



MERCADEO

MERCADERO

PROGRAMA QT:										CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018
MERCADERO										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A AGOSTO 2018			AGO	
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	AGO	Meta mensual	Avance Mensual	51,9%	87,12%	ENE-AGO	94%	AGOSTO	
MERCADERO	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)							100,00%		2,00	2,00		
MERCADERO del destino Quito a nivel nacional e internacional	Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad							2,00	3,00	46,67%		15,00	7,00	100,00%	
MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Mejorar la TOH de ciudad ciudad (2018: 52%; 2017: 47%)							1,00	-	25,00%		4,00	1,00	0,00%	
	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									0,00%		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		1,00	1,00	100,00%		2,00	2,00	100,00%	
														Evento BTL México, Presentación de destino Quito en la Embajada del Ecuador de México	
								2,00	2,00	66,67%		3,00	2,00	100,00%	
														Se realizó la renovación de membresía de estas 2 asociaciones muy importantes de Estados Unidos ATTA y USTOA	
								2,00	2,00	25,00%		16,00	4,00	100,00%	
														Se realizó el envío de Newsletters y Nota de prensa a los mercados Estados Unidos, Canadá y México	
										50,00%		4,00	2,00		
			MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO							100,00%		2,00	2,00		
			MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)												
								1,00	1,00	37,50%		8,00	3,00	100,00%	
										0,00%		3,00	-		
										50,00%		2,00	1,00		
									1,00	66,67%		3,00	2,00		
										100,00%		3,00	3,00		
								2,00	2,00	50,00%		16,00	8,00	100,00%	
														Se realizó el envío del newsletter al mercado europeo (España, Alemania y Reino Unido) con noticias de importancia como: La Celebración de los 40 años de Declaración Patrimonial de la Unesco, Notas de Importancia para Viajar a Quito, y Quito un destino de avistamiento de aves. Se envió una nota de prensa al mercado Europa sobre la Declaratoria del Chocó como Reserva de la Biosfera.	
								1,00	1,00	50,00%		8,00	4,00	100,00%	
														Quito participo en la Feria Especializada de Aves BIRDFAIR desarrollada en la ciudad de Rutland-Reino Unido. En representación de la ciudad estuvo Rubén Lara y el experto de aves Juan Freile quien brindó una Conferencia especializada de Quito ,como Destino de Aves. Se mantuvieron 16 citas de trabajo con	

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				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018
							AGO	Meta mensual	Avance Mensual	PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A AGOSTO 2018			AGO	AGOSTO
										51,9%	87,12%	ENE-AGO		94%	
			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	Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Sudamérica	2,00	2,00		40,00%	10,00	4,00	100,00%	Viajes de prensa del Espectador y Caracol TV de Colombia quienes estuvieron en Quito para cubrir la fiesta de la luz, del 6 al 9 de Agosto
											0,00%	3,00	-		
											0,00%	1,00	-		
											0,00%	2,00	-		
											0,00%	3,00	-		
							ARRASTRE MES MAYO + 2 Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	2,00		37,50%	16,00	6,00	100,00%	Se realizó el envío del newsletter al mercado Sudamérica (Colombia, Brasil y Argentina) con noticias de importancia como: La Celebración de los 40 años de Declaración Patrimonial de la Unesco, Notas de Importancia para Viajar a Quito y Quito un destino de avistamiento
											100,00%	2,00	2,00		
											75,00%	4,00	3,00		
				Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)											
		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	Arrastre JULIO - Entrega con oficio del manual de marca a hoteles del catastro	1,00	-		50,00%	4,00	2,00		
						Dennis Swanberg	Plataforma Digital Web promedio (visitas)	28.499,00	55.612,00		79,70%	227.992,00	181.709,00	100,00%	
							Descargas APP	500,00	31.191,00		2031,15%	4.000,00	81.246,00	100,00%	
							Campaña Verano (Descargas Catálogo)	3.000,00	5.917,00		73,97%	10.000,00	7.397,00	100,00%	
						Rubén Lara					100,00%	1,00	1,00		
							Campaña de Votación WTA 2018 en Universidades	1,00	1,00		100,00%	5,00	5,00	100,00%	Durante la primera semana de agosto se dio continuidad a la campaña WTA 2018, dnado por finalizada el 3 de agosto con gran acogida de alumnos y docentes de la carrera de Turismo de la ESPE
											0,00%	1,00	-		
											50,00%	6,00	3,00		
							Levantamiento de información a través de visitas de trabajo a Tour Operadores	1,00	1,00		40,00%	5,00	2,00	100,00%	Se ha realizado visitas de trabajo a tour operadores con el ánimo de recabar información que permita tomar decisiones en futuras acciones promocionales, se envió además una encuesta que nos servirá de herramienta fundamental para convocatorias de ferias y capacitaciones internacionales.

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:

MERCADEO

MERCADEO



PROGRAMA QT: MERCADERO		MERCADERO		QUITO TURISMO		QUITO		CONTROL Y SEGUIMIENTO			Meta numérica Anual 2018		Meta CUMPLIDA anual 2018		MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	
								PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A AGOSTO 2018	AGO							
								PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	AGO	Meta mensual	Avance Mensual
		GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	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	50,00%		8,00	4,00	100,00%	Se realizó apoyo logístico de operación turística para siete press trip de fiesta de la luz y para un fam trip de apoyo al Festival Matsuri		
			MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO DE MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ (Específica)	Impuesto al Valor Agregado IVA	Impuesto al Valor Agregado IVA	Dennis Swanberg					-	-					
		PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES	MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)	Promoción de la ciudad en otros medios	Promoción de la ciudad en otros medios	Patricio Banderas		-	-	183%	6,00	11,00		-			
								-	-	59%	17,00	10,00		-			
								-	-	0%	1,00	-		-			
								-	-	0%	1,00	-		-			
								-	-	100%	1,00	1,00		-			
		Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADERO	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADERO	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADERO	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADERO	Jefe de Talento Humano						-	-				

Responsable: Director de Mercadeo
DENNIS SWANBERG