

METAS INTERMEDIAS 2019
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT: MERCADEO

MERCADEO

PROGRAMA QT PRODUCTO MC	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2019	Meta CUMPLIDA anual 2019	MENSUAL	OBSERVACIONES 2019	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
										AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2019			AGO		
							AGO	Meta mensual	Avance Mensual	61,2%	98,56%			100,00%	AGOSTO	
MERCADERO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	Objetivos del Programa QT General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional y nacional. Incrementar al menos el 3% de visitantes con respecto al año 2018 Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional. Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional. Gestionar la operatividad del área de Mercadeo. Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo. Metas Específicas Incrementar al menos el 3% de visitantes internacionales con respecto al año 2018. 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) (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Norteamérica	Oscar López				100,00%	100,00%	2,00	2,00		Se confirmó Campaña digital con Expedia dirigida a Estados Unidos (Oct-Nov y Dic, 2019) Press Trip dirigido al mercado Estados Unidos, Alan Fine del medio Insider Travel Report estuvo en la ciudad desde el 19 al 23 de Agosto 1 News letter dirigido a USA, Canadá y México) temas: Quito y sus rutas turísticas, naturaleza y aventura	54,69%
										50,00%		2,00	1,00			
										0,00%		1,00	-			
							Campaña Digital Mercado Norteamérica	1,00	1,00	50,00%	100,00%	2,00	1,00	100,00%		
							Viaje de Familiarización Mercado Norteamérica (Canadá, Estados Unidos y México)	1,00	1,00	88,89%	120,00%	9,00	8,00	100,00%		
										50,00%	50,00%	2,00	1,00			
										200,00%	200,00%	1,00	2,00			
							1 Boletín de prensa para los Mercados Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México)	1,00	1,00	33,33%	50,00%	6,00	2,00	100,00%		
										20,00%	33,33%	5,00	1,00			
			MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA Y HOLANDA) Y RESTO DEL MUNDO MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA Y HOLANDA) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)	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	Belén Pacheco				100,00%	100,00%	1,00	1,00		Durante el mes de agosto se gestionó y confirmó la realización de un cooperado con KLM y AirFrance, dirigidos para los mercados de Francia y Holanda, en el que el destino tendrá una visibilidad importante. Este cooperado se desarrollará desde el mes de septiembre y tendrá un tiempo de duración de 1 mes Viaje de Prensa realizado como adelanto para el mercado Español, el medio fue ICON, quien realizará una publicación sobre la ciudad de Quito en este medio reconocido de ese país.	66,64%
							Arrastre de JUNIO: Cooperado con Industria Turística del mercado Europa (ver observaciones de junio)		1,00	33,33%		3,00	1,00			
										25,00%		4,00	1,00			
										200,00%		1,00	2,00			
							Adelanto Press trip - España		1,00	71,43%	33,33%	7,00	5,00			
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			

PROGRAMA QT			ACTIVIDAD QT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	AGO	% TECNICO	ACTIVIDAD QT		
							1 Boletín de prensa Mercado Europa	1,00	1,00	83,33%	100,00%	6,00	5,00	100,00%	Se enviaron 4 notas de prensa para el mercado de Europa sobre: BirdFair, Conectividad, Chocó Andino, Ruta de los Volcanes en tren			
										20,00%	50,00%	5,00	1,00					
							Participación Feria Turística BIRDFAIR Rutland- Reino Unido	1,00	1,00	66,67%	100,00%	6,00	4,00	100,00%	Quito participo en la la BirdFair 2019, a través de un un experto y un funcionario delegado, quienes estuvieron presentes en Rutland - Reino Unido. Durante los tres díasde feria, se atendió a mas de 200 visitantes, interesados en el destino Quito como espacio para Bird Watching, se realizaron dos contactos con importantes			
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Sudamerica	Rubén Lara				100,00%	100,00%	1,00	1,00					55,00%
							Arrastre de JUNIO + JULIO (+2) Ver observaciones de junio y julio (total(3)) Viajes de Familiarización Sudamérica	1,00	2,00	75,00%	125,00%	8,00	6,00	100,00%	Viaje de Familiarización Travesías de Caracol TV, También se trajo al Influencer/actor Juan Ramón Barreto			
										0,00%		2,00	-					
							1 Boletín de Prensa Mercado Sudamérica	1,00	1,00	60,00%	100,00%	5,00	3,00	100,00%	1 nota de prensa a cada mercado (Argentina, Brasil y Colombia) para asesorar al viajero de como llegar a Quito y qué visitar			
										50,00%		2,00	1,00					
										0,00%		3,00	-		Participación en Caravana Turística Universal Group en Colombia, con un tpтал de 450 agentes Capacitados			
										100,00%	100,00%	4,00	4,00					
			PROMOCIÓN NACIONAL	PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)	Acciones promocionales en el mercado nacional	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado nacional	Katia Freire				100,00%	100,00%	1,00	1,00			100,00%	
											100,00%	100,00%	2,00	2,00				
								Adelanto: Elaboración de Merchandising 3 Roll Ups		1,00	100,00%	100,00%	7,00	7,00		(Adelanto meta noviembre) Se realizó los 3 roll ups de merchandising con lo que se cumple en su totalidad este producto.		
											0,00%		5,00	-				
											0,00%		2,00	-				
								Adelanto: Eventos o activaciones BTL local o nacional		2,00	66,67%		3,00	2,00		(Adelanto meta noviembre y diciembre)Se realizó 2 activaciones BTL como parte de la campaña de verano; la primera el 04 de agosto denominada" Vuela tu Cometa" en el Parque Bicentenario y la segunda el 17 de agosto denominada" Photoboot del Misterio" en el C.C El Recreo.		

PROGRAMA QT			ACTIVIDAD QT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	AGO	% TECNICO	
		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO DE MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ (Específica)	Apoyar logísticamente a la actividad de promoción nacional e internacional	Apoyo logístico a la actividad de promoción nacional e internacional	Katia Freire / Dennis Swanberg				100,00%		1,00	1,00		87,50%	
							Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	75,00%	112,50%	12,00	9,00	100,00%		Se realizó la operación turística de los viajes: - Press Trip Nacional - Fam Trip Personalidad José Ramón Barreto - Press Trip Icon - Press Trip Travesía Colombia - Fam Trip Bancorbras
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
				Arrastre: Servicio de Relaciones Públicas y Representación en el exterior para la promoción turística de Quito a nivel internacional	Arrastre: Servicio de Relaciones Públicas y Representación en el exterior para la promoción turística de Quito a nivel internacional	Director Mercadeo						-	-			
				Arrastre servicio de operación turística	Arrastre servicio de operación turística	Director Mercadeo						-	-			
				Horas Extras	Horas Extras	Director Mercadeo						-	-			
				Impuesto al Valor Agregado IVA	Impuesto al Valor Agregado IVA	Director Mercadeo						-	-			
				Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	TTHH						-	-			

Responsable: Directora de Mercadeo
BELEN PACHECO