

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 junio 2020			JUN	JUNIO		ACTIVIDAD QT ANUAL
											44,8%	78%			58%			
MERCADEO 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 Específicas 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.	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 Norteamérica	Oscar López	Servicios de oficinas de relaciones públicas y representación en el exterior para la				100,00%	100%	1,00	1,00		 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. Como resultado de viaje de familiarización de 2019, se lanzó al aire el programa sobre el destino Quito en el programa Global Passport con alcance internacional, sobre todo en el mercado Estadounidense, por la plataforma digital AWE que se transmite en algunos canales y redes de tv cable. El programa tiene un alcance de 30 millones de hogares en Estados Unidos y 140 mil seguidores en redes sociales. Se ha levantado un informe semanal desde el inicio de la crisis sanitaria con un monitoreo de avances de la situación de la pandemia en cada uno de los mercados prioritarios así como las medidas que se van tomando para la reapertura de viajes receptivos y emisivos. Este estudio es compartido con las autoridades y con la industria turística local. Se coordinó y puso en marcha la Campaña Internacional de Capacitación con Ladevi, dirigido al Mercado Mexicano, desde el 15 de junio hasta febrero 2021 los agentes de viaje se pueden capacitar y certificarse sobre el destino Quito en plataforma Ladevi Capacita. Envío de Boletines mensuales dirigidos al mercado Norteamericano: Quito en Ladevi Capacita, Quito Destino Bioseguro, Quito se abre al turismo. Actividad reportada en el mes de mayo a través del evento BTL del Foro de Gestión, Promoción y Posicionamiento de Destino, que se realizó vía modalidad virtual en el mes de mayo. Como parte de la Campaña de capacitación con LADEVI se realizó un webinar dirigido a Agentes de Viajes mexicanos en donde se capacitó a 69 agentes de viajes sobre el destino (10 razones para visitar Quito + 2, y Protocolos de Bioseguridad)	44,70%	
							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%			
							Estrategia City Placement	Adelanto City Placement Diciembre		1,00	100,00%		1,00	1,00				
							Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)	Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)	1,00	1,00	100,00%	100%	1,00	1,00	100,00%			
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	1,00	1,00	50,00%	100%	2,00	1,00	100,00%			
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	40,00%	100%	10,00	4,00	100,00%			
							Eventos BTL	Evento BTL México	1,00	-	25,00%		4,00	1,00	0,00%			
							Capacitaciones de destino	Ciclo de Capacitaciones de Destino México	1,00	1,00	66,67%	100%	3,00	2,00	100,00%			
							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				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		32,06%		

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 junio 2020			JUN				
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	44,8%	78%			58%			JUNIO	ACTIVIDAD QT ANUAL
Gestionar al 100% la operatividad del área. Incluye: MANTENER ESTRATEGÍAS DE PROMOCIÓN CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS			PROMOCIONALES EN 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%	Esta meta no se ha cumplido, debido a la pandemia y restricciones de viajes en los mercados emisores y en nuestro país. Además va ligado a la contratación de una oficina PR en Europa, la misma que quedó cancelada por el mismo motivo	70,85%		
							Estrategia City Placement				0,00%		2,00	-					
							Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)	Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)	1,00	1,00	100,00%	100%	1,00	1,00	100,00%	Se ha levantado un informe semanal desde el inicio de la crisis sanitaria con un monitoreo de avances de la situación de la pandemia en cada uno de los mercados prioritarios así como las medidas que se van tomando para la reapertura de viajes receptivos y emisivos. Este estudio es compartido con las autoridades y con la industria turística local.			
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	1,00	-	50,00%		2,00	1,00	0,00%	Este producto fue reportado como adelanto en el mes de mayo a través de una Campaña promocional internacional con Publicación en Google Arts and Culture			
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Europa	1,00	1,00	40,00%	100%	10,00	4,00	100,00%	Envío de Boletines mensuales dirigidos al mercado Europeo: Quito Destino Bioseguro, Quito se abre al turismo. Envíos a través de la Plataforma AM Connected y a LATA para una posible publicación			
							Eventos BTL				0,00%		5,00	-					
							Capacitaciones de destino	Ciclo de Capacitaciones Reino Unido	1,00	-	0,00%		5,00	-	0,00%	Debido a la emergencia Covid no se pudo cumplir con el cronograma de trabajo inicial por lo que no se llevó a cabo esta actividad que significaba una participación in - situ en Reino Unido			
							Participación en Ferias y Eventos de Promoción de Destino	LATA EXPO	1,00	-	28,57%	50%	7,00	2,00	0,00%	Debido a la emergencia Covid no se pudo cumplir con el cronograma de trabajo inicial pues existe restricciones de viajes y eventos internacionales, por lo que no se llevó a cabo esta actividad que significaba una participación in - situ en Reino Unido			
								Cuadrante de Resultados LATA EXPO	1,00	-	25,00%	50%	8,00	2,00	0,00%				
							Membresías	Membresía LATA	1,00	-	0,00%		4,00	-	0,00%	Debido a la emergencia sanitaria, se ha solicitado desde Gerencia General, priorizar los gastos. Este era un producto que debía pagarse con el contrato de la oficina PR en Europa, el mismo que no se firmó por pertinencia institucional.			
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, COLOMBIA, PERÚ Y OTROS) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA (BRASIL, COLOMBIA, PERÚ, CHILE)			Servicios de oficinas de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Sudamérica:					100,00%	100%	1,00	1,00					
						Viajes de familiarización al destino Quito	Viaje de familiarización y/o prensa al destino Quito	1,00	-	14,29%		7,00	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.				
						Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)	Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)	1,00	1,00	100,00%	100%	1,00	1,00	100,00%	Se ha levantado un informe semanal desde el inicio de la crisis sanitaria con un monitoreo de avances de la situación de la pandemia en cada uno de los mercados prioritarios así como las medidas que se van tomando para la reapertura de viajes receptivos y emisivos. Este estudio es compartido con las autoridades y con la industria turística local.				

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					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A junio 2020			JUN	JUNIO							
											metas intermedias (descripción)	JUN			Meta mensual			Avance Mensual	44,8%	78%	58%		
				Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasi), Colombia, Perú y otros	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Sudamérica	Oscar López	Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campaña Ladevi		1,00	200,00%	100%	1,00	2,00	Se coordinó y puso en marcha la Campaña Internacional de Capacitación con Ladevi, dirigido al Mercado Sudamericano, con énfasis en Colombia y Perú, desde el 15 de junio hasta febrero 2021 los agentes de viaje se pueden capacitar y certificarse sobre el destino Quito en plataforma Ladevi Capacita.								
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	40,00%	100%	10,00	4,00	100,00%		Envío de Boletines mensuales dirigidos al mercado Sudamericano: Quito en Ladevi Capacita, Quito Destino Bioseguro, Quito se abre al turismo.						
							Eventos BTL	Evento BTL	1,00	4,00	100,00%	100%	6,00	6,00	100,00%		Con respecto a esta actividad, se enfocaron todos los esfuerzos a cumplir con BTL que potenció la imagen de Quito como destino de Carnaval, por lo que la meta fue realizada en Febrero. (Será tomado en cuenta para ajuste de metas).						
							Capacitaciones de destino	Adelanto de Capacitaciones de Destino		2,00	100,00%		3,00	3,00	Como parte de la Campaña de capacitación con LADEVI se realizó un webinar deirigido a Agentes de Viajes de Perú y Colombia en donde se capacitaron a 50 agentes de viaje colombianos y 43 peruanos sobre (10 razones para visitar Quito + 2, y Protocolos de Bioseguridad)								
							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		33,33%	
												Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales					33,33%	100%	6,00	2,00			
												Campañas de Promoción Cooperadas					33,33%		3,00	1,00			
												Viajes de familiarización al destino Quito					0,00%		2,00	-			
		Activaciones de Promoción BTL o ATL				0,00%							2,00	-									
		Socialización con industria turística local	Socialización y capacitación a la industria		1,00	100,00%						100%	4,00	4,00	Webinar de Destino Mesa de Tour Operadores " Campaña Conoce Ecuador" Alcance: 78 participantes Tour Operadores, Agencias de Viajes, Hoteles								
		PROMOCIÓN DIGITAL	PROMOCION DEL DMQ A TRAVES DE HERRAMIENTAS DIGITALES						Servicio de organización de eventos para la promoción del destino				0,00%		1,00		-		44,04%				
									Evento de Promoción de destino				0,00%		1,00		-						
									Servicio de promoción y difusión del destino Quito a través de herramientas y plataforma digital				100,00%	100%	2,00		2,00						

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 junio 2020			JUN		
											44,8%	78%			58%		
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	44,8%	78%			58%	JUNIO	ACTIVIDAD QT ANUAL
			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	Gestión de contenido de web, app y redes sociales	Gestión de contenido de web, app y redes sociales	1,00	1,00	40,00%	100%	10,00	4,00	100,00%	Creación de cronopost, copys, artes, posteos diarios de artes y videos, compartir información solicitada, respuesta a usuarios y control de comentarios	
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales				33,33%	100%	6,00	2,00			
							Campañas de Promoción de Destino en Redes Sociales	Campaña de promoción de destino en Redes Sociales	1,00	1,00	45,45%	100%	11,00	5,00	100,00%	Creación de estrategia y artes para campaña de promoción de Quito "Quito se está recargando" en RRSS tras la idea de que la ciudad se está recargando con protocolos de salud y seguridad para una nueva normalidad.	
							Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, visitas, descargas, y otras)	Métricas redes sociales y plataforma digital	1,00	1,00	45,45%	100%	11,00	5,00	100,00%	FB: Seguidores 8,008/ Alcance 25,065/ Interacción 6,319 IG: Seguidores: 46,136/ Alcance Total: 48,505/ Interacción 1,203 TW: Seguidores 6,707/ Alcance: 48,126/ Interacción 1,089	
							Video Spot Promocional				0,00%		1,00	-			
			Paquete de nuevas funcionalidades y contenidos digitales para la plataforma digital (web, APP, blog, y/o redes sociales)							100,00%	100%	1,00	1,00			61,36%	
			Revisión y reestructuración WEB				Revisión y reestructuración de Web	1,00	1,00	100,00%	100%	5,00	5,00	100,00%	Revisiones diarias y control de cambios y reuniones semanales para revisiones generales de estructuración e información de nuevo sitio web, refeljado en un avance del 80% del nuevo sitio.		
			Revisión y actualización APP							0,00%		6,00	-				
			Actualización de contenidos plataforma digital				Actualización de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	45,45%	100%	11,00	5,00	100,00%	Creación de nuevos contenidos para web y actualizaciones en comunicación constante via telefónica y mail.		

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					metas intermedias (descripción)	JUN			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A junio 2020	JUN	JUNIO	ACTIVIDAD QT
																		44,8%	78%	58%		
		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL MC: RECONOCIMIENTO O DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	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 y Nacional				0,00%		1,00	-		12,50%						
		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	-	25,00%	50%	12,00	3,00	0,00%	No se han realizado servicios de operación turística debido a la emergencia sanitaria por COVID-19 y restricciones a nivel nacional e internacional.											
Administración del Talento Humano MERCADEO	Administración del Talento Humano MERCADEO	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