

ANTEPROYECTO POA
PLAN OPERATIVO ANUAL 2021 - POA QT
SECTOR: DESARROLLO PRODUCTIVO
DEPENDENCIA: EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO - QUITO TURISMO
PROFORMA 2020
Programa QT MERCADERO

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	Medio de Verificación	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL			
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021			JUN	JUNIO						
											52,80%	100,00%			77%							
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO	Objetivos del Programa QT	01 PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO)	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Reactivación turística del Mercado Norteamérica a través de al menos 10 acciones de difusión y promoción del destino Quito.	Coordinación de Promoción y Operación Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Norteamérica (Usa, Canadá, México)				100%	100,00%	1,00	1,00		Realización de viaje de influencer Drea Castro de Norteamérica, es cineasta y generadora de contenidos. 17.6k Seguidores Instagram 7.111 alcance 6.8% engagement 19 stories en Instagram 50 posteos de contenidos Alcance: 9.892 de contenido en México	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo	62,18%	62,12%			
Promoción de la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.	General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.		QT: MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)				Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Adelanto: Viaje de influencer Norteamericano		1,00	33%	100,00%	3,00	1,00								
Realización de acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado interno e internacional.	Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional. Promocionar a la ciudad de Quito a nivel local y nacional.						Estrategia City Placement				0%		1,00	-								
QT: 2 MERCADEO							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Adelanto: Campaña de Street Marketing en Taxis de New York		1,00	100%	100,00%	4,00	4,00		Campaña promocional de Quito en Taxis de Nueva York Duración: del 3 al 23 de junio Resultados alcanzados: - Taxis: 400 -Pantallas: 3,000 - Impresiones alcanzadas: 15.366,382 - Número de personas que visualizaron la publicidad: 595,813 personas únicas	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo					
General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	50%	100,00%	12,00	6,00	100,00%	Envío de 5 boletines dirigidos a los países de Usa. Canadá y México, estos fueron: - Destination Quito (Español e Inglés) - Quito desde las alturas (Español e Inglés) - Gastronomía Quiteña en Madrid - Quito proyecta un retorno de 11 millones con la 1ra feria virtual - Quito una ciudad para mirar desde el cielo Alcance aproximado Norteamérica: 4.976.314 Media Value aproximado: US\$ 46.030,91	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo					
Específicos:	Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional.						Marketing de Influencers	Campaña de Influencer	1,00	-	0%		2,00	-	0,00%	Arrastre: En el mes de septiembre se realizará un Summit de Influencers como parte de la estrategia de promoción del destino en mercados internacionales.						
Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional.	Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para el fortalecimiento del mercado interno como estrategia de reactivación turística del destino.						Eventos BTL	Eventos BTL	1,00	1,00	33%	50,00%	3,00	1,00	100,00%	Arrastre: no se realizó un evento BTL en mercados internacionales norteamericanos debido a la situación actual existente por la crisis sanitaria del COVID, sin embargo, se realizó el Destination Quito Travel Expo que ha sido reportado como un evento de promoción turística de la ciudad de Quito.						
Promocionar a la ciudad de Quito a nivel local y nacional.							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	100%	100,00%	6,00	6,00	100,00%	Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo en el que se capacitó a: - 4 empresas del mercado mexicano capacitando a 66 agentes	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo					
Gestionar la operatividad del área de Mercadeo.	Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 20 establecimientos turísticos generen oferta de la ciudad para turismo interno.						Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Adelanto: Destination Quito Travel Expo 2021 - primera edición		1,00	100%	100,00%	4,00	4,00		Realización de Destination Quito Travel Expo 2021, la primera feria turística de Quito 9 de junio Segmento Leisure USA y Canadá	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo					
Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo.	Incrementar al menos en un 10% los seguidores de mercados prioritarios en la plataforma digital y redes sociales del destino Quito en relación al 2020.							Adelanto: Cuadrante de Resultados Destination Quito		1,00	67%	100,00%	3,00	2,00		Resultados Destination Quito: - 165 asistentes - 66 reuniones realizadas en Rueda de Negocios - 13 Buyers internacionales - 37 medios de comunicación - 1.406 visitas web	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo					
Metas Específicas							Membresías				100%	100,00%	1,00	1,00								
Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional.	Incluye: MANTENER ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS						ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA, PAISES BAJOS) Y RESTO DEL MUNDO	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Países Bajos) y resto del mundo	Reactivación turística del Mercado Europa a través de al menos 5 acciones de difusión y promoción del destino Quito.	Coordinación de Promoción y Operación Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Países Bajos y resto del mundo)	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Países Bajos y resto del mundo)	1,00	1,00	300%	100,00%	1,00	3,00	100,00%	Envío de 3 boletines dirigidos a los países de Europa, estos fueron: - Gastronomía Quiteña en Madrid - Quito proyecta un retorno de 11 millones con la 1ra feria virtual - Quito una ciudad para mirar desde el cielo Alcance aproximado Europa: 25.360.690 Media Value aproximado: US\$ 225.525,43 Viaje de Prensa del periodista Oliver Ané, quien estuvo en Quito en el marco del proyecto de actualización de la guía turística francesa PETIT FUTE.	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo	

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021		% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021			JUN	JUNIO	Medio de Verificación		
							Membresías				33%	100,00%	3,00	1,00					58,89%
			ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA QT: MERCADO SUDAMERICA	Promoción Turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Sudamérica (Brasil, Perú, Colombia y otros)	Reactivación turística del Mercado Sudamérica a través de al menos 8 acciones de difusión y promoción del destino Quito	Coordinación de Promoción y Operación Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Sudamérica (Colombia, Perú, Brasil)				100%	100,00%	1,00	1,00					
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				50%		2,00	1,00					
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campaña Cooperada Colombia	1,00	-	0%		1,00	-	0,00%	Debido a la situación causada en meses anteriores, no solo por la pandemia sino también por los problemas sociales que enfrenta en la actualidad Colombia, no fue posible llevar a cabo una campaña promocional, puesto que al hacerla no se garantiza resultados positivos para el destino, por esta razón se ha decidido analizar la inversión en otras acciones que generen un imayor impacto para Quito.			
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	50%	100,00%	12,00	6,00	100,00%	Envío de 5 boletines dirigidos a los países de Sudamérica, estos fueron: - Destination Quito (Español e Inglés) - Quito desde las alturas (Español e Inglés) - Gastronomía Quiteña en Madrid - Quito proyecta un retorno de 11 millones con la 1ra feria virtual - Quito una ciudad para mirar desde el cielo Alcance aproximado Sudamérica: 107.947.667 Media Value aproximado: US\$ 998.515,99	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							Marketing de Influencers	Campaña de Influencer	1,00	-	50%	100,00%	2,00	1,00	0,00%	Se realizó en el mes de abril el viaje de los influencers colombianos JUAN TROTAMUNDOS en marco de la Semana Santa de Quito.			
							Eventos BTL	Evento BTL	1,00	-	0%		2,00	-	0,00%	Arrastre: no se realizó un evento BTL en mercados internacionales sudamericanos debido a la situación actual existente por la crisis sanitaria del COVID, sin embargo, se realizó el Destination Quito Travel Expo que ha sido reportado como un evento de promoción turística de la ciudad de Quito.			
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	80%	100,00%	5,00	4,00	100,00%	Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo en el que se capacitó a: - 3 empresas del mercado brasilero capacitando a 21 agentes	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	WTM Latinamerica	1,00	1,00	150%	100,00%	2,00	3,00	100,00%	La planificación apuntaba a una participación en laWTM Latinamerica, pero debido a la pandemia la feria presencial ha sido postergada para 2022. Se realiza Destination Quito Travel Expo 2021, Primera Feria Virtual de Destino Quito 8 de Junio para segmento Leisure LATAM	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
								Cuadrante Resultados WTM Latinomerica	1,00	1,00	150%	100,00%	2,00	3,00	100,00%	WTM Latinamerica fue postergada para 2022. Se realiza Destination Quito Travel Expo, resultados: - 277 asistentes - 218 reuniones - 23 Buyers Leisure internacionales - 70 medios de comunicación 3.878 visitas web	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							Membresías						-	-					
							Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional:				100%	100,00%	1,00	1,00					
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales				40%	100,00%	5,00	2,00					

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021		% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021			JUN		Medio de Verificación		
		02 PROMOCION NACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NACIONAL (ECUADOR) QT: MERCADO LOCAL Y NACIONAL	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del mercado local y nacional	Reactivación turística del destino en el Mercado local y Nacional a través de al menos 10 acciones de difusión y promoción del destino Quito	Coordinación de Promoción y Operación Nacional	Campaña de Reactivación de destino				50%	100,00%	6,00	3,00					
							Campaña de Promoción Cooperada			0%		1,00	-						
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	1,00	1,00	25%	100,00%	4,00	1,00	100,00%	Se realizó el Fam Trip con Prensa, Gremios y Guías Turísticos al nuevo atractivo turístico de Quito, las Cúpulas de Santa Bárbara	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-		
							Socialización con industria turística local			40%	100,00%	5,00	2,00						
							Activaciones de Promoción BTL o ATL	Adelanto: Avance de meta activación BTL		1,00	33%	100,00%	3,00	1,00		Como parte de la Estrategia Quito Destino Diverso realizada para el segmento LGBTQ+ se realizó una activación BTL de iluminación del Arco de la Circasiana en celebración del día del orgullo LGBTQ+	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo		
							Creación de piezas promocionales			100%	100,00%	1,00	1,00						
							Servicio de organización de eventos para la promoción del destino Quito para el mercado local y nacional y otros.			100%	100,00%	1,00	1,00						
							Evento de Hito de Ciudad			0%		1,00	-						
		03 PROMOCION DIGITAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN MEDIOS DIGITALES QT: INBOUND MARKETING	Promoción turística del destino Quito en todos los mercados prioritarios a través de medios y herramientas digitales	Reactivación turística de los mercados local, nacional e internacional a través de al menos 5 acciones de difusión y promoción digital del destino Quito.	Coordinación de Promoción Digital	Servicio de promoción y difusión del destino Quito a través de herramientas y plataformas digitales (web, APP, redes sociales y otras)				100%	100,00%	1,00	1,00					
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales				50%	100,00%	6,00	3,00					
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales	Campañas de Promoción de Destino Digitales	1,00	2,00	83%	100,00%	12,00	10,00	100,00%	Facebook Alcance: 31.642 Interacciones: 2.503 Engagement: 17,91% CTR: 2,04% Instagram Alcance:11.725 Interacciones: 358 Engagement: 3,05% Twitter Alcance: 2,348 Interacciones: 169 Engagement: 6,76% Campaña Quito Destino Diverso (Fase 1)	\\172.16.1.44\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\06_JUN_metas-2021\Medios de Verificación\2. Mercadeo		
							Marketing de Influencers	Campaña Influencer	1,00	-	50%	100,00%	2,00	1,00	0,00%	Por estrategia la campaña de Influencer's se realizará en el segundo semestre del 2021.			
							Eventos Promocionales Virtuales				300%	100,00%	1,00	3,00					

Directora de Mercadeo

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL				
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021			JUN	Medio de Verificación						
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual									52,80%	100,00%	77%	JUNIO
MARÍA BELEN PACHECO																						