

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
						AGO	Meta mensual	Avance Mensual	62%			AGO	AGOSTO
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable							100%	
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		
									21,05%	19,00	4,00		
									50,00%	4,00	2,00		
									0,00%	1,00	-		
									50,00%	2,00	1,00		
									260,00%	10,00	26,00		
									0,00%	3,00	-		
									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		
									30,00%	10,00	3,00		
									0,00%	2,00	-		
									33,33%	3,00	1,00		

					Adelanto de capacitaciones a la industria turística		3,00	60,00%	5,00	3,00		Estas capacitaciones estaban planificadas para octubre pero es adelantaron aprovechando la presencia del representante de Quito Turismo para la Birdfair y el cumplió esta agenda de capacitaciones previo a la feria
					Asistencia a Ferias o Eventos especializados de Turismo	1,00	1,00	100,00%	2,00	2,00	100,00%	A esta feria asistió Patricio Gaybor como representante de la ciudad y también Quito envió a José Illanes como experto en aviturismo para dar una charla y soporte en el stand.
								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		
								0,00%	1,00	-		
								25,00%	4,00	1,00		
								0,00%	1,00	-		
								0,00%	4,00	-		
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/c capacitaciones	18,00	18,00	64,09%	181,00	116,00	100,00%	Jefatura de Operación receptiva visito a actores de la industria turística que incluyo a :Metropolitan Touring, Mirame Ecuador, Galamazonas, Gastón Zacase, Tit Top y Rolf Wittmer, Latventure, Colorful Ecuador-Ecoleviajes, Termas de Papallacta. Sacha Lodge, Turisa, ATC, Galpagos Center, Equateur Voyages. Haugan Cruises, Galextur, Mogens Hostel, Despegar.com
		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 trística	1,00	1,00	77,78%	9,00	7,00	100,00%	Se envió a la industria turística información sobre el Meeting Industry Conference evento organizado por Quito Turismo que se realizará en el mes de septiembre
	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					75,00%	4,00	3,00		
			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	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	66,67%	12,00	8,00	100,00%	Se envió material promocional de puntos de información Aeropuerto, Quinde y Quitumbre
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		
									0,00%	1,00	-		Hay que eliminar esta fila ya que no corresponde a ninguna meta y en el porcentaje general de metas cumplidas se ve afectado
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		Belén Pacheco				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.						-	-			
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO			QT				-	-		
						QT				-	-		