

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 NOVIEMBRE 2019			NOV		
							NOV	Meta mensual	Avance Mensual	92,8%	100,00%			84,62%	NOVIEMBRE	
MERCADEO 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			92,22%
										250,00%	150,00%	2,00	5,00			
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
							Campaña de promoción Norteamérica	1,00	1,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se completa el mes de noviembre de la Campaña Expedia dirigida a las ciudades más importantes de los Estados Unidos, la campaña tendrá vigencia hasta el día 15 de diciembre 2019.	
							Viaje de Familiarización Mercado Norteamérica (Canadá, Estados Unidos y México)	1,00	4,00	166,67%	144,44%	9,00	15,00	100,00%	Se realizó el viaje de familiarización para la Tour Operadora Canadiense Prestige Corporate Incentives que formó parte del Mega Fam del 20 al 24 de noviembre. Se realizó el viaje de familiarización para 2 expertos mexicanos de Pueblos Mágicos quienes vinieron a hacer reconocimiento de la Ruta Escondida del 20 al 23 de noviembre. Press Trip con Interjet del 11 al 14 de Nov. Se cumplió con el Fam Trip Aeroméxico sede Vancouver del 24 al 28 de nov.	
										50,00%	50,00%	2,00	1,00			
										200,00%	200,00%	1,00	2,00			
										100,00%	100,00%	6,00	6,00			
										80,00%	75,00%	5,00	4,00			
			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			100,00%
							Adelanto: Cooperado con Industria Turística del mercado Europa		1,00	100,00%	100,00%	3,00	3,00		Se realizó el cooperado con el operador turístico LOGITRAVEL dirigido al mercado español que incluye promoción de oferta turística, programa especial de TV, mini sitio de Quito, publicación especial de Quito en el blog Travel Insiders realizado por Paco Nadal.	
							Evento BTL de Promoción de Destino mercado Europa	1,00	1,00	100,00%	100,00%	4,00	4,00	100,00%	Se realizó un evento BTL de Promoción de Destino en Londres en donde se realizó una presentación de destino y Cata de Chocolate con Pacari, dirigida a la industria británica. Se capacitó un total de 20 agentes y periodistas de la industria turística.	
										300,00%	100,00%	1,00	3,00			
							Viaje de Familiarización mercado Europa	1,00	1,00	128,57%	100,00%	7,00	9,00	100,00%	Se realizó un mega famtrip, en donde participaron 7 tour operadores europeos, de los mercados Francia, Holanda, Alemania y Reino Unido	
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			

PROGRAMA OT			ACTIVIDAD OT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A NOVIEMBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	NOV		% TECNICO
																ACTIVIDAD QT
										166,67%	150,00%	6,00	10,00			
							Ciclo de capacitaciones de destino mercado Europa (UK Y AL) (reportar el arrastre de MAR total 2)	1,00	1,00	100,00%	100,00%	5,00	5,00	100,00%	Se realizó capacitación de destino en Birmingham y Edimburgo con la finalidad de promocionar el destino en el mercado de Reino Unido. Se capacitó un total de 33 agentes de viajes de este mercado.	
							Participación Feria Turística WTM Londres - Reino Unido	1,00	1,00	100,00%	100,00%	6,00	6,00	100,00%	Quito se promociona en el mercado británico a través de la participación en la feria WTM Londres	
			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					100,00%	100,00%	1,00	1,00			100,00%
							Viajes de Familiarización Sudamérica	1,00	1,00	125,00%	112,50%	8,00	10,00	100,00%	Se realizó el viaje de prensa con el medio El Perfil de Argentina, quién visitó la ciudad del 1 al 4 de noviembre.	
							Arrastre de JUN-JUL (1) 1 Campaña de Promoción Digital - Sudamérica. Lanzamiento (ver observaciones de julio)	1,00	2,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se confirmó la Campaña de promoción digital con CVC de Brasil, la campaña estará activa hasta el mes de diciembre. Se realizó la Campaña inspiracional con Avianca para todos los mercados de Sudamérica, Norteamérica y Europa.	
										160,00%	160,00%	5,00	8,00			
										100,00%	100,00%	2,00	2,00			
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			
										125,00%	125,00%	4,00	5,00			
	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			
							Elaboración de Merchandising 3 Roll Ups	1,00		100,00%	100,00%	7,00	7,00	0,00%	Este producto fue reportado en el mes de agosto	
							5 Vallas publicitarias en el Aeropuerto Mariscal Sucre	5,00	8,00	160,00%	160,00%	5,00	8,00	100,00%	Se realizaron 8 vallas publicitarias en el Aeropuerto Mariscal Sucre para promocionar el Torneo Quito Mitad del Mundo Roger Federer y el destino. Es importante mencionar que este producto fue incrementado en valor a través de contrato complementario aprobado por Gerencia General mediante memorando EPMGDT-DM-2019- 250 de 24 de octubre de 2019.	
							1 Brando de Buses	1,00	-	0,00%		2,00	-	0,00%	Se modificó este producto a través de contrato complementario autorizado por Gerencia General mediante memorando EPMGDT-DM-2019-250 de 24 de octubre de 2019 donde el valor correspondiente a este producto fue utilizado en el Festival Más Allá de la Vida que fue parte de la Campaña Promocional de Finados.	

PROGRAMA OT			ACTIVIDAD OT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A NOVIEMBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	NOV		% TECNICO
							1 Eventos o activations BTL local o nacional	1,00	1,00	100,00%	100,00%			3,00		3,00
		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%	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Se realizó el evento denominado Festival Más Allá de la Vida el 1,2 y 3 de noviembre con un alcance de 7500 personas aproximadamente.	100,00%
										100,00%		1,00	1,00			
							Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	100,00%	100,00%	12,00	12,00	100,00%	Se realizó la operación turística del Press Trip Interjet, Mega Fam Europa y Canadá, Press Trip El Perfil, Fam Trip Consultores Pueblos Mágicos, Fam Trip Aeroméxico Canadá, Scouting MICE Flora, Fam Apoyo Fundación Shane's Inspiration, Fam Apoyo Fuerzas Armadas; Fam Delegación Internacional America Accesible, Press Apoyo Natalino Ruso.	
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
											-	-				
				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
MARÍA BELEN PACHECO