

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 ACTIVIDAD QT ANUAL 63,33%
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)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2020			SEP	SEPTIEMBRE	
											59,3%	84%			71%		
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.	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			
	Incrementar al menos el 2% de visitantes con respecto al año 2019						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.	
	Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional.						Estrategia City Placement				100,00%		1,00	1,00			
	Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional.						Estudio de Mercado Internacional (Tendencias, benchmarking)				100,00%	100%	1,00	1,00			
	Promocionar la ciudad de Quito a través de herramientas digitales						Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa				50,00%	100%	2,00	1,00			
	Gestionar la operatividad del área de Mercadeo.						Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	70,00%	100%	10,00	7,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado Norteamericano: Acreditación Sanitaria de Aeropuertos, Quito conmemora declaración como patrimonio mundial, Alianza MICE, Reactivación Centro Histórico de Quito, Adventure Elevate, Entrega Sello Safe Travels, Workshop Virtuales tour operadores colombianos y mexicanos, Expedia	
	Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo.						Eventos BTL	Evento BTL Workshop Virtual México Presentación de Destino ACTA		2,00	75,00%		4,00	3,00		ADELANTO: Se llevó a cabo un workshop virtual del destino, con tour operadores locales y dirigido a tour operadores mexicanos, esta acción se reporta como parte de los eventos BTL planificados para 2020, los mismos que no ha sido posible realizar por la situación actual en el marco de la pandemia. Se realizó n una presentación de destino para el mercado de Canadá a través de ACTA (Asociación de Agentes de Viajes CA) se contó con una participación de 210 agentes turísticos.	
	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.						Capacitaciones de destino				66,67%	100%	3,00	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 SEPTIEMBRE 2020			SEP	SEPTIEMBRE							
							metas intermedias (descripción)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	59,3%	84%			71%								
Gestionar al 100% la operatividad del área. Incluye: MANTENER ESTRATEGÍAS DE PROMOCIÓN CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	TMLA	1,00	1,00	25,00%	33%	4,00	1,00	100,00%	Debido a la pandemia, la organización del TMLA decidió postergar el evento para el 2021, dependiendo como se vaya dando la situación en relación al covid-19, sin embargo, el evento se lo realizará de manera virtual en el mes de diciembre, es necesario analizar la participación. Por otro lado, se reporta la participación de Quito en el evento Adventure Elevate, feria especializada en Aventura, dirigido all mercado norteamericano, en donde se logró mantener reuniones con la industria de dichos mercados, fueron más de 40 citas de trabajo.							
								Cuadrante de Resultados TMLA	1,00	-	0,00%		5,00	-	0,00%	Al no haberse realizado el evento no es posible reportar esta meta.							
							Membresías	Adicional: Membresía USTOA		1,00	100,00%		1,00	1,00		Se realizó el pago de la membresía USTOA correspondiente al año 2020.							
			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			44,20%			
										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	Adicional: Estrategia City Placement		1,00	50,00%		2,00	1,00		Se apoyó en la filmación del largometraje El Rezador, como estrategia City Placement, ya que el mismo se rodó en locaciones de la ciudad de Quito y se proyectará en diferentes mercados internacionales de europa, sudamérica y norteamérica.				
										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	70,00%	100%	10,00	7,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado Europa: Acreditación Sanitaria de Aeropuertos, Quito conmemora declaración como patrimonio mundial, Alianza MICE, Reactivación Centro Histórico de Quito, Entrega sello Safe Travels, Expedia, a través de plataformas digitales como AM Connected y OCE's Europa				

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)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2020			SEP	SEPTIEMBRE	
											59,3%	84%			71%		
							Eventos BTL				0,00%		5,00	-		74,18%	
							Capacitaciones de destino				0,00%		5,00	-			
							Participación en Ferias y Eventos de Promoción de Destino				57,14%	60%	7,00	4,00			
											25,00%	40%	8,00	2,00			
							Membresías	Adicional: Membresía OMT		1,00	25,00%	4,00	1,00	Se realizó el pago de la membresía de la OMT correspondiente al año 2020			
			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)				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	Difusión y promoción del												

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)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2020			SEP	SEPTIEMBRE	
											59,3%	84%			71%		
				el Mercado Sudamérica (Brasil, Colombia, Perú y otros	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	70,00%	100%	10,00	7,00	100,00%	Envío de boletines mensuales dirigidos al mercado Sudamericano: Acreditación Sanitaria de Aeropuertos, Quito conmemora declaración como patrimonio mundial, Alianza MICE, Reactivación Centro Histórico de Quito, Adventure Elevate, Entrega sello Safe Travels, Workshop tour operadores colombianos y mexicanos, Expedia	
							Eventos BTL	Evento BTL Workshop Virtual Colombia	1,00	1,00	116,67%	117%	6,00	7,00	100,00%	Debido a los cierres de los mercados internacionales por motivos de la pandemia esta acción no fue realizada, sin embargo se realizó un workshop virtual con tour operadores locales, dirigido a tour operadores y mayoristas de Colombia, al cual se registraron 120	
							Capacitaciones de destino	Ciclo de Capacitaciones Perú	1,00	1,00	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 desarrollaron dos capacitaciones de destino virtuales, a las empresas peruanas Travel Consultant y Sport Travel. Se capacitó a aproximadamente 18 personas.	
							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)				Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional:				100,00%	100%	1,00	1,00			54,17%
			MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES				Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales				50,00%	100%	6,00	3,00			
							Campañas de Promoción Cooperadas				33,33%		3,00	1,00			
				Acciones promocionales en el mercado nacional	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado nacional	Katia Freire	Viajes de familiarización al destino Quito	Viaje de familiarización y/o prensa al destino Quito		2,00	150,00%		2,00	3,00		Viajes de familiarización #NosVemosEnElCentro, 19 y 26 de septiembre, participantes: 200 pax.	
							Activaciones de Promoción BTL o ATL				50,00%		2,00	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)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2020			SEP	SEPTIEMBRE			
											59,3%	84%			71%				
							Socialización con industria turística local				150,00%	100%	4,00	6,00			60,91%		
							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			
									Gestión de contenido de web, app y redes sociales	Gestión de contenido de web, app y redes sociales	1,00	1,00	70,00%	100%	10,00	7,00	100,00%	Actualización de contenidos web, cronopost para RRSS, entrega contenidos app	
									Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales				50,00%	100%	6,00	3,00			
									Campañas de Promoción de Destino en Redes Sociales	Campaña de promoción de destino en Redes Sociales	1,00	1,00	72,73%	100%	11,00	8,00	100,00%	Campaña de promoción #LaMariscalAlAireLibre, Camino de los Andes, #TuHistoriaComienzaEnQuito, #NosVemosEnELCentro	
									Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, visitas, descargas, y otras)	Métricas redes sociales y plataforma digital	1,00	1,00	72,73%	100%	11,00	8,00	100,00%	Facebook: Alcance: 347,047/ Interacción: 23,339/ Engagement 5,7% / Seguidores 9.783 Instagram: Alcance: 56,332/ Interacción: 2,798/ Engagement 0,7%/ Seguidores 45.825 Twitter: Alcance: 23,126/ Interacción: 1,788/ Engagement 0,7% /Seguidores: 6.709	
Video Spot Promocional	Creación del Video Spot Promocional	1,00	-	0,00%		1,00	-	0,00%	ARRASTRE: Creación de cronograma de filmaciones y producción de cápsulas de videos promocionales de destino.										

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)	SEP			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2020	SEP	SEPTIEMBRE	ACTIVIDAD QT ANUAL
																		59,3%	84%	71%		
			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			80,68%					
							Revisión y reestructuración WEB				120,00%	100%	5,00	6,00								
							Revisión y actualización APP	Revisión y actualización de APP	1,00	1,00	50,00%	100%	6,00	3,00	100,00%				Nueva diagramación App y entrega de todos los insumos necesarios e inicio de programación			
							Actualización de contenidos plataforma digital	Actualización de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	72,73%	100%	11,00	8,00	100,00%			Estructuración y levantamiento de contenidos y álbumes para nueva Sección Explora que se encuentra en proceso de reestructuración.				
		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 DESARROLLADOS (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, Norteamérica y Nacional				0,00%	1,00	-		25,00%							
							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	50,00%	67%	12,00	6,00		100,00%	Servicio de operación turística famtrip Embajadores Camino de los Andes, fam trips NosVemosEnElCentro					
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							-	-								

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	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2020			SEP	SEPTIEMBRE	
			ACTIVIDAD MC								59,3%	84%			71%		
							Directora de Mercadeo MARÍA BELEN PACHECO										