

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:		MERCADERO							CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017	% TECNICO del proyecto ANUAL
												NOV		
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	86%	ENE-NOV	80%	NOVIEMBRE	
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		93,33%
							Realizado como adelanto en AGO (1) Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Norteamérica	1,00	1,00	400,00%	2,00	8,00	100,00%	
										100,00%	1,00	1,00		
							Adelanto webinar Canadá		1,00	66,67%	3,00	2,00	Se realizó webinar en Canadá en el mes de noviembre	
										100,00%	2,00	2,00		
										200,00%	2,00	4,00		
										100,00%	1,00	1,00		
										100,00%	1,00	1,00		
										66,67%	3,00	2,00		
										100,00%	1,00	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		95,00%

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:		MERCADERO										NOV	NOVIEMBRE			
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	86%	ENE-NOV	80%				
						Dir. Mercadeo	Realizado como adelanto en AGO (3) Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Europa	1,00	2,00	250,00%	4,00	10,00	100,00%	Viaje de Prensa de Eliot Stein de Conde Nast (Alemania y de Courtney Magg Jones de la Revista Good Things de Reino Unido		
											100,00%	3,00	3,00			
											100,00%	2,00	2,00			
											100,00%	1,00	1,00			
								Adelanto: Webinar de destino Reino Unido / España		2,00	100,00%	3,00	3,00		El 26 de septiembre y el 29 de noviembre se realizaron los webinars de destino para el mercado de España y Reino Unido	
											50,00%	4,00	2,00			
											100,00%	1,00	1,00			
								Realizado como adelanto en AGO (1) Capacitaciones Europa	1,00		100,00%	1,00	1,00	REALIZADO	Realizado en AGO	
						Participar en ferias, workshops, capacitaciones	Participación en Feria WTM	1,00	1,00	100,00%	5,00	5,00	100,00%	Participación en WTM en Londres-Reino Unido el pasado 6,7,8 de noviembre, Quito Turismo a través de la representación de Ma. Belén Pacheco, Coordinadora de Mercadeo y Carmen Elena Huras, Directora de Desarrollo, atendieron a medios e industria turística del mercado británico.		
		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						100,00%	1,00	1,00			79,63%
											200,00%	5,00	10,00			

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:		MERCADERO		TURISMO		ANUAL		ANUAL 2017		NOV		NOVIEMBRE		% TECNICO del proyecto ANUAL	
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	86%	ENE-NOV	80%			
						Dir. Mercadeo / Oscar López				100,00%	1,00	1,00			
							Adelanto: Webinar de destino Brasil		1,00	66,67%	3,00	2,00			El 29 de noviembre se realizó el webinar de destino para el mercado de Brasil
										50,00%	2,00	1,00			
					Participar en ferias, workshops, capacitaciones					100,00%	1,00	1,00			
										100,00%	3,00	3,00			
										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	Campaña publicitaria Texturas y Colores	1,00	1,00	100,00%	2,00	2,00	100,00%	En el mes de noviembre se realizó la contratación de una campaña publicitaria para la promoción de 4 proyectos institucionales: Autos Clásicos, Texturas y Colores, Plataforma Digital y Distintivo Q.	75,00%
			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		Por falta de presupuesto no se pudo contratar merchandising y/o material promocional	73,33%
Adquisición de Merchandising y/o Material Promocional							1,00	-	20,00%	5,00	1,00	0,00%			
									100,00%	1,00	1,00				

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:		MERCADERO							CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017	% TECNICO del proyecto ANUAL
												NOV		
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	86%	ENE-NOV	80%	NOVIEMBRE	
	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	Coordinación entre Mercadeo y Comunicación	-		100,00%	1,00	1,00		100,00%
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano MERCADERO	Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	Gestión 100%							-	-		

Responsable: Director de Mercadeo
DENNIS SWANBERG