

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	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	58%			JUL	JULIO	
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			52,63%
						Viaje de prensa/bloguero/tour operador Norteamérica	4,00	4,00	21,05%	19,00	4,00	100,00%	Viaje de Prensa de dos periodistas de medios importantes de Usa y Canada: San Antonio Express y Revista Nuvo Magazine . Se realizó un viaje de dos influenciadores. El	
						Campaña Cooperada Norteamérica	2,00	2,00	50,00%	4,00	2,00	100,00%	Se firmaron dos cooperados con TTOO para campañas promocionales de Quito en mercados norteamericanos. Para Usa y Ca con Collette Vacations y	
									0,00%	1,00	-			
									50,00%	2,00	1,00			
									260,00%	10,00	26,00			
									0,00%	3,00	-			
						Membresías y asociaciones Norteamérica (ATTA)	1,00	1,00	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se registró a Quito Turismo en la Membresía de ATTA., la misma que nos permite contar con información de relevancia para el destino en temas de turismo de aventura	
	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			44,76%
						Viajes de Familiarización, Prensa Blogger o TTOO	3,00	3,00	30,00%	10,00	3,00	100,00%	Vinieron 2 blogueros españoles Vero4Travel y del medio inglés London Unattached	
									0,00%	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	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	58%			JUL	JULIO	
					Ma. Gabriela Torres	Campaña Digital con Prensa	1,00	1,00	33,33%	3,00	1,00	100,00%	La campaña inició y tiene vigencia de 4 meses. Se la realizó con los bloggers Vero4Travel de España.	
									0,00%	5,00	-			
									50,00%	2,00	1,00			
									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			25,00%
									0,00%	1,00	-			
						Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO	1,00	1,00	25,00%	4,00	1,00	100,00%	Visitó la ciudad un influenciador de Argentina llamado Miguel Ledesma para asistir al I Encuentro de Comunicación Turística	
									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		Visitas a tour operadores y apoyo en ferias/roadshows/ capacitaciones	18,00	21,00	54,14%	181,00	98,00	100,00%	Jefatura de Operación receptiva visito a actores de la industria turística que incluyo a :Swissotel, Kentours, PEAK, Columbus Travel, Galacruises, Despegar.com, Hotel Gangotena, Galapagos Experience, SURTREK, Cometa Travel, Amazanga, Napo Wildlife, Latintour, Aida María Travel, Tierra de Fuego, Cóndor Travel, Cuyabenmo Lodge, Georeisen, Explorandes, Operador Neotropic, Ecuador Adventure.	80,35%

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	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	58%			JUL	JULIO	
			Enviar mínimo 8 boletines al año a los principales actores de la industria turística	Envío de boletines	Karina Núñez	Envío de boletines a actores de la industria turística	1,00	1,00	66,67%	9,00	6,00	100,00%	Se envió a la industria turística información del Encuentro Comercial Turístico en Lima con las actividades que se están realizando en este mercado	
		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 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			88,89%
				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					100,00%	7,00	7,00			71,67%

2 PROMOCION TURISTICA DEL DMQ									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL			Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016								JUL	JULIO	
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	58%			100%				
			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	1,00	58,33%	12,00	7,00	100,00%	Se realizó la distribución de material promocional a puntos de información y hoteles del DMQ			
			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	-							
		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					