

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 SEP	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	74%			92%	SEPTIEMBRE	
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			72,48%
						Viaje de prensa/bloguero/tour operador Norteamérica	6,00	8,00	63,16%	19,00	12,00	100,00%	Se realizó en Quito un viaje de familiarización con 5 TTOO de Usa y Canadá: Indus Travel,, Go Ahead Tours, Turistika, Explorica, Meaningful Trip. Se realizó un viaje de prensa con el periodista Enrique Cordoba de Miami representante de Radio Caracol. Se realizó un viaje de prensa con la periodista de viajes Jennifer Bain del medio Toronto Star	
						Campaña Cooperada Norteamérica	1,00	2,00	100,00%	4,00	4,00	100,00%	Se ejecutaron las acciones promocionales incluidas en las campañas cooperadas con Collete Vacations para los mercados de Usa y Canadá y Globos para Usa. Se dio inicio a una campaña digital en Trip Advisor que durará hasta diciembre de este año	
									0,00%	1,00	-			
									50,00%	2,00	1,00			
									260,00%	10,00	26,00			
						Ferias y Eventos de promoción turística Norteamérica (TMLA / ATWS)	2,00	2,00	66,67%	3,00	2,00	100,00%	Participación de Quito en la Feria de Turismo TMLA desarrollada en Foz de Iguazú, la representante fue Ma. Belén Pacheco y en la conferencia ATWS desarrollada en Anchorage, Alaska bajo la representación de Patricio	
									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					100,00%	2,00	2,00			69,52%

				Ma. Gabriela Torres	Viajes de Familiarización, Prensa Blogger o TTOO	2,00	3,00	60,00%	10,00	6,00	100,00%	En septiembre se recibió a dos TTOO de Uk, Geodessey y Specialist Holidays. También se recibió a un periodista de UK especialista en aves llamado Ed Hutchings.	
								0,00%	2,00	-			
					Campaña Digital con Prensa	1,00	1,00	66,67%	3,00	2,00	100,00%	En este mes se inició con la campaña digital de Tripadvisor que durará hasta el 15 de diciembre del presente año.	
								60,00%	5,00	3,00			
								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			40,00%
								0,00%	1,00	-			
					Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO	2,00	7,00	200,00%	4,00	8,00	100,00%	Realización de un viaje de familiarización con representantes de TTOO y Agencias de Viajes de Colombia y Perú: Fine World, Viaja en Grande.com, NM Viajes, Elsa PTS, Viajes Pacífico, Perú Profundo y Condor Travel	
								0,00%	1,00	-			
					Capacitaciones a la Industria Turística	1,00	-	0,00%	4,00	-	0,00%	Esta capacitación estaba planificada con Avianca en Brasil pero se movió para octubre para tener mayor impacto.	
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		Visitas a tour operadores y apoyo en ferias/roadshows/capacitaciones	18,00	24,00	77,35%	181,00	140,00	100,00%	Se visitaron a varios representantes de operadores de turismo de Quito como: Grayline, Sacha Lodge, S.A.T, Planeta Chevere. Scalesia Galapagos, Misquilla,. Termas de Papallacta, Manatee, Yunguilla, entre otros de acuerdo a como lo reporta Patricio Banderas, Jefe de Operación Receptiva	90,41%
		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	1,00	88,89%	9,00	8,00	100,00%	Se envió un boletín al trade turístico nacional con novedades de la ciudad de Quito	

		Capacitaciones a la industria	Realizar mínimo 3 capacitaciones del destino	Organización de eventos para capacitación a la industria	Karina Núñez				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		Presencia de marca	1,00	2,00	125,00%	4,00	5,00	100,00%	Quito Turismo tuvo presencia de marca en el evento Designer Book 2016, desarrollado en la Capilla del Hombre el pasado 8 de septiembre y en la Carrera 15K
				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	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		
				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	Carla Cárdenas				100,00%	2,00	2,00		
	GASTOS COMUNES DE MERCADEO	Material promocional de apoyo	Distribución de material promocional: al menos 6 envíos internacionales	Distribución de material promocional a nivel internacional	Sonia Ruiz				100,00%	7,00	7,00		
			Distribución de material promocional a nivel local: al menos 10 veces en el año	Distribución de material promocional impreso a nivel local		Distribución de material promocional	1,00	1,00	75,00%	12,00	9,00	100,00%	Se distribuyó material promocional a los puntos de información
			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		
						Se contratara una empsa para el servicio de dispositivos de almacenamiento	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se contrató a una empresa para que provea de Dispositivos de Almacenamiento a Quito Turismo
		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		
		Producción de videos para promoción del destino	Se definirá una vez que se obtengan los recursos	Producción de videos.	Belén Pacheco					-	-		
		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	QT					-	-		
					QT					-	-		