

CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del
			MAY		

POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016			ANUAL	Anual 2016	anual 2016	MAY	MAYO	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	36%			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	Definición de metas	1,00	1,00	100,00%	2,00	2,00		Definición de metas para el mercado Norteamérica de acuerdo al Memorando N° QT-DM-274-2016 dirigido a la Jefatura de Planificación una vez que se trabajó el cronograma	12,50%
									0,00%	19,00	-			
									0,00%	4,00	-			
									0,00%	1,00	-			
									0,00%	2,00	-			
									0,00%	10,00	-			
									0,00%	3,00	-			
									0,00%	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	Definición de metas	1,00	1,00	100,00%	2,00	2,00		Definición de metas para el mercado Europa de acuerdo al Memorando N° QT-DM-274-2016 dirigido a la Jefatura de Planificación una vez que se trabajó el cronograma con la Oficina de Reresentación Newlink	-25,00%
									0,00%	10,00	-			
									0,00%	2,00	-			
									0,00%	3,00	-			
									0,00%	5,00	-			

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	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	36%			MAY	MAYO	
									0,00%	2,00	-			
						Pago de Membresias y Asociaciones	2,00	2,00	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se pago las membresias de LATA y OMT	
	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	Definición de metas	1,00	1,00	100,00%	2,00	2,00		Definición de metas para el mercado Sudamérica de acuerdo al Memorando N° QT-DM-274-2016 dirigido a la Jefatura de Planificación una vez que se trabajó el cronograma con la Oficina de Reresentación Newlink	-33,33%
									0,00%	1,00	-			
									0,00%	4,00	-			
									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/capacitaciones	18,00	18,00	32,60%	181,00	59,00	100,00%	Se visitó a los siguientes tour operadores: Lujor Y Ñuca Llacta, Go Latinamerica, Bellavista Cloud Forest, Neblina Forest, Tropical Birding, Ecuador Nature Expedition, Séptimo Paraíso, Ocean Adventure, Centarus Travel, Tecnoviajes, Andando Tours, Latina Real Tours, Latin Trails, ATC, Quimbaya Tours, EcuUltimate, Spring Travel, EQT Travel para trabajar en conjunto en la mejora de la oferta del destino a nivel internacional.	56,24%
			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	44,44%	9,00	4,00	100,00%	Se envió boletines informativos a la industria turística sobre las diferentes actividades que Quito Turismo realizó durante el mes de mayo.	
		Capacitaciones a la industria	Realizar mínimo 3 capacitaciones del destino	Organización de eventos para capacitación a la industria					300,00%	1,00	3,00			

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL - 2016



2 PROMOCION TURISTICA DEL DMQ

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								
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	36%			MAY	MAYO	
		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	1,00	50,00%	4,00	2,00	100,00%	Quito Turismo tuvo presencia de marca en el Primer Campeonato de Aeropress en Ecuador donde también se promocionó la ciudad en un punto de información en el evento.	
				Promoción del destino					0,00%	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	Contratación de 2 agencias de viajes para la operación turística de los viajes de prensa y familiarización gestionados por Quito Turismo		1,00	100,00%	2,00	2,00	Se realizo la contratación de 2 Agencias de Viajes para la operación turística de los Fam y Press Trips gestionados por Quito Turismo como una estrategia de promoción de la ciudad como destino turístico, esta contratación se la realizó en el mes de abril luego de cumplir con todos los pasos , lineamientos y requerimientos establecidos por Quito Turismo , Geo Reisen CIA. LTDA. y Galápagos Sunny Roads CIA. LTDA. fueron las empresas contratadas			
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			#¡VALOR!	
					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	41,67%	12,00	5,00		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				
							0,00%	1,00	-					

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL - 2016



2 PROMOCION TURISTICA DEL DMQ

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			MAY						
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	36%				100%		
		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				