

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				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)	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2020	Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	OCT	OCTUBRE	ACTIVIDAD QT ANUAL
											64,0%	78%			58%		
MERCADO 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	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO)			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			71,82%
							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 monitoreando 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	Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	1,00	1,00	100,00%	100%	2,00	2,00	100,00%	Campaña cooperada con Expedia, dirigida a los mercados de Estados Unidos y Canadá en la que se involucra a los hoteles de la ciudad de Quito con la finalidad de reactivar el turismo internacional, brindando beneficios a los hoteles participantes, esta campaña tiene una duración de 3 meses	
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	80,00%	100%	10,00	8,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado Norteamericano: El antiguo barrio quiteño La Mariscal atesora la memoria de un crisol cultural, Día Muertos Ecuador: Quito, entre Todos los Santos y el Aya Marçay , El Día de los Difuntos se vive en Quito, Artesanías de Quito para el mundo.	
							Eventos BTL	Eventos BTL (USA y Canadá)	3,00	-	75,00%		4,00	3,00	0,00%	En el mes anterior se reportó un adelanto de dos eventos realizados en México y Canadá respectivamente, como parte de los eventos BTL planificados para 2020, los mismos que no han sido posibles realizarlos presencialmente por la situación de la pandemia	
				Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Norteamérica												

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 OCTUBRE 2020			OCT		
											64,0%	78%			58%	OCTUBRE	
se han operado en 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							Capacitaciones de destino	Ciclo de Capacitaciones Destino US Y CA	2,00	2,00	133,33%	100%	3,00	4,00	100,00%	Debido a la situación actual en los mercados internacionales y a nivel mundial con respecto a la pandemia, no fue posible realizar el ciclo de capacitaciones presencial que se había planificado, sin embargo se llevó a cabo una capacitación virtual de destino en el que estuvieron presentes las siguientes empresas: Dawn Travels, Flyabs, Last Moment, T de Tours, Delightful Tours, New York Viaggi, B4 u Book it basadas en New York. Además de 2 capacitaciones virtuales dirigidas a tour operadores mexicanos, dando un total para Norteamérica de 38 personas capacitadas	45,11%
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino				25,00%	33%	4,00	1,00			
											0,00%		5,00	-			
							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			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	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				50,00%		2,00	1,00			
							Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)				100,00%	100%	1,00	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					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2020			OCT	OCTUBRE	
											64,0%	78%			58%		
				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	metas intermedias (descripción)	OCT	Meta mensual	Avance Mensual					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 mercado nacional y local, tomando en cuenta las recomendaciones de la OMT, respecto a la velocidad y efecto de recuperación para la economía local y nacional.	
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Europa	1,00	1,00	80,00%	100%	10,00	8,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado Europa: El antiguo barrio quiteño La Mariscal atesora la memoria de un crisol cultural, Quito, entre Todos los Santos y el Aya Marçay , estos boletines fueron generados y distribuidos a través de EFE.	
							Eventos BTL	Evento BTL Francia Holanda	2,00	-	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	Ciclo Capacitaciones España - Francia - Holanda	3,00	-	0,00%		5,00	-	0,00%	Debido al estado actual de los mercados internacionales esta acción no se ha podido realizar como estaba planificado, tomando en cuenta además que se ha priorizado la ejecución de actividades para el mercado local.	
							Participación en Ferias y Eventos de Promoción de Destino	TOP RESA	1,00	-	57,14%	50%	7,00	4,00	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 Francia	
								Cuadrante de Resultados TOP RESA	1,00	-	25,00%	33%	8,00	2,00	0,00%		
							Membresías				25,00%		4,00	1,00			
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, COLOMBIA, PERÚ Y OTROS) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA (BRASIL, COLOMBIA				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			75,29%

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)	OCT			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2020	OCT	OCTUBRE
																		64,0%	78%	58%	
			COLOMBIA, 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	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								
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	80,00%	100%	10,00	8,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado Sudamericano: El antiguo barrio quiteño La Mariscal atesora la memoria de un crisol cultural, Día Muertos Ecuador: Quito, entre Todos los Santos y el Aya Marçay , El Día de los Difuntos se vive en Quito, Artesanías de Quito para el mundo.					
							Eventos BTL	Evento BTL	2,00	-	116,67%	117%	6,00	7,00	0,00%	Debido a los cierres de los mercados internacionales por motivos de la pandemia esta acción no fue realizada,					
							Capacitaciones de destino			2,00	200,00%	100%	3,00	6,00		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 que se había planificado, sin embargo se llevó a cabo tres capacitaciones virtuales de destino en Colombia y 1 en Perú, con un total de 30 personas capacitadas					
							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					Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional:				100,00%	100%	1,00	1,00		60,42%			
									Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	1,00	66,67%	100%	6,00	4,00	100,00%	Se realizó la Campaña de Promoción del Feriado de Octubre y la Planificación de Campaña de Promoción de Finados Quiteños			
Campañas de Promoción Cooperadas										1,00	66,67%		3,00	2,00		Campaña Cooperada con Diners Club a través de su programa de recompensas Club Miles dirigido al Turismo Nacional a través de la cual participaron con su oferta 6 tour operadores de Distintivo Q. dirigido a tarjetahabientes a nivel nacional.					

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)	OCT			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2020	OCT	OCTUBRE
																			64,0%	78%	58%	
				Acciones promocionales en el mercado nacional	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado nacional		Viajes de familiarización al destino Quito				150,00%		2,00	3,00								
							Activaciones de Promoción BTL o ATL				50,00%		2,00	1,00								
							Socialización con industria turística local	Socialización con industria turística local	1,00	1,00	175,00%	125%	4,00	7,00	100,00%	Mesa de trabajo con 11 Tour Operadores para empaquetamiento del Proyecto Corredor Turístico Camino de los Andes						
							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		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						68,38%				
					Gestión de contenido de web, app y redes sociales	Gestión de contenido de web, app y redes sociales	1,00	1,00	80,00%	100%	10,00	8,00	100,00%	Gestión y manejo diario de contenidos en redes sociales, gestión de creación de contenidos para web (Finados)								
					Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	1,00	66,67%	100%	6,00	4,00	100,00%	Realización de Campaña para RRSS y Banner de Acceso Feriado 9 de Octubre y planificación de campaña de Finados Quiteños: Propuestas, web, artes, videos, evento LIVE FB, cobertura								
					Campañas de Promoción de Destino en Redes Sociales	Campaña de promoción de destino en Redes Sociales	1,00	1,00	81,82%	100%	11,00	9,00	100,00%	Promoción de destino para Feriado 9 de Octubre + Escapadas Quiteñas en RRSS y Web								

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)	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2020			OCT	OCTUBRE	
											64,0%	78%			58%		
				Acciones promocionales en medios digitales	Difusión y promoción digital del destino Quito en los mercados internacionales, local y nacional	Carolina Arias	Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, visitas, descargas, y otras)	Métricas redes sociales y plataforma digital	1,00	1,00	81,82%	100%	11,00	9,00	100,00%	FB: Alcance: 236,195 / Interacciones: 26,882 Engagement: 9,2% / Seguidores: 10.445 IG: Alcance: 82,313 / Interacciones: 2,774 Engagement: 0,9% / Seguidores: 45,898 TW: Alcance: 7,530 / Interacciones: 839 Engagement: 0,5% / Seguidores: 6,726 Web: Usuarios: 11,692 / Visitas: 32,049 / Sesiones: 14,822 Tiempo: 02:29	87,12%
			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					
			Revisión y reestructuración WEB						120,00%	100%	5,00	6,00		29,17%			
			Revisión y actualización APP				Revisión y actualización de APP	1,00	1,00	66,67%	100%	6,00	4,00		100,00%	Envío de material y seguimiento de avances de nueva APP a entregar en Noviembre 2020	
			Actualización de contenidos plataforma digital				Actualización de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	81,82%	100%	11,00	9,00		100,00%	Creación de Contenidos Para Landing de Finados, Diagramación alnding Finados y Landing Escapadas y actualizaciones	
		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL	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	-				
		MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Específica)				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	58,33%	70%	12,00	7,00	100,00%	Servicio de operación turística para recorridos turísticos de Feriado Octubre	

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)	OCT			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2020	OCT	OCTUBRE
																		64,0%	78%	58%	
Administración del Talento Humano MERCADERO	Administración del Talento Humano MERCADERO	Administración del Talento Humano MERCADERO	Administración del Talento Humano MERCADERO	Administración del Talento Humano MERCADERO	Administración del Talento Humano MERCADERO	TTHH							-	-	↓						

Directora de Mercadeo
 MARÍA BELEN PACHECO