

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL - 2016



2 PROMOCION TURISTICA DEL DMQ

POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016				CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta mensual	Meta numérica mensual	Avance Mensual	53%			MAR	MARZO	
2 PROMOCION TURISTICA DEL DMQ	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EL MERCADO NORTEAMERICANO	Representación de destino y relaciones públicas en el mercado Norteamericano	Mantener el media value de al menos US\$ 3'500.000	Relaciones públicas y representación de destino para los mercados de USA, Canadá y México	Belén Pacheco	Contratación de oficina de representación	1,00	1	1	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Se realizó la muestra de interés para convocar oficinas de representación y relaciones públicas, se realizó el proceso de calificación y se cuenta con la autorización de inicio de proceso y resolución de invitación para la empresa NEWLINK GROUP como oficina para los mercados de Norteamérica, Europa y Sudamérica.	50,00%
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EUROPA Y OTROS MERCADOS INTERNACIONALES	Representación de destino y relaciones públicas en el mercado de Europa y otros mercados internacionales	Mantener el media value de al menos US\$ 5'000.000	Contratación de una agencia de representación para Europa y otros mercados internacionales	Ma. Gabriela Torres	Contratación de oficina de representación	1,00	1	1	50,00%	2,00	1,00	100,00%		50,00%
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADOS REGIONALES	Representación de destino y relaciones públicas en mercados regionales	Mantener el media value del 2015	Contratación de una agencia de representación mercados regionales	Ma. Gabriela Torres / Belén Pacheco	Contratación de oficina de representación	1,00	1	1	50,00%	2,00	1,00	100,00%		50,00%
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADO NACIONAL	Relaciones públicas con la industria turística	Realizar mínimo 180 visitas de actores de la industria turística al año	Visitas a TTOO para mejorar la oferta turística de Quito	Karina Núñez	Visitas a tour operadores y apoyo en ferias/roadshows/capacitaciones	18,00	18	20	11,60%	181,00	21,00	100,00%	Se dio apoyo y se realizaron visitas a tour operadores nacionales durante la feria Anato e ITB como parte del acercamiento con la industria turística. Pam Tours, GAP, Galacruises, Neotropic, Go Galápagos, GeoReisen, Nature Galápagos, ATC, EcoAndes - Unigalápagos, Andando Tours, Galextur, Latin Trails, Haugan Cruises, Kleintours, Cretar Tours, Indigo, entre otras.	51,75%
		Enviar mínimo 8 boletines al año a los principales actores de la industria turística	Envío de boletines			Envío de boletines a actores de la industria turística	1,00	1	1	22,22%	9,00	2,00	100,00%		
		Capacitaciones a la industria	Realizar mínimo 3 capacitaciones del destino	Organización de eventos para capacitación a la industria						100,00%	1,00	1,00			
		Promoción del destino en eventos relevantes	Contratación de al menos 10 presencias de marca en eventos	Presencia de marca en eventos relevantes						10,00%	10,00	1,00			
		Promoción de Quito a nivel local y nacional	Contratación de al menos 1 agencia de medios para comunicar sobre el destino	Promoción de Quito en medios a nivel local y nacional						100,00%	1,00	1,00			
		Gestión con otros actores de la industria para promoción conjunta del destino		Gestión con otros actores de la industria para promoción conjunta del destino						66,67%	3,00	2,00			
	ORGANIZACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS	Ferias y roadshows	Preparación de al menos 5 ferias internacionales	Pasajes aéreos	Carla Cárdenas					100,00%	1,00	1,00			72,22%
				Inscripciones						66,67%	3,00	2,00			
		Operación turística	Contratación de al menos 4 agencias de viajes para operación turística	Ejecución del servicio de operación turística	Alexandra Muñoz					50,00%	2,00	1,00			

INDUSTRIA DE REUNIONES	Servicios de representación y relaciones públicas	Se definirá una vez que se defina la tasa turística	Contratación de una oficina de Relaciones Públicas enfocadas al segmento Mice	Norma Bock					50,00%	2,00	1,00		Esta actividad se canceló y el resplado esta en el Memo DM 046 del 15 febrero 2016	16,67%
	Organización evento MIC 2016	Realizar al menos 1 evento anual	Organización de evento						0,00%	1,00	-			
	Apoyos a eventos	Apoyo al menos a 2 eventos captados en el año	Gasto a distribuir para apoyo a organización de eventos						0,00%	1,00	-			
GASTOS COMUNES DE MERCADEO	Material promocional de apoyo	Distribución de material promocional a nivel local: al menos 10 veces en el año	Distribución de material promocional impreso a nivel local	Sonia Ruiz	Distribución de material promocional	1,00	1	1	25,00%	12,00	3,00	100,00%	Se realizó la distribución de material promocional a puntos de información, hoteles y museos	75,00%
		Contratar al menos 2 empresas para producción de material de apoyo	Adquisición de material de apoyo para promoción del DMQ						100,00%	1,00	1,00			
	Transporte de personal	Una vez que se tenga la disponibilidad presupuestaria se enviara al área correspondiente	Servicio de transporte de personal para promocionar el destino						100,00%	1,00	1,00			