

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	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	100%			89%	DICIEMBRE	
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			100,00%
						Viaje de prensa/bloguero/tour operador Norteamérica	1,00	2,00	100,00%	19,00	19,00	100,00%	Viaje de Prensa México: Medio El Universal y Viaje de Prensa Canadá: Medio Huffington Post con lo que se da cumplimiento a los viajes de prensa y familiarización durante el año 2016	
									125,00%	4,00	5,00		Arranque de campaña promocional cooperada con Goway, una de las Tour Operadoras más importantes de Canadá incluye presencia en banners digitales, redes sociales, email marketing y descuento en paquetes turísticos que incluyen la ciudad de Quito	
									400,00%	1,00	4,00			
									150,00%	2,00	3,00			
						Capacitaciones, webinars y/o presentaciones de destino Norteamérica	10,00	20,00	620,00%	10,00	62,00	100,00%	Se realizó un ciclo de capacitaciones de destino en Guadalajara, Monterrey y Ciudad de México en conjunto con la aerolínea Copa Airlines y los TTOO locales Quindetur y Tren Ecuador, el representante de Quito en esta actividad fue Rubén Lara	
						Ferias y Eventos de promoción turística Norteamérica (USTOA)	1,00	1,00	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Se participó en la Conferencia Internacional USTOA en Scottsdale, Arizona, Estados Unidos en donde se expuso la oferta turística de la ciudad de Quito ante los principales Tour Operadores estadounidenses y canadienses.	
									100,00%	2,00	2,00			

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	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	100%			89%	DICIEMBRE	
	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			100,00%
						Viajes de Familiarización, Prensa Blogger o TTOO	2,00	4,00	240,00%	10,00	24,00	100,00%	Este mes tuvimos la presencia de un FAM de UK con Black Tomato, y 3 periodistas Alemanes: Marko Martin, Stephan Hanszchaman y Marcus Gross	
									150,00%	2,00	3,00			
						Campaña Digital con Prensa	1,00	1,00	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Se realizó una campaña digital con WTA para la promoción de Quito como destino líder mundial, la campaña se realizó en el mes de octubre y se reporta en este mes	
						Capacitaciones a la Industria Turística	1,00		200,00%	5,00	10,00	0,00%	Las capacitaciones ya fueron realizadas y reportadas en meses anteriores	
									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					100,00%	2,00	2,00			100,00%
									100,00%	1,00	1,00			

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	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	100%			89%	DICIEMBRE	
					Ma. Gabriela Torres / Belén Pacheco				250,00%	4,00	10,00			
									100,00%	1,00	1,00			
						Capacitaciones a la Industria Turística	1,00	2,00	125,00%	4,00	5,00	100,00%	Se realizó dos webinars para empresas turísticas de Brasil, este fue impartido desde las oficinas de Quito Turismo	
	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	14,00	109,39%	181,00	198,00	77,78%	Visitas realizadas por Patricio Banderas a Operadores Turísticos locales como: Metropolitan Touring, Quito Tour Bus, Puerta al Sol, Advantage Travel, Gastón Sacaza entre otras	100,00%
			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	111,11%	9,00	10,00	100,00%	Se envió el boletín de noticias de Quito a la industria nacional donde se difundieron noticias de: Reconocimientos de Quito en el 2016, los Dulces de Navidad y los Pesebres de Quito	
		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				1,00	200,00%	1,00	2,00			
		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				2,00	400,00%	1,00	4,00		Se ejecutó la campaña nacional para Texturas y Colores en marco del Convenio entre Quito Turismo y Conquito. Se realizó la campaña nacional para promoción de destino Quito en el mercado local.	
		Gestión con otros actores de la industria para promoción conjunta del destino		Gestión con otros actores de la industria para promoción conjunta del destino		Gestión de un viaje de prensa nacional	1,00	1,00	133,33%	3,00	4,00	100,00%	Se realizó un viaje de prensa con 12 periodistas de medios nacionales de Guayaquil y Cuenca, entre los que se destacan: Revista Hogar, Diario Expreso. Viajando por el Ecuador, Unión Televisión. Radio Centro, entre otros	
	ORGANIZACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS	Ferias y roadshows	Preparación de al menos 5 ferias internacionales	Pasajes aéreos	Carla Cárdenas				200,00%	1,00	2,00			100,00%

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	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	100%			DIC	DICIEMBRE	
				Inscripciones					100,00%	3,00	3,00			
		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			100,00%
			Distribución de material promocional a nivel local: al menos 10 veces en el año	Distribución de material promocional a nivel local			1,00	1,00	100,00%	12,00	12,00	100,00%		
			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			
									100,00%	1,00	1,00			
									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			
		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					-	-			