

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL			Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017		% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT	METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	44% ENE-ABR			ABR	60%	ABRIL			
MERCADERO del destino Quito a nivel nacional e internacional	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Desarrollar al menos 10 actividades de promoción turística	Coordinar las acciones de promoción turística para el mercado Norteamérica	Oscar López				100,00%	1,00	1,00			37,04%			
									0,00%	3,00	-						
									0,00%	1,00	-						
						Webinars de destino Norteamérica	1,00	1,00	33,33%	3,00	1,00	100,00%	Se realizó un Webinar para las agencias de viaje de IUMIRA Travel en México, el mismo que contó con la presentación de Destino y paquetes turísticos por Pure Ecuador, contraparte de IUMIRA en Ecuador				
								-	50,00%	2,00	1,00						
						Campaña Cooperada Norteamérica	1,00	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Se realizó un cooperado con Indus Travel Estados Unidos, el cooperado consta de venta de oferta especial a Quito mas promoción masiva en redes, web				
						Participar en ferias, workshops, capacitaciones			100,00%	1,00	1,00						
									0,00%	1,00	-						
						Realizar acuerdos para promoción en mercado Norteamérica			0,00%	1,00	-						
	Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España y UK) y resto del mundo	Desarrollar al menos 8 actividades de promoción turística	Coordinar las acciones de promoción turística para el mercado Europa	Dir. Mercadeo				200,00%	1,00	2,00			42,41%				
								0,00%	5,00	-							
								66,67%	3,00	2,00							
					Membresías y Asociaciones Europa OMT)	1,00	-	50,00%	2,00	1,00	0,00%	ARRASTRE: Se está procesando el cambio del concepto de facturación por parte de la OMT, por tanto la membresía será pagada una vez que se entregue la factura a Quito Turismo.					
								0,00%	1,00	-							
								0,00%	3,00	-							
					Campaña Cooperada Europa	1,00	1,00	25,00%	4,00	1,00	100,00%	Se realizó una campaña cooperada con Cox & Kings, operador importante del mercado de Reino Unido que incluyó acciones variadas como presencia en redes sociales, e-newsletter					

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT	METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	44% ENE-ABR			ABR	ABRIL		
												60%			
									100,00%	1,00	1,00				
				Participar en ferias, workshops, capacitaciones					40,00%	5,00	2,00				
		Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Desarrollar al menos 4 actividades de promoción turística	Coordinar las acciones de promoción turística para el mercado Sudamérica	Dir. Mercadeo / Oscar López				100,00%	1,00	1,00			52,50%	
									20,00%	5,00	1,00				
									100,00%	1,00	1,00				
									0,00%	3,00	-				
									0,00%	3,00	-				
						Participar en ferias, workshops, capacitaciones				100,00%	1,00	1,00			
										100,00%	1,00	1,00			
							Realizar acuerdos para promoción en mercado Sudamérica			0,00%	2,00	-			
		PROMOCION NACIONAL (MC.- (en mercadeo): PROMOCION DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS)	Acciones promocionales en el Mercado Nacional	Desarrollo de al menos una campaña publicitaria	Realizar campañas publicitarias para cumplimiento de acuerdos comerciales	Belén Pacheco				0,00%	1,00	-			25,00%
				Promocionar la ciudad en al menos en dos eventos relevantes a nivel local y nacional	Coordinar la participación de Quito Turismo en eventos locales y nacionales	Rubén Lara				50,00%	2,00	1,00			
		ACCIONES COMUNES	Acciones comunes	Desarrollar al menos 3 actividades que den soporte a la gestión de promoción en los diferentes mercados	Apoyar logísticamente a la actividad de promoción nacional e internacional					100,00%	2,00	2,00			73,33%

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT	METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	44% ENE-ABR			60%	ABRIL		
					Rubén Lara	Adelantado en MAR (1) Adquisición de Merchandising y/o Material Promocional			20,00%	5,00	1,00		Reportado en el mes de marzo, como adelanto		
						Arrastre: Envío de material promoional a mercados internacionales		1,00	100,00%	1,00	1,00	Envío de Material Promocional a México por la participación que se tendrá en Mayo de la Caravana Copa Vacaciones 2017 en las ciudades de Guadalajara, Monterrey, Puebla, CD México y Villahermosa			
	MARCA CIUDAD	Marca Ciudad de Quito	1. Posicionamiento y asociación de ideas a Quito como un todo 2. En la mente del consumidor nacional y por mercados internacionales 3. Entre los operadores turísticos, especialmente TTOO (turoperadores). 4. Entre la población local	Desarrollo de la marca y posicionamiento turístico de Quito	Dir. Mercadeo y Dir. Comercialización	Definir metas	1,00		0,00%	1,00	-	0,00%	0,00%		
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano MERCADEO	Gestión 100%								-	-			