

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
MERCAD E O										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A JULIO 2018			JUL	JULIO	ACTIVIDAD Q7 ANUAL
MERCAD E O										40,4%	81,90%			ENE-JULIO		
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	40,4%	81,90%	ENE-JULIO	69%			
MERCAD E O	Objetivos del Programa QT	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCAD O NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANAD A Y MEXICO)						1,00		100,00%	2,00	2,00		33,02%	
Mercados prioritarios turísticos del DMQ desarrollados	Incrementar en un 25% la participación de los mercados principales de Quito		MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCAD O NORTEAMÉRICA (USA, CANAD Á Y MÉXICO) (Trimestral)													
MERCAD E O del destino Quito a nivel nacional e internacional	Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad							2,00	-		26,67%	15,00	4,00	0,00%	Arrastre: Coordinación de viajes de prensa para la Fiesta de la Luz, 2 personas de USA del medio Travelling Boy	
MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Mejorar la TOH de ciudad ciudad (2018: 52%; 2017: 47%)							1,00	1,00		25,00%	4,00	1,00	100,00%	Se coordinó la campaña Cooperado con Martour, TTOO de Canadá.	
	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			Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Oscar López					0,00%	1,00	-			
	Meta QT: 3% más respecto del año 2018 = 670,000 turistas no residentes en el DMQ							1,00	1,00		50,00%	2,00	1,00	100,00%	Evento realizado en la ciudad de Los Angeles. Se presentó novedades de la ciudad ante industria Turística de Estados Unidos	
								2,00	-		0,00%	3,00	-	0,00%	Arrastre de actividad, se realizarán las afilicaciones en el mes de Agosto.	
								2,00	2,00		12,50%	16,00	2,00	100,00%	Se realizaron Boletín y Nota de prensa para el ercado de Norteamerica	
								1,00	1,00		50,00%	4,00	2,00	100,00%	Se llevó a cabo Capacitaciones de induustria en Canadá y Estados Unidos	
			MERCAD O EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO								100,00%	2,00	2,00		47,92%	
			MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCAD O EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)													
								1,00	-		25,00%	8,00	2,00	0,00%	Arrastre: El viaje del periodista del medio Timeless Travelers se aplazó para el mes de Agosto: Fiesta de la Luz	
											0,00%	3,00	-			
				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	Belén Pacheco		1,00	1,00		50,00%	2,00	1,00	100,00%	Se realizó campaña WTA emailing y articulo en Breaking Travel News	
											33,33%	3,00	1,00			
								1,00	1,00		100,00%	3,00	3,00	100,00%	Se realizó el pago de la Membresia de Argue	
								2,00	2,00		37,50%	16,00	6,00	100,00%	Envío de Boletín y Nota de prensa al Mercado Europeo	
				Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España y UK) y resto del mundo							37,50%	8,00	3,00			

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							
MERCADEO										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A JULIO 2018			JUL	JULIO	ACTIVIDAD Q ^T ANUAL							
MERCADEO										40,4%	81,90%			69%									
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	40,4%	81,90%	ENE-JULIO		69%									
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Carla Cárdenas				20,00%		10,00	2,00			27,50%							
										0,00%		3,00	-										
										0,00%		1,00	-										
										0,00%		2,00	-										
										0,00%		3,00	-										
								Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	2,00	25,00%		16,00	4,00	100,00%		Se envió Boletín y nota de prensa en el mercado Sudamerica						
										100,00%		2,00	2,00										
										75,00%		4,00	3,00										
							PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES	PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)	Marca Ciudad	Acciones promocionales en otros medios en el Mercado Local y Nacional	Dennis Swanberg	Entrega con oficio del manual de marca a hoteles del catastro		1,00	-		50,00%		4,00	2,00	0,00%	Arrastre	52,23%
												Dennis Swanberg	Plataforma Digital Web promedio (visitas)		28.499,00		47.568,00	227.992,00	126.097,00	100,00%	De un mes a otro han aumentado 7.253 nuevos usuarios		
		Descargas APP		500,00	19.380,00	4.000,00			50.055,00		100,00%		Si refleja un crecimiento en las descargas del APP										
		Campaña Verano (Descargas Catálogo)		3.000,00	-	10.000,00			1.480,00		0,00%												
		Rubén Lara							1,00		1,00												
			Campaña de Votación WTA 2018 en Tour Operadores y Entidades Gubernamentales		1,00	1,00			5,00		4,00		100,00%	Dentro del plan de acción de la Campaña de votación WTA 2018, se visito Tour Operadores, Entidades, Centros Comerciales y Universidades con el afán de captar votos para la ciudad.									
									1,00		-												
			Fam Trips de nuevas Rutas Turísticas con Tour Operadores Locales		2,00	1,00			6,00		3,00	50,00%	Se realizaron dos salidas a campo hacia el Noroccidente de Quito, con la participación de Your Operadores, quienes conocieron 2 de las rutas recomendadas por Quito Turismo.										
						20,00%		5,00	1,00														

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	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO
										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A JULIO 2018			JUL	JULIO	ACTIVIDAD QT ANUAL
										40,4%	81,90%			69%		
		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	37,50%		8,00	3,00	100,00%	Se realizó el apoyo en operación turística fam trip Senescyt, fam trip Familia García, fam trip Uribe & Schwarzkopf.	37,50%
				Impuesto al Valor Agregado IVA	Impuesto al Valor Agregado IVA	Dennis Swanberg						-	-			
		PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES	PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)			Patricio Banderas				1,83		6,00	11,00			
				Promoción de la ciudad en otros medios	Promoción de la ciudad en otros medios		Presentar al Área de Comunicación, al menos 3 paquetes para difusión para el Festival del la Luz	3,00	3,00	0,59		17,00	10,00	1,00	Gestión para tours de visita al Centro Histórico en la Fiesta de la Luz a Operadores Quito Citytour & Travel, Pamitours, Despegar.com	51,76%
							-		-	-		1,00	-		-	
							-		-	-		1,00	-		-	
							Gestionar la consecucion de material promocional a ser distribuido en la Feria	1,00	1,00	1,00		1,00	1,00	1,00	La gestion se realiza para la participacion en conjunto del Hotel San José de Puenbo y Quito Turismo con fundas para colocar material promocional	
		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 Mercadeo
DENNIS SWANBERG