resolución pago de la afiliación a USTOA. |



CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO

| | | |
|--|-------|---|
| Diseñar y producir material de promoción turística de Bogotá, con marca ciudad. | 100,0 | En efecto la programación de las actividades para producir material de promoción turística en marzo (1), abril (1), junio (2), julio (2) y agosto (1) corresponden a la ejecución mes a mes según asignación, se toma una muestra de las evidencias de las actividades desarrolladas relacionadas a continuación: marzo ("Post día del teatro") y junio ("Banner"). Por lo anterior se considera cumplida la meta para la vigencia. Evidencias: PPP, correos de los diseños, PDF Y JPG. |
| Diseñar y producir material de mercadeo de ciudad como destino turístico | 100,0 | En efecto la programación de las actividades para el producir material de mercadeo de ciudad como destino turístico para los meses marzo (1), abril (1), junio (2), julio (2) y agosto (1) corresponden a la ejecución mes a mes según asignación, por lo tanto, se toma una muestra de las evidencias de las actividades desarrolladas así: julio ("Agenda Nacional", "Agenda Fin de Semana") y agosto (" Agenda de Ciudad"), cumpliendo entonces con la meta programada. Evidencias: PPP, correos de los diseños, PDF Y JPG. |
| Implementar estrategias de promoción y divulgación de la marca Bogotá a través de diferentes medios comunicación físicos y virtuales | 100,0 | En cuanto a la programación de las actividades , se evidencia el cumplimiento de las mismas antes de las fechas planeadas iniciando en el mes de agosto con la estrategia de comunicación visita papal, en septiembre con la activación de terminal salitre en compañía de la Orquesta filarmónica de Bogotá y el video promocional Visita papal, en Octubre estrategia diferentes atractivos turísticos con Procolombia y en el mes de noviembre P.P.P ARTBO. Si bien en diciembre no se reportan actividades asociadas a esta meta en el marco operativo, la meta se considera cumplida para la Vigencia. Evidencia: Informe de estrategias de promoción y divulgación de la marca Bogotá y Fotos de las actividades. |
| Validar 40 atractivos turísticos para la promoción de ciudad en mercados internacionales y nacionales | 100 | Hace referencia a validar 40 atractivos turísticos para la promoción de la ciudad los cuales se programan a partir del mes de marzo y hasta diciembre con la validación de cuatro (4) mes a mes, sin embargo, se evidencia un retraso en el cumplimiento de las mismas debido a los permisos requeridos para las visitas a algunos atractivos por esta razón en agosto solo se realiza la validación de (1) "Humedal Córdoba", pero, se subsana en el mes de diciembre al desarrollar (7) validaciones, esto es, " Biblioteca Nacional, Capitolio Nacional, Parque el Virrey, Mirador Colpatria, Parque Nacional, Parque Tunal y plazo de Toros" y se logra dar cumplimiento a la meta para la vigencia. Evidencias: Fotos de la validación a los atractivos. |
| Presentar proyectos ante el FONTUR y/o entidades de cofinanciación para la promoción de ciudad | 100,0 | Según la programación de las actividades, estas daban inicio en marzo, no obstante, y debido al cambio del personal a cargo del proyectos no fue posible realizarse en este mes, sin embargo, las actividades denominadas " Promoción de Bogotá como destino turístico a Nivel Internacional" y " Promoción turística a nivel Nacional Bogotá Creativa " ante FONTUR se ejecuta en abril, por lo anterior se logra dar cumplimiento a la meta para la vigencia. Evidencia: Oficios enviados al Ministerio de Comercio, Industria y turismo Memorando No. 2017EE865 y 2017EE866. |



CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO

| | | | |
|---|---|-------|---|
| | Distribuir material de promoción de ciudad | 100,0 | Según la programación de actividades se evidencia la distribuciones del material de promoción a la ciudadanía (<i>Mochila, Mapa turístico religioso, Manilla, Botillito, Brochure en Ingles, Brochure en Español, etc.</i>) , en el mes de enero y febrero 8.900 u, marzo 5.600 u, abril 8.000 u, mayo 6.400 u, junio 4.700 u, julio 5.800 u, agosto 3.000 u, septiembre 210.000, octubre 10.000 u, noviembre 49.000 u y diciembre 20.000 u, por lo anterior la meta se considera cumplida para la vigencia. Evidencias: Solicitudes de Material, informes entrega de material. |
| 3. Diseñar e implementar 30% una estrategia con herramientas digitales y de nuevas tecnologías para la promoción y mercadeo de Bogotá | Desarrollar Mooc para la promoción turística de la ciudad. | 100,0 | Hace referencia al desarrollo de un curso a distancia accesible por internet en el cual se puede inscribir cualquier persona y no tiene limite de participantes, este curso recibe el nombre de MOOC (<i>Curso Online masivos y abiertos</i>), según la programación de la actividad para el mes de noviembre se evidencia por medio del contrato No. 185 de 2017, los pantallazos del paso a paso para acceder al curso, las piezas graficas y el informe de 27 de noviembre de 2017 que la actividad se ejecuta en los tiempos estipulados, por lo anterior, la meta se considera cumplida para la vigencia. Evidencia: Contrato 185 de 2017, pantallazos piezas graficas y actas de comité técnico. |
| | Realizar la actualización e implementación de mejoras y nuevas funcionalidades de una aplicación móvil de promoción turística en procura del posicionamiento turístico de Bogotá a través del uso de las TIC. | 50,0 | Se observa la realización de la actividad con un cumplimiento del 50%, según las evidencias (Diseños de la aplicación) otorgadas por el proceso solo se da cumplimiento a la actualización de mejoras de una aplicación Móvil , el IDT determina que no se debe proceder con la suscripción del contrato interadministrativo debido a que la oficina asesora jurídica no encontró causeales para la contratación directa con la Universidad Nacional "ViveLab Bogotá" y la propuesta económica excedía los costos del mercado, motivo por el cual, la meta no cumple el 100%. Evidencia: Diseños de la aplicación. |
| | Realizar la actualización e implementación de mejoras y nuevas funcionalidades de una plataforma web responsive. | 50,0 | Se observa la realización de la actividad con un cumplimiento del 50%, según las evidencias (Diseños de la aplicación) otorgadas por el proceso solo se da cumplimiento a la actualización de mejoras de una plataforma web responsive, el IDT determina que no se debe proceder con la suscripción del contrato interadministrativo debido a que la oficina asesora jurídica no encontró causeales para la contratación directa con la Universidad Nacional "ViveLab Bogotá" y la propuesta económica excedía los costos del mercado, motivo por el cual, la meta no cumple el 100%. Evidencia: Diseños de aplicación |
| | Aprovechar y articular la infraestructura wifi pública con la que cuenta la ciudad. | 100,0 | Para el cumplimiento de este actividad se debían gestionar los permisos correspondientes para instalar 5 puntos asignados de zona Wifi gratuitos al IDT, los puntos suministrados son los siguientes: Chorro de Quevedo, Centro Histórico, Park Way, Centro Internacional y parque de los periodistas, conforme a las evidencias presentadas por el proceso (registros fotográficos y Reportes de instalación) la meta se considera cumplida para la Vigencia. Evidencia: Registro fotografico y reportes de instalación. |



CONSEJO ASesor DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO

6. EVALUACIÓN DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO A LOS COMPROMISOS DE LA DEPENDENCIA:

Para la vigencia 2017, el proceso suscribió veinticinco (25) compromisos en su plan de gestión, el cumplimiento se discrimina de la siguiente forma:

| Cantidad de compromisos | EJECUCION % |
|--------------------------|----------------|
| 1 | 100,0 |
| 2 | 100,0 |
| 3 | 100,0 |
| 4 | 100,0 |
| 5 | 96,0 |
| 6 | 100,0 |
| 7 | 100,0 |
| 8 | 100,0 |
| 9 | 100,0 |
| 10 | 100,0 |
| 11 | 100,0 |
| 12 | 100,0 |
| 13 | 100,0 |
| 14 | 100,0 |
| 15 | 100,0 |
| 16 | 100,0 |
| 17 | 100,0 |
| 18 | 100,0 |
| 19 | 99,5 |
| 20 | 100,0 |
| 21 | 100,0 |
| 22 | 100,0 |
| 23 | 50,0 |
| 24 | 50,0 |
| 25 | 100,0 |
| TOTAL % EJECUCIÓN | 95,8 |

El nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción para la vigencia 2017 es de un 95,8%, con un criterio de cumplimiento "Avanzo sustancialmente"

En cuanto a la evaluación que realiza la Asesoría de Control Interno a la gestión del Proceso de Promoción y Mercadeo Turístico de Ciudad, se observa lo siguiente:

* Durante la programación de la actividad se recomienda no incluir productos que dependan de factores externos sobre los cuales no tenga control la dependencia y afecten directamente la ejecución de la actividad y el nivel de cumplimiento de la meta.

** Se recomienda Ajustar la redacción de las actividades asociadas a cada meta, de manera que sean específicas, claras y contundentes. Igualmente al nombre que se le dan a las evidencias, es fundamental que concuerden con lo proyectado en el marco operativo ya que esta es nuestra herramienta para evaluar.

7. RECOMENDACIONES DE MEJORAMIENTO DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO:

* Fortalecer la revisión, por parte del líder del proceso, a los resultados de los seguimientos periódicos al cumplimiento de los compromisos e indicadores propuestos dentro del PGI, esto con el fin de identificar posibles incumplimientos e implementar oportunamente las acciones de mejora que considere necesarias.

* En lo que respecta a cambio en el cronograma de actividades, se recomienda dejar constancia de las decisiones, pues estas afectan la ejecución conforme a la programación.

8. Fecha: 26 febrero de 2018

9. Firma: Viviana Rocio Duran Castro