

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

MERCADEO

MERCADEO

PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	94,9%	94,88%	ENE-DIC		97%	DICIEMBRE		
MERCADEO	Objetivos del Programa QT	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)														
Mercados prioritarios turísticos del DMQ desarrollados	Incrementar en un 25% la participación de los mercados principales de Quito		MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) (Trimestral)						3,00	120,00%	100,00%	15,00	18,00		Viaje de Familiarización Grupo Expansión MX, Escritora y fotógrafo de las revistas de Aeroméxico / 1 viaje del Medio El Financiero MX	98,44%	
MERCADEO del destino Quito a nivel nacional e internacional	Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad																
MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Mejorar la TOH de ciudad ciudad (2018: 52%; 2017: 47%)									100,00%	100,00%	4,00	4,00				
	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									100,00%	100,00%	1,00	1,00				
	Meta QT: 3% más respecto del año 2018 = 670,000 turistas no residentes en el DMQ			Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Oscar López				100,00%	100,00%	2,00	2,00				
										133,33%	100,00%	3,00	4,00				
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	2,00	87,50%	60,00%	16,00	14,00	100,00%	Se realizó un newsletter y 2 notas de prensa para los 3 mercados: Estados Unidos, Canadá y México del 1 al 20 de diciembre		
										100,00%	100,00%	4,00	4,00				
			MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO							100,00%	100,00%	2,00	2,00			94,27%	
			MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)						1,00	1,00	200,00%	200,00%	8,00	16,00	100,00%	Se realizó el viaje de prensa de la periodista Christiane Fletcher del medio El Berliner Zeitung (BLZ), diario alemán de reconocida importancia en el mercado.	
							ARRASTRE jun (1): Campaña Cooperada Europa	-	1,00	100,00%	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Se realizó una campaña cooperada con la aerolínea Iberia que consistió en un publireportaje de Quito en el blog de viajes: megustavolar.com y love2fly.com. Con un alcance de 40.000 usuarios finales		
										100,00%	100,00%	2,00	2,00				
										66,67%	50,00%	3,00	2,00				
										100,00%	100,00%	3,00	3,00				
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	2,00	118,75%	118,75%	16,00	19,00	100,00%	Se realizó el envío del boletín de prensa al mercado europeo donde se resaltaron temas como: Quito, Destino Pet Friendly, Quito, destino de bodas de ensueño y 10 Razones para visitar Quito en 2019. Se envió una nota de prensa a los mercados europeos sobre Quito, como destino de 18 eventos internacionales en el 2019.		

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

MERCADEO

MERCADEO

PROGRAMA QT:										CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO
MERCADERO										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A DICIEMBRE 2018			%		ACTIVIDAD QT ANUAL
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	94,9%	94,88%	ENE-DIC		97%	DICIEMBRE	
				Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España y UK) y resto del mundo			Ciclo de capacitaciones / presentaciones de destino Europa	3,00	2,00	87,50%	100,00%	8,00	7,00	66,67%	Se realizaron capacitaciones de destino en los siguientes mercados: Capacitaciones Reino Unido (Londres, Manchester y Edimburgo) Capacitaciones de todos los mercados en marco de ELA y WTM Londres	
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) (Trimestral)				Viajes de Familiarización, Prensa Bloggers o TTOO Norteamérica		1,00	120,00%	100,00%	10,00	12,00		Se realizó el viaje de prensa de la periodista Marcia Dos Santos del Revista Brasil Travel News (BR)	95,05%
				Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Carla Cárdenas				133,33%	133,33%	3,00	4,00			
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
										100,00%	100,00%	2,00	2,00			
							arrastre OCT (s) Ciclo de capacitaciones / presentaciones de destino Sudamérica			66,67%	100,00%	3,00	2,00			
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	2,00	93,75%	90,00%	16,00	15,00	100,00%	Se realizó el envío del boletín de prensa al mercado sudamericano donde se resaltaron temas como: Quito, Destino Pet Friendly, Quito, destino de bodas de ensueño y 10 Razones para visitar Quito en 2019. Se envió una nota de prensa a los mercados europeos sobre Quito, como destino que lidera el segmento MICE.	
										100,00%	100,00%	2,00	2,00			
				Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)						100,00%	100,00%	4,00	4,00			
		PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES		Marca Ciudad		Dennis Swanberg	100% material promocional con nueva marca	1,00	1,00	100,00%	100,00%	4,00	4,00	100,00%		91,55%
						Dennis Swanberg	Plataforma Digital Web promedio (visitas)	28.499,00	79.178,00	203,97%	203,97%	227.992,00	465.025,00	100,00%		
							Descargas APP	500,00	38.814,00	5642,38%	5642,38%	4.000,00	225.695,00	100,00%		
										73,97%	73,97%	10.000,00	7.397,00			
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
		PROMOCION EN OTROS														

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

MERCADEO

MERCADEO

PROGRAMA QT:										CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018		Meta CUMPLIDA anual 2018		MENSUAL		OBSERVACIONES 2018		% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
MERCADERO										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A DICIEMBRE 2018					DIC				
MERCADERO										94,9%	94,88%	ENE-DIC				97%	DICIEMBRE			
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT		PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	DIC	Meta mensual	Avance Mensual										
			MEDIOS NACIONALES	MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)	Promoción de la ciudad en otros medios	Acciones promocionales en otros medios en el Mercado Local y Nacional	Rubén Lara				100,00%	100,00%	5,00	5,00						
										100,00%	100,00%	1,00	1,00							
			Fam Trips de nuevas Rutas Turísticas con Tour Operadores Locales (3)							50,00%	50,00%	6,00	3,00		Los fam trips planificados para el segundo semestre de 2018, fueron suspendidos, debido a que la contraparte con quienes los realizaríamos (OPTUR) por problemas logísticos y de disponibilidad de tiempo nos pidieron aplazar hasta una nueva fecha, de la misma manera los fam trips de Jacchigua no fueron efectuados debido a que desde la jefatura de comercialización no se obtuvo una respuesta para poder llevarlos a cabo.					
			Levantamiento de información a través de visitas de trabajo a Tour Operadores					1,00	1,00	100,00%	100,00%	5,00	5,00	100,00%	Seguendo la planificación se realizó visitas y reuniones de trabajo en donde se recabo información de productos que realizan para promocionar la ciudad, y se presentó la oferta que Quito tiene.					
			GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO DE MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ (Específica)	Apoyar logísticamente a la actividad de promoción nacional e internacional	Apoyar logísticamente a la actividad de promoción nacional e internacional	Katia Freire	Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	100,00%	100,00%	8,00	8,00	100,00%	Se realizo la operación turística de los viajes de prensa y fam trip apoyo fundacion CISV; Comisión Indonesia			
				Impuesto al Valor Agregado IVA		Impuesto al Valor Agregado IVA	Dennis Swanberg						-	-						
			Inversión y Gestión del Talento Humano	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADERO	Inversión y Gestión del Talento Humano	Inversión y Gestión del Talento Humano	Jefe de Talento Humano						-	-						

Responsable: Director de Mercadeo
DENNIS SWANBERG