

METAS INTERMEDIAS 2019
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT: MERCADERO

MERCADERO

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
														SEP		
							SEP	Meta mensual	Avance Mensual	72,5%	100,00%			100,00%	SEPTIEMBRE	
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					100,00%	100,00%	2,00	2,00		77,04%
													2,00	2,00		
								1,00	1,00	100,00%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se confirmó la Campaña cooperada con Expedia que correrá por meses oct-nov-dic dirigido al mercado Estados Unidos	
										50,00%	100,00%	2,00	1,00			
								1,00	2,00	111,11%	100,00%	9,00	10,00	100,00%	Viaje de prensao de los medios La Reforma MX y Travel to Latam USA	
										50,00%	50,00%	2,00	1,00			
										200,00%	200,00%	1,00	2,00			
										33,33%	50,00%	6,00	2,00			
								1,00	2,00	60,00%	75,00%	5,00	3,00	100,00%	Se realizó y participó en el evento TMLA 2019 del 18 al 20 de septiembre. Se da inicio al Roadshow Norteamérica en la ciudad de Nueva York el 30 de septiembre, esta actividad cubrirá las ciudades de New York, Chicago, Toronto y Vancouver de USA 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			73,52%
								1,00	1,00	66,67%	50,00%	3,00	2,00	100,00%	Se firmó el contrato del cooperado con KLM y Air France con la finalidad de promocionar el destino y posicionarlo en dos mercados europeos Francia y Holanda	
										25,00%		4,00	1,00			
								1,00	1,00	300,00%	100,00%	1,00	3,00	100,00%	Travel Bulletin, medio digital del Reino Unido, firmó contrato con Quito con el afán de lanzar una campaña digital en donde se posicionará el destino a través de tour operadores de ese mercado.	
								1,00	2,00	100,00%	100,00%	7,00	7,00	100,00%	El medio Telegraaf de Holanda visitó la ciudad con la finalidad de promocionar e inspirar el destino Quito en el mercado holandés. Viaje de Prensa del medio británico BBC RADIO	
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			

PROGRAMA QT			ACTIVIDAD QT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	SEP	% TECNICO ACTIVIDAD QT
										83,33%	100,00%	6,00	5,00		
										20,00%	50,00%	5,00	1,00		
										66,67%	100,00%	6,00	4,00		
			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		71,07%
						Rubén Lara									
							Viajes de Familiarización Sudamérica	1,00	1,00	87,50%	120,00%	8,00	7,00	100,00%	1 Viaje de prensa del Medio Travesías de Colombia
										0,00%		2,00	-		
										60,00%	100,00%	5,00	3,00		
										50,00%		2,00	1,00		
							Arrastre de ABR (1): Evento BTL para promocionar el destino en Brasil (ver observaciones de ABR) Ciclo de Capacitaciones de destino mercado Sudamérica - Brasil	2,00	3,00	100,00%	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Evento BTL "Tu Historia Comienza en Quito" en Sao Paulo Brasil el 25 de septiembre Evento BTL DE Quito en conjunto el operador TKG el 24 de septiembre Capacitaciones de Destino en Rio de Janeiro y Sao Paulo
							Participación en la feria ABAV - Brasil	1,00	1,00	125,00%	125,00%	4,00	5,00	100,00%	Participación en la Feria AVAB del 25 al 27 de septiembre en Sao Paulo en conjunto con 2 co-expositores locales: Grayline y GeoReisen
		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		
										100,00%	100,00%	7,00	7,00		
										0,00%		5,00	-		
										0,00%		2,00	-		
										66,67%		3,00	2,00		

PROGRAMA OT			ACTIVIDAD OT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	SEP		% 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			91,67%
							Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	83,33%	111,11%	12,00	10,00	100,00%	Servicio de operación turística: Press Trip Reforma, Telegraf, Travel2Latam, BBC Radio. Fam Trip Sahic, Fam Apoyo Comando Conjunto de las FF.AA	
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
								-	-							
								-	-							
								-	-							
								-	-							
						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						-	-				