

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	Técnico Responsable	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	47% ENE-JUN			78%	JUNIO		
Gestión de COMUNICACIÓN (MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DISJUNTIAS A	COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	Comunicación de acciones y sobre el destino a Nivel nacional	Comunicar a Nivel nacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la tractividad de Quito a nivel nacional.	Isabel Oñate				25,00%	4,00	1,00			53,33%	
				Isabel Oñate	Entrevistas en cuanto al tema experimental de la ciudad	5	5,00	83,33%	60,00	50,00	100,00%	Temas WTA - cúpulas			
				Isabel Oñate	Envío de Newsletter a bases	1	1,00	50,00%	12,00	6,00	100,00%	Temas: 10 motivos para vivir el Verano Quiteño - Visitors Center - WTA			
				Isabel Oñate	Generación de boletines	5	5,00	55,00%	60,00	33,00	100,00%	Quito participará en la principal vitrina turística Latinoamericana en Londres; Líderes del turismo de reuniones del mundo se reunirán en Quito; Votación por Quito en los Oscar del Turismo entra en recta final; 80 agentes de viaje argentinos son capacitados sobre el destino Quito; Cambios en la movilidad por construcción del Metro, Quito celebrará el Inti Raymi con diversos eventos culturales; Captur organiza el concurso de fotografía "Vive Quito, vive Pichincha"			
		Comunicación de acciones y sobre el destino a nivel Internacional	Comunicar a nivel Internacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la tractividad de Quito a nivel internacional.	Soledad Cevallos				33,33%	3,00	1,00			38,89%	
					Soledad Cevallos				33,33%	3,00	1,00				
					Soledad Cevallos	Newsletter Internacional	1	1,00	50,00%	12,00	6,00	100,00%	Fiesta de la Luz, Bird Watching, VAQ		
		COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Comunicación sobre gestión Institucional - Nacional	Informar sobre gestión Institucional - Nacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la gestión de Quito Turismo a nivel nacional.	Isabel Oñate	Entrevistas en tornos al tema institucional	2	2,00	145,83%	24,00	35,00	100,00%	WTA	37,50%
						Isabel Oñate	Generación de boletines basados en tema institucional	3	3,00	61,11%	36,00	22,00	100,00%	WTA	
						Soledad Cevallos	Compra de insumos fotograficos	1	-	0,00%	1,00	-	0,00%	No se ha iniciado el proceso	
	Soledad Cevallos								0,00%	1,00	-				
	Isabel Oñate					Quitosfera - periodico institucional	1	1,00	50,00%	12,00	6,00	100,00%	periódico mensual		
	Pedro Buitrón					Guía Multimedia	1	-	0,00%	1,00	-	0,00%	No contamos con el presupuesto por tema Judicatura		
	Soledad Cevallos					Taducción de textos	3	6,00	88,89%	36,00	32,00	100,00%	textos para connections, TMLA, Routes		
				Implementar al menos 5 acciones promocionales de inbound marketing	Soledad Cevallos	Arrastre MAY (1) Campañas digitales en OTAS (Online Travel Agencies)	1	-	0,00%	4,00	-	0,00%	Se realiza la reforma para cumplimiento de metas urgentes web		
					Soledad Cevallos	Campañas digitales orgánicas y/o pagadas en redes sociales / Medios Digitales	1	-	7,14%	7,00	0,50	0,00%	Se realiza la reforma para cumplimiento de metas urgentes web		
					Área de Sistemas				75,00%	2,00	1,50				

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	Técnico Responsable	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	47% ENE-JUN			78%	JUNIO	
INSTITUCIONALES PROFUNDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL)	PROMOCIÓN DIGITAL	Acciones de Inbound Marketing	Acciones de Inbound Marketing		Soledad Cevallos	Desarrollo de contenidos para Web, Redes Sociales y/o campañas digitales en base al perfil del buyer persona de Quito	1	1,00	45,83%	12,00	5,50	100,00%	Se utiliza el presupuesto para solventar Vallas	48,38%
					Soledad Cevallos	Envío de correo electrónico a mercados estratégicos	1	1,00	50,00%	12,00	6,00	100,00%	Encío de Información con Agencia de Representaicón	
					Soledad Cevallos	Manejo de Twitter institucional. Crecimiento de 50 seguidores mensuales	50	92,00	76,50%	600,00	459,00	100,00%	Total: 4050	
					Soledad Cevallos	Tasa de interacción	2,0%	2,5%	51,25%	0,24	0,12	100,00%		
					Soledad Cevallos	Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de 800 seguidores	800	304,00	46,14%	9.600,00	4.429,00	38,00%	TOTAL: 118124	
					Soledad Cevallos	Manejo de Twitter Promocional Inglés. Crecimiento de 30 seguidore organicos mensuales	30	-	12,22%	360,00	44,00	0,00%	11000	
					Soledad Cevallos	Tasa de interacción	1,8%	2,3%	48,61%	0,22	0,11	100,00%		
					Soledad Cevallos	Manejo de Facebook Promocional Inglés	50	56,00	29,83%	600,00	179,00	100,00%	TOTAL: 3824	
					Soledad Cevallos	Engagement	4,0%	4,2%	46,88%	0,48	0,23	100,00%		
					Soledad Cevallos	Manejo de Facebook Promocional Español	300	454,00	88,08%	3.600,00	3.171,00	100,00%	TOTAL: 126289	
					Soledad Cevallos	Engagement	8,0%	8,1%	50,73%	0,96	0,49	100,00%		
					Soledad Cevallos	Manejo orgánico de Instagram	1000	800,00	53,33%	12.000,00	6.400,00	80,00%	TOTAL: 33600	
					Pedro Buitrón	Fotografías	10	20,00	87,50%	120,00	105,00	100,00%	EXMA	
					Pedro Buitrón	Artes promocionales	20	20,00	53,33%	240,00	128,00	100,00%	WTA	
	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	Dir. Mercadeo y Dir. Comunicación	1,00	100,00%	1,00	1,00			100,00%		
ACCIONES COMUNES		Acciones comunes	Acciones comunes						-	-				
Talento Humano	Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	Gestión 100%						-	-				