

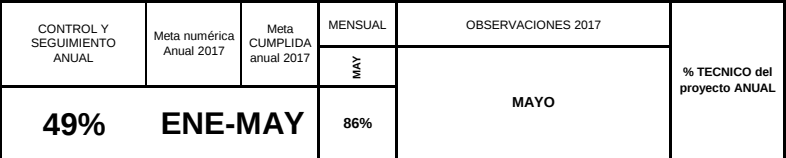
METAS INTERMEDIAS

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	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	49% ENE-MAY			MAY	MAYO		
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				100,00%	1,00	1,00		Se realizó un viaje de familiarización para USA: ACIS Travel, Canadá: Goway Travel y México: Megatravel del 17 al 21 de Mayo. Los 3 participaron de Feriatur el viernes 19 de mayo. Se realizó un viaje de familiarización para Brock Tours & Travel (US)	46,67%	
						Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Norteamérica	1,00	1,00	33,33%	3,00	1,00	100,00%			
									0,00%	1,00	-				
									33,33%	3,00	1,00				
									50,00%	2,00	1,00				
									50,00%	2,00	1,00				
									100,00%	1,00	1,00				
						Capacitaciones Norteamérica	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%			Participación en Caravana Turística Copa Vacaciones 2017, del 21 al 27 de Mayo. Evento organizado por Copa Airlines en el cual se capacitaron aproximadamente 320 agentes de viaje en las ciudades de Guadalajara, Monterrey, Puebla, Cd. México y Villahermosa
									0,00%	3,00	-				
									0,00%	1,00	-				
		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		Se realizó un viaje de familiarización del 17 al 21 mayo para Europa con la participación de: Erlebe Fernhereisen (AL), Logitravel (ES), Llama Travel (UK), Select Latin America (UK) en el marco del mes de Quito. Se realizó un viaje de familiarización para Europa con la participación de: Erlebe Fernhereisen (AL), Logitravel (ES), Llama Travel (UK), Select Latin America (UK) en el marco del mes de Quito.			47,67%
					Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Europa	1,00	1,00	20,00%	5,00	1,00	100,00%				
								66,67%	3,00	2,00					
					Arrastre de ABR (1) Membresías y Asociaciones Europa OMT)		1,00	100,00%	2,00	2,00					

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT	METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	49% ENE-MAY			86%	MAYO	proyecto ANUAL		
					Dir. Mercadeo				0,00%	1,00	-		Se realizó una campaña cooperada promocional con el operador turístico español LOGITRAVEL que incluyó acciones de promoción enfocadas al trade turístico y al consumidor final			
									0,00%	3,00	-					
						Campaña Cooperada Europa	1,00	1,00	50,00%	4,00	2,00	100,00%				
									100,00%	1,00	1,00					
				Participar en ferias, workshops, capacitaciones				0,00%	1,00	-						
								40,00%	5,00	2,00						
				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		Se realizó un viaje de familiarización del 17 al 21 mayo para Sudamérica con la participación de: Eurovips (AR), Agaxtur (BR) y Aviatur (CO) en el marco del soporte de Quito Turismo a la iniciativa privada Ecoriatur	48,89%
								Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Sudamérica	1,00	1,00	40,00%	5,00	2,00	100,00%		
											100,00%	1,00	1,00			
											0,00%	3,00	-			
		Campaña Cooperada Sudamérica	1,00					-	0,00%	3,00	-	0,00%	Arrastre. Se analizó la oportunidad de hacer un cooperado en Brasil, sin embargo, la directriz del área sugirió revisar nuevas oportunidades por tanto la oficina de PR recomienda hacer la campaña para el segundo semestre del año.			
		Participar en ferias, workshops, capacitaciones								100,00%	1,00	1,00				
						0,00%	3,00	-								
						100,00%	1,00	1,00								

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	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	49% ENE-MAY			MAY	MAYO		
									86%						
				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				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	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	Conceptualización de nueva imagen	1,00	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%		50,00%	
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano MERCADEO	Gestión 100%							-	-				