

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:		MERCADEO		PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT	METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	91%	ENE-DIC		31%	DICIEMBRE		
														DIC					
MERCADEO del destino Quito a nivel nacional e internacional		PROMOCIÓN INTERNACIONAL		Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	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			Se realizaron viajes de prensa dirigidos al mercado Estados Unidos, los medios fueron: Vogue, Daily News NY, Travel & Leisure, National Geographic	100,00%
							Adicional					1,00	450,00%	2,00	9,00				
													100,00%	1,00	1,00				
							Webinars de destino Norteamérica		2,00	1,00	100,00%	3,00	3,00	50,00%	Se realizó un webinar dirigido al mercado Canadiense, como adelanto en el mes de noviembre. El último webinar ya no fue realizado porque se realizaron otras acciones promociones por autorización de Gerencia General				
											100,00%	2,00	2,00						
											200,00%	2,00	4,00						
											100,00%	1,00	1,00						
							Participar en ferias, workshops, capacitaciones				100,00%	1,00	1,00						
							Participación en Conferencia USTOA		1,00	1,00	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Verónica Sevilla participó en el Evento USTOA realizado en Hollywood Florida.				
							Realizar acuerdos para promoción en mercado Norteamérica				100,00%	1,00	1,00						
		Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España y UK) y resto del mundo	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					200,00%	1,00	2,00				95,00%			

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:		MERCADERO							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	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	91%	ENE-DIC	31%	DICIEMBRE	
						Dir. Mercadeo	Adicional		3,00	325,00%	4,00	13,00	Viaje de prensa de Harald Schmid del medio German Radio (AL), de Ramon Schack del medio RDN/ Madsack (AL) y Ronya Galka del medio The Hedonist (UK)	
										100,00%	3,00	3,00		
										100,00%	2,00	2,00		
										100,00%	1,00	1,00		
							Webinars de destino Europa	3,00		100,00%	3,00	3,00	La ejecución de estas actividades ya fueron reportadas en meses anteriores	
										50,00%	4,00	2,00	Estas actividades no se realizaron debido a la autorización de Gerencia General para realizar otras actividades promocionales prioritarias con el presupuesto destinado para campañas cooperadas en Europa razón por la que no se ejecutaron durante el 2017	
										100,00%	1,00	1,00		
										100,00%	1,00	1,00		
										100,00%	5,00	5,00		
										100,00%	1,00	1,00		
		Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	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					100,00%	1,00	1,00		83,33%
							Adicional		1,00	220,00%	5,00	11,00	Viaje de prensa de Veronica Mambrini de la revista GO OUTSIDE (BR)	

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:		MERCADERO							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	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	91%	ENE-DIC	31%	DICIEMBRE	
						Dir. Mercadeo / Oscar López				100,00%	1,00	1,00		Webinar realizado para el mercado Colombiano, en el mes de Diciembre. (Los otros 2 webinars de sudamérica ya fueron reportados en meses anteriores)
							Realizado como adelanto en AGO (1)	3,00	1,00	100,00%	3,00	3,00	33,33%	
							Webinars de destino Sudamérica			50,00%	2,00	1,00		
										100,00%	1,00	1,00		
										100,00%	3,00	3,00		
										100,00%	1,00	1,00		
	PROMOCION NACIONAL (MC - (en mercadeo): PROMOCION DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS)	Acciones promocionales en el Mercado Nacional	Promoción de la ciudad en otros medios	Desarrollo de al menos una campaña publicitaria	Realizar campañas publicitarias para cumplimiento de acuerdos comerciales	Carla Cárdenas	Adicional		1,00	150,00%	2,00	3,00		75,00%
					Promocionar la ciudad en al menos en dos eventos relevantes a nivel local y nacional	Rubén Lara	Presencia de Marca	1,00		50,00%	2,00	1,00	0,00%	La segunda actividad no se realizó debido a ajuste presupuestario para el tema de Judicatura
										100,00%	2,00	2,00		73,33%
										20,00%	5,00	1,00	0,00%	Estas actividades no se realizaron debido a ajuste presupuestario para el tema de Judicatura
	ACCIONES COMUNES	Acciones comunes	Acciones comunes a los mercados	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	Rubén Lara								
							Adquisición de Merchandising y/o Material Promocional	2,00						

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT: MERCADEO										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	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	91%	ENE-DIC		DIC	DICIEMBRE	
										100,00%	1,00	1,00			
	MARCA CIUDAD	Marca Ciudad de Quito	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. Comunicación	Coordinación entre Mercadeo y Comunicación	-		100,00%	1,00	1,00		Se contrató a la empresa Stargroup para realizar un estudio de mercado para identificar las principales ventajas competitivas de la ciudad de acuerdo a lo estipulado en el Plan Estratégico al 2021. .	100,00%
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano MERCADEO	Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	Gestión 100%							-	-			

Responsable: Director de Mercadeo
DENNIS SWANBERG