

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	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	80%			OCT	OCTUBRE	
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				100,00%	2,00	2,00			93,20%
						Viaje de prensa/bloguero/tour operador Norteamérica	5,00	3,00	78,95%	19,00	15,00	60,00%	Viaje de Prensa de Ariel Crespo, periodista del medio CNN México. Viaje de Prensa de Tyler Marshall, periodista del medio Matador Network de USA. Viaje de Influenciador Jesus Alonso Iglesias del medio Travel Report de México, que estuvo en Quito en el marco del evento de Comunicación Turística de Quito Turismo en junio y que estaba planificado para este mes. Por agenda de dos medios mexicanos, se ha propuesto su viaje para el mes de diciembre.	
						Campaña Cooperada Norteamérica	1,00	1,00	125,00%	4,00	5,00	100,00%	Arranque de campaña promocional cooperada con BestDay, una de las OTAS más importantes de México incluye presencia en banners digitales y en centros comerciales de varias ciudades mexicanas	
								1,00	100,00%	1,00	1,00		metas incluidas en mayo	
								1,00	100,00%	2,00	2,00		Se realizó un evento promocional de destino BTL el Hotel Hyatt de Atlanta para medios y tour operadores de este mercado, se contó con la participación de la Gerente General Gabriela Sommerfeld	
									260,00%	10,00	26,00			
									66,67%	3,00	2,00			

								100,00%	2,00	2,00			
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				100,00%	2,00	2,00			89,52%
					Viajes de Familiarización, Prensa Blogger o TTOO	2,00	13,00	190,00%	10,00	19,00	100,00%	Se realizó un viaje conjunto con la Fundación de Cuenca y LAN Airlines donde se contó con la participación de 8 periodistas y 5 TTOO de Europa	
					Avance cooperado		2,00	100,00%	2,00	2,00		En este mes se realizó un cooperado con Logitravel de España y con Abercrombie de Reino Unido. Ambas acciones empezaron en octubre y tendran vigencia de un mes.	
								66,67%	3,00	2,00			
					Capacitaciones a la Industria Turística	3,00	-	60,00%	5,00	3,00	0,00%	Estas capacitaciones se las movieron para noviembre para aprovechar el viaje del delegado de Quito Turismo a WTM	
								100,00%	2,00	2,00			
								100,00%	2,00	2,00			
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				100,00%	2,00	2,00			65,00%
								0,00%	1,00	-		La elaboración del contrato complementario con la Oficina de Relaciones Públicas se realizará en el mes de noviembre,.	
					Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO	1,00	-	200,00%	4,00	8,00	0,00%	Este viaje se movió a noviembre porque el periodista prefería empezar el viaje con Galápagos y luego visitar Quito.	

					ADELANTO COOPERADOS		1,00	100,00%	1,00	1,00		En octubre empezó el cooperado con LAN Argentina donde Quito es el destino del Mes. Se realizará una fuerte campaña digital y se otorgará una tarifa preferencial durante ese mes. La campaña arrancó el 15 de octubre y durará hasta el 15 de noviembre.	
					Arrastre de sep (+1 total 2): Capacitaciones a la Industria Turística	1,00	1,00	25,00%	4,00	1,00	100,00%	Se capacitó a más de 150 personas en toda una semana de capacitaciones en Brasil en las ciudades de Porto Alegre, Río de Janeiro y Sao Paulo en Brasil	
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	26,00	91,71%	181,00	166,00	100,00%	Se visitaron empresas del trade turístico de acuerdo a lo reportado por Patricio Banderas, Jefe de Operación Receptiva, entre las que se encuentran: Hotel Alameda Real, Hotel Reina Isabel, Grandes Viajes, Tropical Adventures., Golondrina Travel, Sevitur, Tierra de Fuego, Absolut Travel, Jungaltours, Tierra Verde, Latintour, Giramundo, Peak, Jocototours, Galapagos Natural, Gientrains, Pures Ecuador, Galacruises.	97,23%
		Enviar mínimo 8 boletines al año a los principales actores de la industria turística	Envío de boletines					88,89%	9,00	8,00			
	Capacitaciones a la industria	Realizar mínimo 3 capacitaciones del destino	Organización de eventos para capacitación a la industria					300,00%	1,00	3,00			
	Promoción del destino en eventos relevantes	Contratación de al menos 10 presencias de marca en eventos	Presencia de marca en eventos relevantes					125,00%	4,00	5,00			
			Promoción del destino					100,00%	1,00	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		Campaña nacional		1,00	200,00%	1,00	2,00		Se realizó campaña nacional para incentivar al voto de Quito para ser Destino Lider Mundial en el concurso organizado por la WTM	
	Gestión con otros actores de la industria para promoción conjunta del destino		Gestión con otros actores de la industria para promoción conjunta del destino		Adelanto Workshops		1,00	100,00%	3,00	3,00		Se ejecutaron workshops con tour operadores locales y tour operadores internacionales de Usa, Canadá, Colombia y Perú en el mrcio de los viajes de familiarización internacionales. (estos eventos se realizaron en el mes de septiembre)	
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			100,00%
			Inscripciones		Pago inscripción WTM	1,00	1,00	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Esta inscripción se pagó desde la oficina de representación para la participación de Quito en la WTM	
	Operación turística	Contratación de al menos 4 agencias de viajes para operación turística	Ejecución del servicio de operación turística	Carla Cárdenas				100,00%	2,00	2,00			

