

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:

MERCADEO



PROGRAMA QT:						CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018		Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018		% TECNICO																	
MERCADEO		MERCADEO						PERIODO ENE-DIC		ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2018				SEP	ACTIVIDAD QT ANUAL																
PROGRAMA QT		objetivos internos de los programas QT		PROYECTO QT		ACTIVIDAD QT		PRODUCTO QT		METAS DEL PRODUCTO		Responsable		SEP		Meta mensual		Avance Mensual		66,5%		93,54%		ENE-SEP		81%		SEPTIEMBRE			
MERCADEO		Objetivos del Programa QT		PROMOCIÓN INTERNACIONAL		MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)														100,00%		100,00%		2,00		2,00				63,02%	
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)																									
MERCADEO del destino Quito a nivel nacional e internacional		Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad										3,00		3,00		66,67%		80,00%		15,00		10,00		100,00%		Viaje de Hola tv, 3 personas (Editor, presentadora y camarógrafo) vinieron a realizar la filmación en la ciudad de Quito de su programa Destino de Boda)					
MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS		Mejorar la TOH de ciudad ciudad (2018: 52%; 2017: 47%)										1,00		-		25,00%		33,33%		4,00		1,00		0,00%		Arrastre de campaña cooperada, se están recibiendo oportunidades de Campaña con Aerolíneas y TTOO de Norteamérica					
		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								1,00		-									
		Meta QT: 3% más respecto del año 2018 = 670,000 turistas no residentes en el DMQ														100,00%		100,00%		2,00		2,00									
														2,00		133,33%		100,00%		3,00		4,00				Se realizaron las inscripciones de 2 asociaciones importantes de la industria turística ATTA y USTOA					
														2,00		2,00		37,50%		16,00		6,00		100,00%		Se realizaron los envíos de Newsletters y boletines en los mercados de Norteamérica (USA, CAN y MX)					
														1,00		1,00		75,00%		4,00		3,00		100,00%		Quito Turismo estuvo presente en la Feria TMLA 2018 en Buenos Aires, Argentina, del 19 al 21 de Septiembre del 2018					
						MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO										100,00%		100,00%		2,00		2,00						64,84%			
						MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)								1,00		1,00		50,00%		8,00		4,00		100,00%		Se realizó el viaje de familiarización de Caroline Couret de la Red De Turismo Creativo, quien estuvo en Quito con el fin de realizar un levantamiento de la oferta turística de Quito					
								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		33,33%		3,00		1,00		100,00%		Se realizó una campaña cooperada con el operador turístico alemán STUDIUSUS GRUPPEN EINSEN y CRETER TOURS como el operador local en Quito Ecuador, que incluyó actividades promocionales como publicación de					
																50,00%		100,00%		2,00		1,00									
																66,67%		50,00%		3,00		2,00									
																100,00%		100,00%		3,00		3,00									



MERCADEO

PROGRAMA QT:		MERCADO		MERCADO		QUITO		QUITO		CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO
										PERIODO ENE- DIC	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2018			SEP		
												PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT		PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	3,00	68,75%	110,00%	16,00	11,00	100,00%	Se realizó el envío de dos nota de prensa al mercado europeo sobre Quito como ganador de los World Travel Awards y la nominación del destino para la competencia mundial. Se realizó el envío de un boletín de noticias al mercado europeo donde se resaltan temas como: El Jardín Botánico de Quito, La Experiencia del Hotel Iliba y la lejería de la	
				Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España y UK) y resto del mundo			50,00%	100,00%	8,00	4,00						
			MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA (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	Viajes de Familiarización, Prensa Bloggers o TTOO Sudamérica	3,00	-	40,00%	57,14%	10,00	4,00	0,00%	Por agenda de medios se ha decidido programar los viajes de prensa para el mes de octubre	57,86%
							Campaña Cooperada Sudamérica	1,00		0,00%	0,00%	3,00	-	0,00%	Arrastre de campaña cooperada, se están analizando oportunidades de campañas promocionales con Aerolíneas y TTOO de Sudamérica	
										0,00%	0,00%	1,00	-			
							Adelanto enventos		2,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00		Se realizó un Evento BTL en la ciudad de Bogotá, Colombia (Desayun y presentación de destino Quito a Industria turística Colombiana) en conjunto con Airlines a Ecuador. Se realizó un Ciclo de Capacitaciones en sep. 24 y 25 en la ciudad de Bogotá. Colombia. Se realizó una capacitación de destino al mercado sudamericano sobre Quito como ganador de los World Travel Awards y la nominación del destino para la competencia	
							Ciclo de capacitaciones / presentaciones de destino Sudamérica	2,00	2,00	66,67%	100,00%	3,00	2,00	100,00%		
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	3,00	56,25%	90,00%	16,00	9,00	100,00%		
										100,00%	100,00%	2,00	2,00			
							Participación en FIT	1,00	1,00	100,00%	100,00%	4,00	4,00	100,00%	Por solicitud de la Gerencia General se reemplazó la participación en la feria FIT Argentina por la feria EXPO ABAV Brasil, que se llevó a cabo del 26 al 28 de septiembre en la ciudad de Sao Paulo. Quito lideró la	
PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES		Marca Ciudad		Dennis Swanberg	Arrastre JULIO - Entrega con oficio del manual de marca a hoteles del catastro	-	-	50,00%	50,00%	4,00	2,00					
					Dennis Swanberg	Plataforma Digital Web promedio (visitas)	28.499,00	64.728,00	108,09%	108,09%	227.992,00	246.437,00		100,00%		
						Descargas APP	500,00	33.546,00	2869,80%	2869,80%	4.000,00	114.792,00		100,00%		
									73,97%	73,97%	10.000,00	7.397,00				

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:

MERCADEO

MERCADEO



PROGRAMA QT: MERCADEO MERCADEO QUITO TURISMO QUITO										CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO
										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2018			SEP	SEPTIEMBRE	
										PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT		
			NACIONALES (Trimestral)	Promoción de la ciudad en otros medios		Rubén Lara				100,00%	100,00%	5,00	5,00		Se ha promocionado el distintivo Q en las visitas realizadas a tour operadores, de hecho algunas de ellas han tomado contacto con Paulina Tacuri y están dentro del proceso.	
							Campaña Promocional Distintivo Q	1,00	1,00	100,00%	100,00%	1,00	1,00	100,00%		
										50,00%	50,00%	6,00	3,00			
										40,00%	100,00%	5,00	2,00			
		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	62,50%	100,00%	8,00	5,00	100,00%	Se realizó la Operación Turística de la Red de Turismo Creativo, apoyo Fam Trip Congresistas de Estados Unidos y Cena Apoyo Medios Internacionales de USA, Francia, México y Colombia.	62,50%
				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 Mercadeo
DENNIS SWANBERG