

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:

MERCADEO



MERCADEO

PROGRAMA QT: MERCADERO										CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
										PERIODO ENE-DIC	PERIODO ENE-ABR			ABR		
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	23,6%	33,38%	ENE-ABR			ABRIL	
MERCADERO	Objetivos del Programa QT	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Oscar López	Arrastre de MAR: Se definiran las metas una vez que se cuente con la contratación	1,00		0,00%		2,00	-			0%
Mercados prioritarios turísticos del DMQ desarrollados	Incrementar en un 25% la participación de los mercados principales de Quito	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)			Participación caravana Copa Vacaciones	1,00		0,00%		4,00	-	0,00%		
MERCADERO del destino Quito a nivel nacional e internacional	Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad		MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO	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	Belén Pacheco					50,00%		2,00	1,00		45%
MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Mejorar la TOH de ciudad ciudad (2018: 52%; 2017: 47%)		MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España y UK) y resto del mundo							40,00%		5,00	2,00		
	LOTAIP: Posicionar a la ciudad de Quito en el mercado nacional y mercados prioritarios internacionales para apoyar en el incremento del turismo receptivo al DMQ						MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Oscar López/ Belén Pacheco	Arrastre de MAR: Se definiran las metas una vez que se cuente con la contratación	1,00		0,00%		2,00
	Meta QT: 3% más respecto del año 2018 = 670,000 turistas no residentes en el DMQ			MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)			Participación en WTM LATAM	1,00		50,00%		4,00	2,00	0,00%	
			PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES	PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES	Marca Ciudad		Coordinador Nacional				25,00%		4,00	1,00		28%
			MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)		Promoción de la ciudad en otros medios	Patricio Banderas	Presentar al Área de Desarrollo al menos 1 opciones de productos novedosos para su respectivo análisis	1,00	3,00	1,67		6,00	10,00	1,00	#####	
				Promoción de la ciudad en otros medios				Presentar al Área de Comunicación, al menos 3 paquetes para difusión para el Feriado (24 de Mayo)	3,00	-	0,41		17,00	7,00	-	Se solicitó a TTOO miembros de Distintivo Q como, Pure, Responsable Trave, Sunny Roads, Slepner realizar paquetes para Feriado de 24 Mayo. Presentarán productos primeros días de mayo, para ser divulgados en Boletín de Prensa de Quito Turismo.
								Presentar un informe para la aprobación de Gerencia General con la información del	1,00	-	-		1,00	-	-	Se presentó en forma verbal a Gerencia General la realización de un evento Eventom Caminata La Pata de Guápulo para realizarlo el último viernes del mes de Mayo o el primer viernes de Junio de 2018
								-	-	-	-		1,00	-	-	-
								-	-	-	-		1,00	-	-	-

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:

MERCADERO



PROGRAMA QT: MERCADEO MERCADEO 										CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
										PERIODO ENE-DIC	PERIODO ENE-ABR			ABR		
										PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	
		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	Apoyar logísticamente a la actividad de promoción internacional	Apoyar logísticamente a la actividad de	Rubén Lara/ Carla Cárdenas						-	-			
			MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y	Impuesto al Valor Agregado IVA	Impuesto al Valor Agregado IVA	Dennis Swanberg						-	-			
		Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	Jefe de Talento Humano						-	-			

Responsable: Director de Mercaderio
DENNIS SWANBERG