

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

MERCADEO

MERCADEO

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO										CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO
PROGRAMA QT:	MERCADEO	MERCADEO								PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A noviembre 2018			NOV		ACTIVIDAD O ANUAL
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	90,7%	95,14%	ENE-NOV		89%	NOVIEMBRE	
MERCADEO	Objetivos del Programa QT	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)													96,88%
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%	100,00%	2,00	2,00			
MERCADEO del destino Quito a nivel nacional e internacional	Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad						Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Norteamérica	2,00	3,00	100,00%	100,00%	15,00	15,00	100,00%	Se realizó 3 viajes de prensa del mercado Norteamericano: 1 Press Trip (Medio Globe&Mail de CANADA, 1 Press Trip, el medio Travel & Style de CANADA y 1 Press Trip del medio Travelingmom, Estados Unidos.	
MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Mejorar la TOH de ciudad ciudad (2018: 52%; 2017: 47%)						Adelanto		2,00	100,00%	100,00%	4,00	4,00		Campaña Cooperada segunda parte con National Geographic, revista impresa en todo Estados Unidos: una página completa con publi reportaje de Quito. // Se realiza el Cooperado con Trip advisor: 2 meses de anuncio digital en su página web de Estados Unidos.	
	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						Campaña digital Norteamérica	1,00	1,00	100,00%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se realiza Campaña Digital con Herats Media: La misma que esta vigente en 3 medios (Revistas digitales) de los más importantes en Estados Unidos: Revistas Esquire, Red&Book, Travel & Country	
	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	4,00	75,00%	60,00%	16,00	12,00	100,00%	Se realizan 3 Boletines y 1 Nota de prensa dirigidos al Mercado Norteamericano	
							Participación en USTOA	1,00	1,00	100,00%	100,00%	4,00	4,00	100,00%	Quito Turismo participó de la Conferencia Internacional y Market Place USTOA 2018, evento mas importante de la industria del turismo de los Estados Unidos, del 26 al 30 de Noviembre en Phoenix, AZ, Estados Unidos.	
			MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO							100,00%	100,00%	2,00	2,00			86,98%
			MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)				Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Europa	1,00	9,00	187,50%	187,50%	8,00	15,00	100,00%	Se reallizaron los siguientes viajes de prensa y familiarización: Alexander Kulpok-FORUM / Berliner Stimme / ARD (TV) (AL)	
										66,67%	50,00%	3,00	2,00			
				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	Campaña Digital Europa	1,00	1,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se realizó la campaña digital a través de la publicación del Webinar de Quito en TRAVEL BULLETIN, que tiene su programa de entrenamiento que se llama TRAVEL GYM, dirigido a operadores turísticos, líneas aéreas.	
							Evento de Promoción Turística (BTL) Europa	1,00	-	66,67%	50,00%	3,00	2,00	0,00%	De acuerdo al Memorando QT-MICE-065-2018, la Gerencia General autoriza a la Dirección MICE renovar la membresía de Quito en ICCA con el presupuesto establecido para este evento BTL planificado para el mercado de Europa.	
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	3,00	106,25%	106,25%	16,00	17,00	100,00%	Se realizó el envío de 2 notas de prensa sobre Quito y su participación en el evento de Smart Cities; La Navidad en Quito. Se envió a los mercados europeos de España, Alemania y Reino Unido el newsletter mensual.	

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	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	90,7%	95,14%	ENE-NOV		89%	NOVIEMBRE	
				Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España y UK) y resto del mundo			Participación en WTM	1,00	1,00	62,50%	100,00%	8,00	5,00	100,00%	Quiro Turismo participó en la feria internacional de turismo World Travel Market llevada a cabo en la ciudad de Londres del 5 al 7 de noviembre a través de la representación de Verónica Sevilla Gerene General y Rubén Lara, Coordinador de Promoción Nacional.	
			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	Adelanto		3,00	110,00%	100,00%	10,00	11,00		Se realizaron los siguientes viajes de prensa: Thelma Lavagnoli - Revista Pelo Mundo (BR) Patricia Chemin - Revista Qual Viagem (BR) Patricia Daniele - Revista Weekend (AR)	93,49%
			Arrastre de SEP: Campaña Cooperada Sudamérica (1) total 3: Campaña Cooperada Sudamérica				2,00	4,00	133,33%	133,33%	3,00	4,00	100,00%	Se está ejecutando las siguientes campañas promocionales de destino cooperadas con: Operador Turístico TTS - Argentina con acciones promocionales digitales y ventas de paquetes turísticos Operador Turístico y OTA - Viajarbarato.com - Brasil con acciones promocionales digitales y BTL para ventas de paquetes turísticos. Aerolínea GOL - Brasil en marco al nuevo vuelo que empieza a operar en el mes de diciembre Colombia: Cooperado de campaña en redes sociales y página web con el TTOO Fine World		
			Campaña Digital Sudamérica				1,00	1,00	100,00%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se está realizando una campaña digital con Trip Advisor en los mercados de Colombia, Brasil y Argentina, con banners que aparecen en la búsquedas de destinos sudamericanos		
			Evento de Promoción Turística (BTL) Sudamérica				2,00	-	100,00%	100,00%	2,00	2,00	0,00%	En el mes de septiembre se hicieron los eventos en Colombia y Brasil		
										66,67%	100,00%	3,00	2,00			
			Boletín y/o nota de prensa internacional				2,00	2,00	81,25%	90,00%	16,00	13,00	100,00%	Se realizó el envío de 1 notas de prensa sobre Quito y su participación en el evento de Smart Cities. Se envió a los mercadossudamericanos el newsletter mensual.		
										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	Arrastre JULIO - Entrega con oficio del manual de marca a hoteles del catastro	-	1,00	75,00%	50,00%	4,00	3,00	100,00%	Manual de marca se encuentra disponible el la página web promocional de Quito Turismo	86,55%
			PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES MC: PROMOCIÓN DE LA		Acciones promocionales en otros medios en el Mercado Local y Nacional	Dennis Swanberg	Plataforma Digital Web promedio (visitas)	28.499,00	73.692,00	169,24%	169,24%	227.992,00	385.847,00	100,00%		
							Descargas APP	500,00	36.601,00	4672,03%	4672,03%	4.000,00	186.881,00	100,00%		
										73,97%	73,97%	10.000,00	7.397,00			
										100,00%	100,00%	1,00	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	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	90,7%	95,14%	ENE-NOV		89%	NOVIEMBRE	
			LUGAR EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)	Promoción de la ciudad en otros medios		Rubén Lara				100,00%	100,00%	5,00	5,00			
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
										50,00%	50,00%	6,00	3,00			
							Visita de trabajo - adelanto	1,00	1,00	80,00%	100,00%	5,00	4,00	100,00%	Se realizó visitas de trabajo y reuniones con tour operadores tanto en oficinas como en Quito Turismo, con la finalidad de recabar información necesaria para las acciones promocionales	
		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	87,50%	100,00%	8,00	7,00	100,00%	Se realizo la operación turística de los viajes de prensa y el fam apoyo de la Bienal de Arquitectura.	
				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