

METAS INTERMEDIAS

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	SEP	Meta mensual	Meta numérica mensual	Avance Mensual	75% ENE-SEP			100%		SEPTIEMBRE
											sub					
MERCADO 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			
							Apoyo: Viaje de Prensa Foot Print				250,00%	2,00	5,00		APOYO: Se realizó un viaje de 2 días para los editores de Foot Print una guía impresa de Estados Unidos, este contacto se lo realizó en el marco de la TMLA	
							Evento de Premiación WTA			1,00	100,00%	1,00	1,00		Participación de Quito en la Ceremonia de premiación WTA 2017 donde Quito obtuvo 2 galardones	
											33,33%	3,00	1,00			
											100,00%	2,00	2,00			
							Adelanto: Cooperado ASTA			1,00	150,00%	2,00	3,00		Cooperado con asociación ASTA, tendremos una publicidad durante todo el año en su guía de destinos mundial	
											100,00%	1,00	1,00			
											100,00%	1,00	1,00			
							Participación en Feria TMLA	1,00	1,00	1,00	33,33%	3,00	1,00	100,00%	Participamos en TMLA en la ciudad de Guayaquil, con un stand de 18m2, llevando las experiencias de Quito como helados de paila, centro histórico y naturaleza. Además se cumplió con agenda de citas durante los días 14 y 15 de septiembre.	
							Realizar acuerdos para promoción en mercado Norteamérica				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		86,33%	
							Realizado como adelanto en AGO (3) Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Europa	1,00	1,00	1,00	150,00%	4,00	6,00	100,00%	Estos viajes de prensa se reportaron como adelanto en el mes de Agosto, fueron medios traídos para Fiesta de la Luz: NATGEO UK, WTA, TRAVEL WEEKLY.	



										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	SEP	Meta mensual	Meta numérica mensual	Avance Mensual	75%	ENE-SEP	100%	SEPTIEMBRE			
											SEP						
						Dir. Mercadeo					100,00%	3,00	3,00				
											100,00%	2,00	2,00				
											100,00%	1,00	1,00				
							Adelanto Webinar destino España			1,00	33,33%	3,00	1,00	Se realizo el webinar de destino para el mercado de España, se contó la participación de alrededor de 30 agentes de viajes interesados en Quito			
							Verificar META Campaña Cooperada Europa				50,00%	4,00	2,00	De acuerdo a autorización de Gerencia General se realizan otras actividades promocionales prioritarias con el presupuesto destinado para campañas cooperadas en Europa razón por la que no se podrán ejecutar estas actividades durante el 2017			
											100,00%	1,00	1,00				
											100,00%	1,00	1,00				
											80,00%	5,00	4,00				
							Participar en ferias, workshops, capacitaciones						100,00%	1,00		1,00	
													100,00%	1,00		1,00	
													80,00%	5,00		4,00	
													100,00%	1,00		1,00	
						100,00%			1,00	1,00							
		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		72,22%		
							Realizado como adelanto en AGO (2)	1,00	1,00	2,00	140,00%	5,00	7,00	100,00%		Estos viajes de prensa se reportaron como adelanto en el mes de Agosto, fueron medios traídos para Fiesta de la Luz: EL ESPECTADOR Y NUEVO SIGLO Se realizó un viaje de prensa con el medio FOLHA DE SAO PAULO de Brasil.	
							Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Sudamérica										
											100,00%	1,00	1,00				
								33,33%	3,00	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	SEP	Meta mensual	Meta numérica mensual	Avance Mensual	75% ENE-SEP			100%		SEPTIEMBRE
											SEP					
					Participar en ferias, workshops, capacitaciones	Dir. Mercadeo / Oscar López	Campaña Cooperada Sudamérica	1,00	1,00	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%	De acuerdo a autorización de Gerencia General se realizan otras actividades promocionales prioritarias con el presupuesto destinado para campañas cooperadas en Sudamérica razón por la que no se podrán ejecutar estas actividades durante el 2017	
											100,00%	1,00	1,00			
							Capacitaciones Sudamérica	1,00	1,00	1,00	66,67%	3,00	2,00	100,00%	Ciclo de capacitaciones Colombia, se asistió con 2 TTOO ecuatorianos quienes llevaron oferta especializada para este mercado, se visitaron las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali.	
											100,00%	1,00	1,00			
							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	Promoción de la ciudad en otros medios	Desarrollo de al menos una campaña publicitaria	Realizar campañas publicitarias para cumplimiento de acuerdos comerciales	Carla Cárdenas					50,00%	2,00	1,00			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%
							Verificar META (Adquisición de Merchandising y/o Material Promocional)				20,00%	5,00	1,00		Estos fondos fueron entregados a para un proyecto institucional por lo que ya no se cuenta con los fondos para ejecutar esta actividad	
											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	Coordinación entre Mercadeo y Comunicación	-	-		100,00%	1,00	1,00			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
													SEP	SEPTIEMBRE	
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	SEP	Meta mensual	Meta numérica mensual	Avance Mensual	75%	ENE-SEP	100%		
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano MERCADEO	Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	Gestión 100%								-	-		