

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	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	17% ENE-MAR			MAR	MARZO		
											92%			
Gestión de COMUNICACIÓN (MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL)	COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	Comunicación de acciones y sobre el destino a Nivel nacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la tractividad de Quito a nivel nacional.	Isabel Oñate				0,00%	4,00	-			103,33%	
				Isabel Oñate	Entrevistas en cuanto al tema experimental de la ciudad	5	3,00	48,33%	60,00	29,00	60,00%	WTA, Quito como la ciudad con mejor calidad de vida, Quito se promociona en Alemania		
				Isabel Oñate	Envio de Newsletter a bases	1	1,00	25,00%	12,00	3,00	100,00%	Temas: Semana Santa, WTA, Reconocimiento aeropuerto		
				Isabel Oñate	Generación de boletines	5	5,00	30,00%	60,00	18,00	100,00%	Quito destaca entre las ciudades con mejor calidad de vida, Quito busca su quinto 'Óscar del Turismo', Quito se promocionará en importante feria de turismo en Alemania, Distintivo Q impulsa la gestión de los establecimientos turísticos del DMQ y Construcción de Nuevo Centro de Convenciones ultima aprobaciones.		
		Comunicación de acciones y sobre el destino a nivel Internacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la tractividad de Quito a nivel internacional.	Soledad Cevallos				0,00%	3,00	-				25,00%
				Soledad Cevallos				0,00%	3,00	-				
				Soledad Cevallos	Newsletter Internacional	1	1,00	25,00%	12,00	3,00	100,00%	Temas: Verónica Sevilla, Casa del Alabado, Routes Americas 2018		
	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Comunicación 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	10,00	70,83%	24,00	17,00	100,00%		176,39%	
				Isabel Oñate	Generación de boletines basados en tema institucional	3	3,00	30,56%	36,00	11,00	100,00%	Nuevo Centro de Convenciones, Distintivo Q		
				David Taylor				0,00%	1,00	-				
				Soledad Cevallos				0,00%	1,00	-				
				Isabel Oñate	Quitosfera - periodico institucional	1	1,00	25,00%	12,00	3,00	100,00%			
				Pedro Buitrón				0,00%	1,00	-				
				David Taylor	Taducción de textos	3	8,00	50,00%	36,00	18,00	100,00%	Varios textos como boletines, institucionales, temas MICE, Temas promoción		
				Pedro Buitrón				0,00%	3,00	-				
	PROMOCIÓN DIGITAL	Acciones de Inbound Marketing		David Taylor				0,00%	3,00	-			20,67%	
				Soledad Cevallos				0,00%	7,00	-				
				Área de Sistemas				0,00%	2,00	-				
				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	25,00%	12,00	3,00	100,00%			
				Soledad Cevallos	Envio de correo electrónico a mercados estrategicos	1	1,00	25,00%	12,00	3,00	100,00%			

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	Técnico Responsable	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	17% ENE-MAR			MAR	MARZO		
								92%						
			Implementar al menos 5 acciones promocionales de inbound marketing	Soledad Cevallos	Manejo de Twitter institucional. Crecimiento de 50 seguidores mensuales	50	90,00	30,17%	600,00	181,00	180,00%	TOTAL: 3799		
				Soledad Cevallos	Tasa de interacción	2,0%	2,0%	24,17%	0,24	0,06	100,00%			
				Soledad Cevallos	Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de 800 seguidores	800	713,00	29,20%	9.600,00	2.803,00	89,13%	TOTAL: 116498		
				David Taylor	Manejo de Twitter Promocional Inglés. Crecimiento de 30 seguidore organicos mensuales	30	-	12,22%	360,00	44,00	0,00%	TOTAL: 11341		
				David Taylor	Tasa de interacción	1,8%	1,3%	23,61%	0,22	0,05	72,22%			
				David Taylor	Manejo de Facebook Promocional Inglés	50	10,00	10,83%	600,00	65,00	20,00%	TOTAL: 3710		
				David Taylor	Engagement	4,0%	4,5%	24,58%	0,48	0,12	100,00%			
				Soledad Cevallos	Manejo de Facebook Promocional Español	300	497,00	27,06%	3.600,00	974,00	100,00%	TOTAL: 124092		
				Soledad Cevallos	Engagement	8,0%	8,3%	25,31%	0,96	0,24	100,00%			
				Soledad Cevallos	Manejo orgánico de Instagram	1000	2.000,00	32,50%	12.000,00	3.900,00	100,00%	TOTAL: 31100		
				Pedro Buitrón	Fotorgrafías	10	10,00	37,50%	120,00	45,00	100,00%	La Ronda		
				Pedro Buitrón	Artes promocionales	20	23,00	24,17%	240,00	58,00	100,00%	Semana Santa, WTA,		
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	Dirección de Comercialización y Alianzas Estratégicas	Arrastre de acuerdo a necesidades empresariales se definirá la pertinencia de estas metas				-	-		#DIV/0!			
ACCIONES COMUNES	Acciones comunes							-	-					
Talento Humano	Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Gestión 100%							-	-				