

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

PROGRAMACIÓN							↓				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	% TECNICO
PROGRAMA QT PRODUCTO MC (obra no aplica)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2020			AGO	AGOSTO	
											51,6%	80%			75%		
MERCADERO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Objetivos del Programa QT General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional y nacional. Incrementar al menos el 2% de visitantes con respecto al año 2019 Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional. Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional. Promocionar la ciudad de Quito a través de herramientas digitales Gestionar la operatividad del área de Mercadeo. Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo. Metas Especificas Incrementar al menos el 2% de visitantes internacionales con respecto al año 2019. Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 10 tour operadores que incluyan la nueva oferta de la ciudad. Gestionar al 100% la operatividad del área. Incluye: MANTENER ESTRATEGÍAS DE PROMOCIÓN CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Norteamerica	Oscar López	Servicios de oficinas de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Norteamérica :				100,00%	100%	1,00	1,00		46,52%	
	Viajes de familiarización al destino Quito	Viaje de familiarización y/o prensa al destino Quito	1,00				-	10,00%		10,00	1,00	0,00%	No se han podido realizar viajes de familiarización y prensa debido a la Pandemia Covid. Se están monitoreanco constantemente los mercados para saber el momento ideal para retomar esta actividad en los mercados internacionales.				
	Estrategia City Placement							100,00%		1,00	1,00						
	Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)							100,00%	100%	1,00	1,00						
	Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa							50,00%	100%	2,00	1,00						
	Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00				1,00	60,00%	100%	10,00	6,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado norteamericano: Hotel de Quito recibe el primer certificado "Local Seguro", Camino de los Andes, Quito e la BirdFair, APO, Verano en el Centro del Mundo, Producto Turístico la Compañía, Salud y Bienestar, Quito Miembro de Destinations International				
	Eventos BTL							25,00%		4,00	1,00						
	Capacitaciones de destino							66,67%	100%	3,00	2,00						
	Ferias y Eventos de Promoción de Destino							0,00%		4,00	-						
								0,00%		5,00	-						
	Membresías							0,00%		1,00	-						
			MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA Y HOLANDA) Y RESTO DEL MUNDO MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN				Servicios de oficinas de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Europa:				100,00%	100%	1,00	1,00		36,48%	

PROGRAMACIÓN															CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
PROGRAMA QT PRODUCTO MC (obra no aplica)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	AGO	Meta numérica mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2020	51,6%	80%	AGO	AGOSTO					
											75%										
			EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO	Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia y Holanda) y resto del mundo	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Europa y resto del mundo	Rubén Lara	Viajes de familiarización al destino Quito	Viaje de familiarización y/o prensa al destino Quito	1,00	-	9,09%			11,00	1,00	0,00%	No se han podido realizar viajes de familiarización y prensa debido a la Pandemia Covid. Se están monitoreando constantemente los mercados para saber el momento ideal para retomar esta actividad en los mercados internacionales.				
							Estrategia City Placement				0,00%		2,00	-							
							Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)			100,00%	100%	1,00	1,00								
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa			50,00%		2,00	1,00								
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Europa	1,00	1,00	60,00%	100%	10,00	6,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado europeo: Hotel de Quito recibe el primer certificado "Local Seguro", Camino de los Andes, Quito e la BirdFair, APO, Verano en el Centro del Mundo, Producto Turístico la Compañía, Salud y Bienestar, Quito Miembro de Destinations International, a traves de plataforma AM Connected, LATA, OCE's, mailing Quito Turismo					
							Eventos BTL			0,00%		5,00	-								
							Capacitaciones de destino			0,00%		5,00	-								
							Participación en Ferias y Eventos de Promoción de Destino	BIRDFAIR	1,00	1,00	57,14%	60%	7,00	4,00	100,00%	Participación en la primera edición virtual de la BirdFair, realizada en esta modalidad por la pandemia del covid - 19, esta participación fue más simbólica con la finalidad de mantener la imagen del destino en el mercado del Reino Unido, se participó con fotos e información del destino y tres empresas privadas a quienes se incluyó con sus logos en cada imagen del evento					
				Cuadrante de Resultados BIRDFAIR	1,00	-		25,00%	40%	8,00	2,00	0,00%	No existe un cuadrante como en años anteriores, puesto que la participación fue más como una presencia de marca, las estadísticas de visita a la página web de la BirdFair serán entregadas durante el mes de septiembre.								
				Membresías			0,00%		4,00	-											
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, COLOMBIA, PERÚ Y OTROS) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA				Servicios de oficinas de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoci ón del destino Quito para el mercado Sudamérica:				100,00%	100%	1,00	1,00			73,07%				

PROGRAMACIÓN							↓								CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL				
PROGRAMA QT PRODUCTO MC (obra no aplica)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto									metas intermedias (descripción)	AGO			Meta numérica mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2020	AGO	AGOSTO ↓
																						51,6%	80%	75%	
			(BRASIL, COLOMBIA, PERÚ, CHILE)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Colombia, Perú y otros	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Sudamérica	Oscar López	Viajes de familiarización al destino Quito				14,29%		7,00	1,00											
							Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)				100,00%	100%		1,00	1,00										
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa				200,00%	100%		1,00	2,00										
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	60,00%	100%		10,00	6,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado sudamericano: Hotel de Quito recibe el primer certificado "Local Seguro", Camino de los Andes, Quito e la BirdFair, APO, Verano en el Centro del Mundo, Producto Turístico la Compañía, Salud y Bienestar, Quito Miembro de Destinations International								
							Eventos BTL				100,00%	100%		6,00	6,00										
							Capacitaciones de destino				100,00%			3,00	3,00										
							Participación en Ferias y Eventos de Promoción de Destino				50,00%	50%		2,00	1,00										
								33,33%	50%		3,00	1,00													
		PROMOCIÓN NACIONAL	MERCADO NACIONAL LOCAL Y NACIONAL (QUITO Y ECUADOR) MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES	Acciones promocionales en el mercado nacional	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado nacional	Katia Freire	Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional				100,00%	100%		1,00	1,00			47,92%							
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	1,00	50,00%	100%		6,00	3,00	100,00%	Campaña "Corredor Turístico Camino de los Andes" para promocionar el primer roadtrip del Ecuador como una propuesta turística unificada en el marco de la reactivación de los destinos de la región interandina, las ciudades participantes son Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba, Cuenca.								
							Campañas de Promoción Cooperadas	Campaña de Promoción Cooperado	1,00	-	33,33%			3,00	1,00	0,00%	Se realizó el levantamiento de oferta para campaña cooperada de Club Miles con TTOO Distintivo Q. y para Campaña Pacificard con A&B Distintivo Q., sin embargo el lanzamiento de las 2 campañas será en septiembre como estrategia de reactivación de destino								
							Viajes de familiarización al destino Quito			1,00	50,00%			2,00	1,00		Se realizó el viaje de familiarización Embajador Camino de los Andes (Quito)								
							Activaciones de Promoción BTL o ATL			1,00	50,00%			2,00	1,00		Se realizó el Workshop Virtual del "Camino de los Andes" donde se presentó el Álbum de Experiencias del Destino Quito al trade turístico de las ciudades de Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba y Cuenca.								

PROGRAMACIÓN							↓				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL				
PROGRAMA QT PRODUCTO MC (obra no aplica)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					metas intermedias (descripción)	AGO			Meta numérica mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2020	AGO	AGOSTO
																		51,6%	80%	75%	
							Socialización con industria turística local					150,00%	100%	4,00	6,00		↓				
							Carolina Arias	Servicio de organización de eventos para la promoción del destino en el mercado Nacional				0,00%		1,00	-						
								Evento de Promoción de destino				0,00%		1,00	-						
		PROMOCIÓN DIGITAL	PROMOCION DEL DMQ A TRAVES DE HERRAMIENTAS DIGITALES MC: PROMOCIÓN EN MEDIOS DIGITALES	Acciones promocionales en medios digitales	Difusión y promoción digital del destino Quito en los mercados internacionales, local y nacional	Carolina Arias	Servicio de promoción y difusión del destino Quito a través de herramientas y plataforma digital (web, APP, redes sociales y otras)				100,00%	100%	2,00	2,00			56,21%				
							Gestión de contenido de web, app y redes sociales	Gestión de contenido de web, app y redes sociales	1,00	1,00	60,00%	100%	10,00	6,00	100,00%	Gestión mensual de contenido digital, actualización de agenda en web mes a mes, monitoreo de RRSS y atención a usuarios, creación de artes y actualizaciones web correspondientes a campañas, productos y cuponeras de ofertas.					
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	1,00	50,00%	100%	6,00	3,00	100,00%	Campaña de Promoción Tu Verano Comienza En Quito y Camino de los Andes como producto estrella del verano. Promoción en RRSS y Acceso banner HOME page web a nueva landing de Verano + Camino de los Andes					
							Campañas de Promoción de Destino en Redes Sociales	Campaña de promoción de destino en Redes Sociales	1,00	1,00	63,64%	100%	11,00	7,00	100,00%	Campaña continua de Promoción de destino Te Historia Comienza en Quito. Posteos y compartidos de gestión de Quito conjunta con Kayak, aeroméxico, etc., y Promoción de Festival Chocó Andino					
							Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, visitas, descargas, y otras)	Métricas redes sociales y plataforma digital	1,00	1,00	63,64%	100%	11,00	7,00	100,00%	Facebook: Alcance 32,786/ Interacciones 1,617/ Seguidores 9.444 / Engagement 0,4% Twitter: Alcance 36,705/ Interacciones 1,348/ Seguidores 7.704 / Engagement 0,4% Instagram: Alcance 49,762/ Interacciones 2,456/ Seguidores 45.833 / Engagement 0,7%					
							Video Spot Promocional				0,00%		1,00	-							
							PROMOCIÓN EN MEDIOS DIGITALES PARA EL FOMENTO DEL TURISMO CONECTADO por medio de una App de ciudad (MC)											74,24%			

PROGRAMACIÓN											CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL				
PROGRAMA QT PRODUCTO MC (obra no aplica)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					metas intermedias (descripción)	AGO			Meta numérica mensual	 Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2020	AGO	 AGOSTO
																		51,6%	80%	75%	
							Revisión y reestructuración WEB					120,00%	100%	5,00	6,00						
							Revisión y actualización APP	Revisión y actualización de APP	1,00	1,00	33,33%	100%	6,00	2,00	100,00%	Inicio de diagramación de mapas de sitio y de usuario; creación de cronograma de trabajo para realización de nueva APP de ciudad					
							Actualización de contenidos plataforma digital	Actualización de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	63,64%	100%	11,00	7,00	100,00%	Correcciones de errores en contenido. Reestructuración de formato de sección AGENDA Creación de Landing de Verano y de Camino de los Andes					
		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL	Apoyo logístico a la actividad de promoción nacional e internacional	Katia Freire	Servicio de Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica y Nacional				0,00%		1,00	-			20,83%				
							Servicio de Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica y Nacional	Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	41,67%	63%	12,00	5,00	100,00%	Se realizó la operación turística del Fam Trip Embajador Camino de los Andes.					
Administración del Talento Humano MERCADEO	Administración del Talento Humano MERCADEO			Administración del Talento Humano MERCADEO	Administración del Talento Humano MERCADEO	TTHH							-	-							

Directora de Mercadeo
MARÍA BELEN PACHECO