

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	DESGLOCE ACTIVIDADES QT	CONTROL Y SEGUIMIENTO				Meta numérica Anual 2019	Meta CUMPLIDA anual 2019	MENSUAL	OBSERVACIONES 2019	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
								FEB	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL			FEBRERO		
											4,4%				100,00%	
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 ESTRATÉGIAS 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	Coordinar las acciones de promoción turística para el mercado Norteamérica				0,00%	0,00%	1,00	-		2,50%
											0,00%	0,00%	1,00	-		
											0,00%	0,00%	1,00	-		
											0,00%	0,00%	1,00	-		
											0,00%	0,00%	9,00	-		
											0,00%	0,00%	2,00	-		
											0,00%	0,00%	9,00	-		
								Participar en ferias, workshops, capacitaciones	Participación en Capacitaciones MegaTravel 2019, Monterrey, Saltillo, Torreón, Nuevo Laredo - México del 17 al 22 de Febrero	1,00	1,00	20,00%	100,00%	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	Coordinar las acciones de promoción turística para el mercado Europeo				0,00%	0,00%	1,00	-		5,66%
											0,00%	0,00%	3,00	-		
											0,00%	0,00%	4,00	-		
											0,00%	0,00%	1,00	-		
								Adelanto: Viaje de Familiarización Mercado Europa		1,00	14,29%	14,29%	7,00	1,00	Viaje de prensa del periodista Rubén Alonso, representante del medio Rubén y el Mundo y The Huffington Post. Este viaje es resultado de la participación de Quito en FITUR 2019.	
											0,00%	0,00%	3,00	-		
											0,00%	0,00%	5,00	-		
							Participar en ferias, workshops, capacitaciones				20,00%	100,00%	5,00	1,00		
											16,67%	100,00%	6,00	1,00		

										AVANCE ANUAL		Meta acumulada	Meta CUMPLIDA	FEB		% TECNICO	
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMERICA (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	Coordinar las acciones de promoción turística para el mercado Sudamérica			0,00%	0,00%	1,00	-			17,50%	
								Viajes de Familiarización Sudamérica	1,00	3,00	37,50%	300,00%	8,00	3,00	100,00%	Se realizaron 2 viajes de prensa gestionados a través de la aerolínea GOL, en el primer viaje fueron 2 delegados de la revista GOL, en donde saldrá publicación de Quito en la edición de Marzo, de la misma manera a través de GOL se gestionó la venida de 12 periodistas e influencers quienes irán publicando paulatinamente en cada medio.	
										0,00%	0,00%	1,00	-				
							Participar en ferias, workshops, capacitaciones			0,00%	0,00%	2,00	-				
								Participación en la Vitrina Turística ANATO 2019 - Bogotá	1,00	2,00	50,00%	200,00%	4,00	2,00	100,00%	Quito participó con stand en la Vitrina Turística de Anata realizada en Bogotá del 27 de febrero al 1 de marzo, en donde se atendió aproximadamente 60 personas entre medios y tour operadores, de la misma manera Quito participó en Cali durante el Worshop REMA 2019, en donde se recibió alrededor de 100 visitantes en el día	
		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	Coordinar las acciones de promoción turística para el mercado Nacional			0,00%	0,00%	1,00	-			0,00%	
		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO	Apoyar logísticamente a la actividad de promoción nacional e internacional	Apoyo logístico a la actividad de promoción nacional e internacional	Katia Freire / Dennis Swanberg	Operación turística			0,00%	0,00%	1,00	-			8,33%	
							Operación turística	Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	16,67%	100,00%	12,00	2,00	100,00%	Operación Turisitca 2 press trips y 1 fam trip Aerolínea GOL; press trip Ruben y el Mundo	
		Inversión y Gestión del Talento Humano	Inversión y Gestión del Talento Humano	Inversión y Gestión del Talento Humano	Inversión y Gestión del Talento Humano	TTHH	Inversión y Gestión del Talento Humano					-	-				

Responsable: Director de Mercadeo
DENNIS SWANBERG