

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	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	60% ENE-JUN				63%	JUNIO
MERCADERO 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		53,33%	
							Adelanto de DIC: Press Trip Eagle Creek		1,00	100,00%	2,00	2,00	Adelanto: Viaje de prensa Eagle Creek, marca de ropa de aventura que viajó a Quito y Amazonía para realizar su producción fotográfica de su siguiente catálogo		
							Evento de Promoción Turística (BTL) Norteamérica	1,00	-	0,00%	1,00	-	0,00%		Esta acción no se realizó ya que Gerencia pidió utilizar el presupuesto para Feria TMLA en Septiembre 2017
										33,33%	3,00	1,00			
										50,00%	2,00	1,00			
							Campaña Cooperada Norteamérica	1,00	-	50,00%	2,00	1,00	0,00%		Arrastre, se está analizando la opción para realizar Cooperado en México
										100,00%	1,00	1,00			
										100,00%	1,00	1,00			
										0,00%	3,00	-			
										0,00%	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		66,00%	
							Adelanto de JUL: Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Europa		1,00	50,00%	4,00	2,00	Se realizó el viaje de prensa de Galo Martín y Daniel Martorell , periodistas españoles representantes de la guía ANAYA TOURING quienes realizaron un viaje completo en todo el Ecuador , para esto se contó con el apoyo de Pure Ecuador, Fundación Turismo Cuenca y la Prefectura del Guayas		
							Evento de Promoción Turística (BTL) Europa	1,00	1,00	100,00%	3,00	3,00	100,00%		Se realizó un evento de presentación de destino Quito en el marco de Experience Latin America, se contó con la participación de representantes de la industria turística y medios de comunicación de Londres

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	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	60% ENE-JUN			63%	JUNIO			
						Dir. Mercadeo				100,00%	2,00	2,00			Se realizó una campaña digital de incentivo de votación para Quito en los World Travel Awards		
							Campaña Digital Europa	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%				
										0,00%	3,00	-					
										50,00%	4,00	2,00					
										100,00%	1,00	1,00					
									0,00%	1,00	-						
					Participar en ferías, workshops, capacitaciones		1,00	1,00	60,00%	5,00	3,00	100,00%	Quito estuvo presente en Experience Latin America, encuentro empresarial que reúne a los operadores turísticos del Reino Unido interesados en Latinamerica. El evento se desarrolló del 12 al 14 de junio en la ciudad de Londres y la representante e Quito Turismo fue Verónica Sevilla				
		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	Dir. Mercadeo / Oscar López				100,00%	1,00	1,00					
							Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Sudamérica	1,00		40,00%	5,00	2,00	0,00%	ARRASTRE al segundo semestre debido a que el listado de medios de prensa invitados para viajes de familiarización fueron aprobados por Gerencia General en el mes de junio			
										100,00%	1,00	1,00					
								0,00%	3,00	-							
Arrastre de MAY (1) Campaña Cooperada Sudamérica	1,00						-	0,00%	3,00	-							

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	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	60%			JUN	63%	JUNIO	
										ENE-JUN						
					Participar en ferias, workshops, capacitaciones					100,00%	1,00	1,00			Se realizó un ciclo de capacitaciones de destino al trade turístico de las ciudades de Rosario y Buenos Aires (Argentina) con el soporte del tour operador local Grayline Ecuador del 12 al 16 de junio	
							Capacitaciones Sudamérica	1,00	1,00	33,33%	3,00	1,00	100,00%			
										100,00%	1,00	1,00				
										0,00%	2,00	-				
	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	Activación de Campaña WTA 2017	1,00	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Activación de Campaña WTA, captación de votos en empresas públicas y privadas, activación de campaña en redes sociales. Empresa adjudicada Agencrea Cia. Ltda.	50,00%	
				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	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				100,00%	2,00	2,00		73,33%		
										20,00%	5,00	1,00				
										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				100,00%	1,00	1,00		100,00%		
	PROMOCIÓN DIGITAL	Acciones de Inbound Marketing	Acciones de Inbound Marketing	Implementar al menos 5 acciones promocionales de inbound marketing		David Taylor				0,00%	3,00	-		0,00%		
						Soledad Cevallos	Campañas digitales orgánicas y/o pagadas en redes sociales / Medios Digitales	1		0,00%	7,00	-	0,00%			
						Área de Sistemas				0,00%	2,00	-				

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	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	60% ENE-JUN			63%	JUNIO	
										JUN					
					Coordinar las acciones promocionales de Inbound Marketing en mercados nacionales e internacionales	Soledad Cevallos	Desarrollo de contenidos para Web, Redes Sociales y/o campañas digitales en base al perfil del buyer persona de Quito	1		0,00%	12,00	-	0,00%		
						Soledad Cevallos	Envío de correo electrónico a mercados estrategicos	1		0,00%	12,00	-	0,00%		
						Soledad Cevallos	Manejo de Twitter institucional. Crecimiento de 50 seguidores mensuales	50		0,00%	600,00	-	0,00%		
						Soledad Cevallos	Tasa de Interacción	0,02		0,00%	0,24	-	0,00%		
						Soledad Cevallos	Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de 800 seguidores	800		0,00%	9.600,00	-	0,00%		
						David Taylor	Manejo de Twitter Promocional Inglés. Crecimiento de 30 seguidore organicos mensuales	30		0,00%	360,00	-	0,00%		
						David Taylor	Tasa de interacción	0,018		0,00%	0,22	-	0,00%		
						David Taylor	Manejo de Facebook Promocional Inglés	50		0,00%	600,00	-	0,00%		
						David Taylor	Engagement	0,04		0,00%	0,48	-	0,00%		
						Soledad Cevallos	Manejo de Facebook Promocional Español	300		0,00%	3.600,00	-	0,00%		
						Soledad Cevallos	Engagement	0,08		0,00%	0,96	-	0,00%		
						Soledad Cevallos	Manejo orgánico de Instagram	1000		0,00%	12.000,00	-	0,00%		
						Pedro Buitrón	Fotografías	10		0,00%	120,00	-	0,00%		
						Pedro Buitrón	Artes promocionales	20		0,00%	240,00	-	0,00%		
Talento Humano	Gestión del Talento Humano MERCADEO	Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	Gestión 100%							-	-				