

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 NOVIEMBRE 2020			NOV	NOVIEMBRE		ACTIVIDAD QT		
											74,0%	82%			83%				ANUAL	
MERCADEO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Objetivos del Programa QT	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO)				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			77,73%			
	General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional y nacional.																			Durante el mes de noviembre se llevó a cabo un press trip dirigido al mercado mexicano, a través de Alex Tienda, influencer que visitó la ciudad y su principal oferta turística
	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																				

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)	NOV			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A NOVIEMBRE 2020	NOV	NOVIEMBRE
																		74,0%	82%	83%	
	SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS						Ferias y Eventos de Promoción de Destino	USTOA								USTOA se llevará a cabo del 1 al 3 de diciembre de 2020, de manera virtual (Arrastre diciembre)	Se participó en el evento virtual E-Beyond 2020 en donde se llevó a cabo reuniones B2B con actores de la industria de Norteamérica	53,16%			
								Adicional: E-BEYOND 2020 Edición Norteamérca	1,00	1,00	50,00%	50%	4,00	2,00	100,00%						
								Cuadrante de Resultados USTOA												USTOA se llevará a cabo del 1 al 3 de diciembre de 2020, de manera virtual (Arrastre diciembre)	
		Adicional: Cuadrante de Resultados E- Beyond 2020	1,00	1,00	20,00%	25%	5,00	1,00	100,00%	Durante el evento E-Beyond edición Norteamérica se atendió 20 citas entre Canadá, Estados Unidos y México, con 4 oportunidades para llevar a cabo presentaciones de destino para capacitar a agentes de viajes											
	Membresías				100,00%		1,00	1,00													
	MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA Y HOLANDA) Y RESTO DEL MUNDO	MC: ACCIONES 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	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						
								Viajes de familiarización 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				50,00%		2,00	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%		2,00	1,00						
Elaboración y distribución de contenido noticioso									1,00	1,00	90,00%	100%	10,00	9,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado Europeo: Quito un destino Romántico, Quito Cumple 486 años abrazada a su historia y la modernidad, Gastronomía / Dulces Tradicionales					
Eventos BTL								Evento BTL Reino Unido	1,00	-	0,00%		5,00	-	0,00%	Esta acción no ha sido posible llevar a cabo puesto que la situación actual de los mercados europeos es bastante preocupante en relación a la pandemia por covid - 19, es por eso que el Municipio de Quito mediante Quito Turismo ha visto la necesidad de priorizar acciones de promoción, que orienten el trabajo para impulsar el					
Capacitaciones de destino				0,00%		5,00	-														

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)	NOV			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A NOVIEMBRE 2020	NOV	NOVIEMBRE
																		74,0%	82%	83%	
							Participación en Ferias y Eventos de Promoción de Destino	WTM Adicional: E-BEYOND 2020 Edición Europa	1,00	2,00	85,71%	71%	7,00	6,00	100,00%	Debido a la emergencia Covid no se pudo cumplir con la participación en WTM de manera presencial como estaba planificada, sin embargo se participó como visitantes en el evento virtual que se desarrolló del 9 al 11 de diciembre. Se participó en el evento virtual E-Beyond 2020 en donde se llevó a cabo reuniones B2B con actores de la industria de España, Francia, Alemania, Países Bajos y Reino Unidos					
							Cuadrante de Resultados WTM Adicional: Cuadrante de resultados E-BEYOND 2020 Edición Europa	1,00	2,00	50,00%	57%	8,00	4,00	100,00%	En WTM virtual se tuvo la oportunidad de asistir a conferencias y conversatorios, relacionados a la reactivación de los mercados internacionales post covid - 19, con la finalidad de planificar posibles acciones y principalmente monitorear estado de los mercados europeos. Durante el evento E-Beyond edición Europa se atendió 9 citas entre España, Francia, Países Bajos, Alemania y Reino Unido, con 1 oportunidad para llevar a cabo una campaña cooperada para el 2021 en el mercado España con la empresa NUBA.						
							Membresías	Membresía Turismo Creativo	1,00	1,00	50,00%	33%	4,00	2,00	100,00%	Se realizó la renovación de la membresía, a la Red de Turismo Creativo, puesto que durante este año ha sido uno de los organismos que han apoyado en acciones promocionales al destino					
			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			85,66%				
							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)				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							
				Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Colombia, Perú y otros)	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Sudamérica	Oscar López	Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	90,00%	100%	10,00	9,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado sudamericano: Quito un destino Romántico, Quito Cumple 486 años abrazada a su historia y la modernidad, Gastronomía / Dulces Tradicionales					
							Eventos BTL				116,67%	117%	6,00	7,00							

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)	NOV			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A NOVIEMBRE 2020	NOV	NOVIEMBRE
																		74,0%	82%	83%	
							Capacitaciones de destino	Adicional: Ciclo de Capacitaciones Colombia y Perú Capacitación Braztoa		2,00	266,67%	100%	3,00	8,00		Debido a la situación actual en los mercados internacionales y a nivel mundial con respecto a la pandemia, no ha sido posible realizar capacitaciones presenciales, sin embargo se llevó a cabo 1 ciclo de capacitaciones en Colombia y Perú, llegando a 7 agentes de viajes. A través de Braztoa, asociación de tour operadores de Brasil se llevó a cabo una capacitación de destino dirigido a 79 agentes de viajes En noviembre se ha capacitado en total a más de 86 personas en Sudamérica.					
							Participación en Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Adicional: E- Beyond virtual 2020		1,00	100,00%	100%	2,00	2,00		Participación en la feria E-Beyond 2020, edición Sudamérica, que en este año se la realizó de manera virtual del 16 al 20 de noviembre, en donde se llevó a cabo la intervención de Quito en la mesa redonda realizada con la finalidad de conocer las experiencias de varios destinos sudamericanos en torno a la reactivación del turismo frente al covid - 19.					
								Adicional: Cuadrante de Resultados E- Beyond 2020		1,00	66,67%	50%	3,00	2,00		Se mantuvo además un total de 7 reuniones de trabajo durante el día correspondiente a Sudamérica, en donde se abrieron oportunidades para poder llegar a agentes de viajes con una capacitación de destino para poder posicionar a Quito en los mercados de la región.					
		PROMOCIÓN NACIONAL	MERCADO NACIONAL LOCAL Y NACIONAL (QUITO Y ECUADOR) MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES			Katia Freire	Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional:				100,00%	100%	1,00	1,00				70,83%			
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	2,00	100,00%	100%	6,00	6,00	100,00%	Campañas de Promoción Finados Quiteños y Escapadas Quiteñas como estrategia de reactivación turística de la ciudad de Quito.					
							Campañas de Promoción Cooperadas				66,67%		3,00	2,00							
							Viajes de familiarización al destino Quito	Viaje de familiarización (prensa, ttuo, personalidad)	1,00	1,00	200,00%	100%	2,00	4,00	100,00%	Viaje de Prensa con 6 medios nacionales para promoción de actividades de Finados Quiteños					
							Activaciones de Promoción BTL o ATL	Activación BTL o ATL	1,00	1,00	100,00%	100%	2,00	2,00	100,00%	Spot promocional de Escapadas Quiteñas en pantallas de Centros Comerciales de Quito, Guayaquil, Latacunga, Manta y en pantallas del Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito					
							Socialización con industria turística local	Adicional: Socialización proyecto Escapadas Quiteñas		1,00	200,00%	125%	4,00	8,00		Socialización de proyecto Escapadas Quiteñas con industria turística nacional (restaurantes, operadores turísticos DQ, proveedores de experiencias quiteñas y hoteles)					
							Servicio de organización de eventos para la promoción del destino en el mercado Nacional				0,00%		1,00	-							

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)	NOV			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A NOVIEMBRE 2020	NOV	NOVIEMBRE
																		74,0%	82%	83%	
						Carolina Arias	Evento de Promoción de destino	Evento de promoción de destino en el mercado nacional FINADOS	1,00	-	0,00%		1,00	-	0,00%	Por causa de la Pandemia no se pudo realizar el evento de Finados de Noviembre					
		PROMOCIÓN DIGITAL	PROMOCION DEL DMQ A TRAVES DE HERRAMIENTAS DIGITALES MC: PROMOCIÓN EN MEDIOS DIGITALES				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			92,53%				
		Gestión de contenido de web, app y redes sociales	Gestión de contenido de web, app y redes sociales					1,00	1,00	90,00%	100%	10,00	9,00	100,00%	Manejo diario de rrss y plataforma digital, monitoreo semanal y actualizaciones + creación de landing page de Finados Quiteños						
		Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD					1,00	1,00	83,33%	100%	6,00	5,00	100,00%	Campaña de promoción en rrss y web de Finados Quiteños con posteos, programación Live y Landing de Finados						
		Campañas de Promoción de Destino en Redes Sociales	Campaña de promoción de destino en Redes Sociales					1,00	1,00	90,91%	100%	11,00	10,00	100,00%	Campaña de Promoción de Escapadas Quiteñas con posteos en rrss y creación de Micrositio de Escapadas						
		Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, visitas, descargas, y otras)	Métricas redes sociales y plataforma digital					1,00	1,00	90,91%	100%	11,00	10,00	100,00%	Web: Usuarios: 7,379 / Sesiones: 9,079 / Visitas: 15,202 / Tiempo de Navegación: 01:41 Facebook (parcial): Alcance stories: 2,874 / Alcance posts: 193,230 / Interacción: 25,282 / Engagement Comunidad:12,8 % / Seguidores: 10,969 Twitter: Alcance: 14,021 / Interacción: 881 / Engagement Comunidad:0,5% / Seguidores: 6,724 Instagram: Alcance: 53,155 / Interacción: 3,827 / Engagement Comunidad:2 % / Seguidores: 46,121						
		Video Spot Promocional	Adicional: Cápsulas Promocionales de Destino						7,00	700,00%		1,00	7,00		Cápsulas Promocionales de Destino						
PROMOCIÓN EN MEDIOS DIGITALES PARA EL FOMENTO DEL TURISMO CONECTADO por medio de una App de ciudad (MC)						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			93,56%						

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)	NOV			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A NOVIEMBRE 2020	NOV	NOVIEMBRE
																		74,0%	82%	83%	
							Revisión y reestructuración WEB					120,00%	100%	5,00	6,00						
							Revisión y actualización APP	Revisión y actualización de APP	1,00	1,00		83,33%	100%	6,00	5,00	100,00%	Mock up del app verde azul con línea gráfica, Apk de prueba del app para comprobar estructura, envío y generación de contenidos				
							Actualización de contenidos plataforma digital	Actualización de contenidos plataforma digital	1,00	1,00		90,91%	100%	11,00	10,00	100,00%	Actualización agenda, boletines y cambios web + actualizaciones en landing pages y revisión contenidos y traducciones				
		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 MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Especifico)	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	-		33,33%				
							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		66,67%	73%	12,00	8,00	100,00%	Servicio de operación turística viaje de influencer Alex Tienda, press trip nacional Finados y recorridos turísticos Finados.				
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