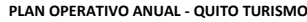


PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

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	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	38%	ENE-MAR	92%	MARZO		
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	Arrastre de FEB Definición de Metas Mercado Norteamérica		1,00	100,00%	1,00	1,00	Definición de metas para el mercado Norteamérica una vez que se trabajó el cronograma con la Oficina de Reresentación Newlink, Dirección y Jefatura de Mercadeo	27,78%	
								0,00%	3,00	-				
								0,00%	1,00	-				
								0,00%	3,00	-				
				Membresías y Asociaciones Norteamérica (USTOA)		1,00	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Afilación de Quito Turismo a USTOA (Asociación de Tour Operadores de Usa)		
								0,00%	1,00	-				
				Definición de agenda de ciclo de capacitaciones y/u otras ferias mercado Norteamérica		1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Las agendas tanto de ferias como de capacitaciones fueron definidas, las mismas se presentaron a Gerencia General para aprobación		
								0,00%	1,00	-				
								0,00%	1,00	-				
				Realizar acuerdos para promoción en mercado Norteamérica										
	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	Gabriela Torres	Arrastre de FEB Definición de Metas Mercado Europa		1,00	200,00%	1,00	2,00	Definición de metas para el mercado Europa una vez que se trabajó el cronograma con la Oficina de Reresentación Newlink, Dirección y Jefatura de Mercadeo	39,63%		
							0,00%	5,00	-					
			Evento de Promoción Turística (BTL) Europa		2,00	2,00	66,67%	3,00	2,00	100,00%	Se han realizado dos eventos BTL en el mercado europeo, 1 en España en el marco de FITUR (enero) con la Confederación de Agencias de Viajes y 1 en Berlín que fue un show gastronómico para prensa en el marco de ITB (marzo)			
			Membresías y Asociaciones Europa (LATA)		1,00	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Se ha realizó la renovación de la membresía de Quito en LATA "Latin America Travel Association" de UK			
							0,00%	1,00	-					
							0,00%	3,00	-					
							0,00%	4,00	-					
			Definición de agenda de ciclo de capacitaciones y/u otras ferias mercado Europa		1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Las agendas tanto de ferias como de capacitaciones fueron definidas, las mismas se presentaron a Gerencia General para aprobación			

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	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	38%	ENE-MAR	92%	MARZO			
													MAR		
				Participar en ferias, workshops, capacitaciones		Participación en Feria ITB	1,00	1,00	40,00%	5,00	2,00	100,00%	Quiro Turismo participó como co-expositor de Ecuador en la feria de turismo ITB realizada en Berlín del 8 al 12 de marzo, se atendieron a alrededor de 50 citas de trabajo con prensa y trade turístico de Alemania.		
		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	Gabriela Torres / Oscar López	Arrastre de FEB Definición de Metas Mercado Sudamérica		1,00	100,00%	1,00	1,00		Definición de metas para el mercado Sudamérica una vez que se trabajó el cronograma con la Oficina de Reresentación Newlink, Dirección y Jefatura de Mercadeo	52,50%	
						Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Sudamérica	1,00	1,00	20,00%	5,00	1,00	100,00%	Viaje de prensa con 3 medios de Colombia: El Tiempo, La República y Publimetro realizado el pasado mes de enero		
						Evento de Promoción Turística (BTL) Sudamérica	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Quito Turismo realizó una Noche Quiteña con la participación de Juan Fernando Velasco y el grupo Misquilla, se invito a mas de 100 miembros de prensa y operadores turísticos colombianos		
									0,00%	3,00	-				
									0,00%	3,00	-				
				Participar en ferias, workshops, capacitaciones		Definición de agenda de ciclo de capacitaciones y/u otras ferias mercado Sudamérica	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Las agendas tanto de ferias como de capacitaciones fueron definidas, las mismas se presentaron a Gerencia General para aprobación		
						Participación en Feria ANATO	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Quito Turismo participó en la Feria, Vitrina Turística Anato. Se participó con 5 co expositores: Milad del Mundo, Turismo para Cuenca, Quindetour, Gogalapagos, Tortuga Bay		
				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	Rubén Lara	Contratación de operación turística	2,00	2,00	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se contrataron dos operadores de turismo para servicio de operación turística de viajes de familiarización y prensa a la ciudad de Quito.	38,89%	
						Adelanto: Adquisición de Merchandising y/o Material Promocional		1,00	16,67%	6,00	1,00		Por necesidad institucional se realizó la contratación de dispositivos de almacenamiento para promoción turística, por lo que se adelantó esta actividad planificada para abril		
						Envío de material promoional a mercados internacionales	1,00	-	0,00%	1,00	-	0,00%	Se entregó la certificación presupuestaria a la Jefatura Administrativa, al momento el proceso está en trámite de adjudicación con Correos del Ecuador, en cuanto se firme el contrato, coordinaremos el envío con dicha jefatura		

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	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	38%	ENE-MAR	92%	MAR	MARZO		
	PROMOCIÓN DIGITAL	Acciones de Inbound Marketing	Implementar al menos 5 acciones promocionales de inbound marketing	Coordinar las acciones promocionales de Inbound Marketing en mercados nacionales e internacionales	Área Mercadeo					-	-			0,00%	
					David Taylor				0,00%	3,00	-				
					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		0,00%	12,00	-	0,00%			
					Soledad Cevallos	Envío de correo electrónico a mercados estratégicos	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 seguidores 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 Bultrón	Fotografías	10		0,00%	120,00	-	0,00%			
					Pedro Bultrón	Artes promocionales	20		0,00%	240,00	-	0,00%			
	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	Dirección de Comercialización y Alianzas Estratégicas				0,00%	1,00	-			0,00%	
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano MERCADEO	Gestión 100%							-	-				