

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	OCTUBRE	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
										AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2019			OCT		
							OCT	Meta mensual	Avance Mensual	82,0%	100,0%			92,31%		
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 ESTRATEGIAS 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						2,00	2,00			86,67%
								1,00	3,00	250,00%	150,00%	2,00	5,00	100,00%	Se realizaron 3 Eventos BTL como parte del Roadshow Norteamérica (1Chicago 3i 01 de oct, Toronto 02 de oct y Vancouver 03 de Oct) para presentación del destino Quito y su oferta turística	
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
										50,00%	100,00%	2,00	1,00			
								1,00	1,00	122,22%	100,00%	9,00	11,00	100,00%	2 Tour Operadoras mexicanas que formaron parte del Mega Fam del 27 al 31 de Octubre (Universal Travel Group y Entorno CIT). El Mega fam incluyó una Rueda de Negocios con productos locales de Quito realizada en el CCEE el 29 de octubre.	
										50,00%	50,00%	2,00	1,00		Por sugerencia de Gerencia y por importancia de las actividades de promoción en los mercados de norteamérica, el presupuesto de membresía de ATTA se usó para complementar la activación del Roadshow Norteamérica, debido a que durante el primer semestre no se autorizó la participación de Quito en los eventos ATTA.	
										200,00%	200,00%	1,00	2,00			
								1,00	4,00	100,00%	100,00%	6,00	6,00	100,00%	Se enviaron 4 notas de prensa(1 sobre la semana de la moda en NY y 3 sobre la situación de alertas durante el paro del 3 de octubre)	
										80,00%	75,00%	5,00	4,00		Se da cumplimiento con el Evento Roadshow Norteamérica del 29 de septiembre al 04 de octubre en Estados Unidos y Canadá	
			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			89,44%
										66,67%	50,00%	3,00	2,00			
								2,00	2,00	75,00%	66,67%	4,00	3,00	100,00%	Se realizaron dos eventos en donde se promocionó el destino y su principal oferta turística, en donde de la misma manera se presentó a Quito como Capital mundial del chocolate, a través de una cata realizada por Pacari, tanto en París como en Amsterdam	
										300,00%	100,00%	1,00	3,00			
								1,00	1,00	114,29%	100,00%	7,00	8,00	100,00%	Durante el mes de octubre se llevó a cabo un mega fam en donde se incluyó a tour operadores de latinoamérica y España, cabe indicar que el resto de mercados europeos se incluirán en el mega fam de noviembre.Los operadores españoles que participaron en el mega fam fueron Exotica y Tandem Tours. En marco del fam se realizó una Rueda de Negocios con productos locales de Quito realizada en el CCEE el 29 de octubre.	
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			

PROGRAMA OT			ACTIVIDAD OT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	OCT	% TECNICO	ACTIVIDAD QT	
							1 Boletín de prensa Mercado Europa	1,00	5,00	166,67%	150,00%	6,00	10,00	100,00%	Durante el mes de octubre se emitieron varios boletines de prensa, enfocados en la participación del destino en WTM. Es importante mencionar que por la crisis que se mantuvo en este mes tuvieron que realizarse más boletines de los planificados.		
							Ciclo de capacitaciones de destino mercado Europa (FR - HL)	2,00	3,00	80,00%	100,00%	5,00	4,00	100,00%	Se llevó a cabo el ciclo de capacitaciones del 30 de septiembre al 11 de octubre de 2019, en donde se visitó París, Lyon, Marsella, Munich, Frankfurt y Amsterdam, capacitando alrededor de 83 tour operadores y agentes de viajes.		
							Inspección Feria Turística TOP RESA París - Francia	1,00	1,00	83,33%	100,00%	6,00	5,00	100,00%	Se realizó la inspección de la feria, cuya recomendación fue la de posicionar la presencia del destino en el mercado francés, por tanto se analiza la oportunidad de participar con tour operadores en un stand de feria a partir del 2020.		
			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				85,71%
							Viajes de Familiarización Sudamérica	1,00	2,00	112,50%	100,00%	8,00	9,00	100,00%	Se realizó un viaje de prensa con el medio de Comunicación La República de Colombia que visitó Quito del 22 al 25 de Octubre. Se realizó el Mega Fam de Sudamérica vinieron 2 TTOO Aviator, Universal Group (CO), 2 TTOO Schultz y Flytour (BR) y All Seasons (AR). En marco del fam se realizó una Rueda de Negocios con productos locales quiteños en el CCEE el 29 de octubre.		
							1 Campaña de Promoción Digital - Sudamérica	1,00		0,00%		2,00	-	0,00%	ARRASTRE a Noviembre que se tiene planificada una campaña digital con la aerolínea Avianca		
							1 Boletín de Prensa Mercado Sudamérica	1,00	5,00	160,00%	160,00%	5,00	8,00	100,00%	Se realizaron 1 News Letter y envíos de Nota de prensa dirigidos a los mercados sudamericanos con información útil sobre la crisis política de inicios de octubre		
							Cooperado con la industria para el mercado Sudamérica	1,00	1,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se coordinó una campaña cooperada con Latinoamérica Sport Travel Chile con el fin de promover el destino Quito en marco del Evento de Roger Federer en Chile, Argentina y Perú		
										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	Katia Freire				100,00%	100,00%	1,00	1,00			100,00%	
										100,00%	100,00%	2,00	2,00				
										100,00%	100,00%	7,00	7,00				
										0,00%		5,00	-				
										0,00%		2,00	-				
										66,67%		3,00	2,00				

PROGRAMA OT		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	ACTIVIDAD OT	Apoyar logísticamente a la actividad de promoción nacional e internacional	Apoyo logístico a la actividad de promoción nacional e internacional					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	OCT	% TECNICO	
			MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO DE MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ (Específica)											ACTIVIDAD QT		
						Katia Freire / Dennis Swanberg				100,00%		1,00	1,00		95,83%	
							Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	91,67%	110,00%	12,00	11,00	100,00%		Operación turística Fam Trip Fernando Olivera; Press Trip Diario La República; MegaFam Internacional TTOO; Fam Trip Nacional TTOO; Fam Fenacaptur;Press Trip Apoyo Fox News
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
			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	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	TTHH						-	-				

Responsable: Directora de Mercadeo
MARÍA BELEN PACHECO