

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 ACTIVIDAD Q ANUAL
MERCADERO										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A OCTUBRE 2018			OCT		
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	72,8%	92,36%	ENE-OCT		90%	OCTUBRE	
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				Viajes de Familiarización , Prensa Bloggers o TTOO Norteamérica	3,00	2,00	80,00%	80,00%	15,00	12,00	66,67%	2 viajes de familiarización: 1 México, el medio El Economista. Y 2 Estados Unidos el medio Food & Wine. Arrastre de 1 periodista para el mes de noviembre y diciembre	
MERCADEO del destino Quito a nivel nacional e internacional	Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad		NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) (Trimestral)				Arrastre de AGO Y SEP (2); total 3: Campaña Cooperada Nrteamérica	1,00	1,00	50,00%	33,33%	4,00	2,00	100,00%	Campaña Cooperada con National Geographic para últimos meses del año 2018.	
MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	Mejorar la TOH de ciudad ciudad (2018: 52%; 2017: 47%)									0,00%	0,00%	1,00	-			
	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			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			
	Meta QT: 3% más respecto del año 2018 = 670,000 turistas no residentes en el DMQ									133,33%	100,00%	3,00	4,00		Estas inscripciones ya se hicieron por adelantado en el mes de Septiembre (ATTA y USTOA)	
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	2,00	50,00%	60,00%	16,00	8,00	100,00%	Boletín y Notas de prensa dirigidos a los mercados México, Estados Unidos y Canadá	
										75,00%	66,67%	4,00	3,00			
			MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO							100,00%	100,00%	2,00	2,00			
			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	2,00	75,00%	80,00%	8,00	6,00	100,00%	Se realizó el viaje de prensa del periodista Oscar Checa del medio español YO DONA. Se realizó el viaje de prensa del periodista Marco Konstroffer del medio alemán DIE WELT.	
							Campaña Cooperada Europa	1,00	1,00	66,67%	50,00%	3,00	2,00	100,00%	Se realizó una campaña digital cooperada a través de TRAVEL GYM de Travel Bulletin en la que por un periodo de 5 meses los agentes de viajes del Reino Unido se capacitarán sobre el destino a través del webinar Your Story Begins is 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				50,00%	100,00%	2,00	1,00			
										66,67%	50,00%	3,00	2,00			
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:

MERCADEO



										CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO		
										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A OCTUBRE 2018			OCT		ACTIVIDAD Q ANUAL		
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	72,8%	92,36%	ENE-OCT		90%	OCTUBRE			
							Boletín y/o nota de prensa internacional	2,00	3,00	87,50%	110,00%	16,00	14,00	100,00%	Se enviaron dos notas de prensa para el mercado europeo sobre: Participación en WTM, Quito y el la Celebración de Finados y , Se envió el Newsletter mensual a los mercados europeos: Reconocimientos Video, Quito Creative Friendly Destination y Turismo en Yunguilla.			
			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)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)	Acciones promocionales en el Mercado Sudamérica (Brasil, Argentina y Colombia)		Carla Cárdenas	Arrastre de SEP (3) total 6.- Viajes de Familiarización - Prensa Bloggers o TTOO Sudamérica	3,00	4,00	80,00%	57,14%	10,00	8,00	100,00%		Se realizó el viaje de prensa del periodista Mario Rodríguez del medio La Voz Del Interior (Argentina) Se realizó el viaje de las periodistas Teresa Jijón y Sofía López de la Revista Lugares (Argentina). Se reaizaron 2 viajes de familiarización para el mercado Colombiano de los medios El Tiempo y El Colombiano	64,43%
			Arrastre de SEP: Campaña Cooperada Sudamérica					1,00	-	0,00%	0,00%	3,00	-					
										0,00%	0,00%	1,00	-					
										100,00%	100,00%	2,00	2,00					
			Ciclo de capacitaciones / presentaciones de destino Sudamérica					1,00	-	66,67%	100,00%	3,00	2,00	0,00%	Por directrices Gerenciales no se realizó el ciclo de Capacitaciones planificado para el mercado argentino.			
			Boletín y/o nota de prensa internacional					2,00	2,00	68,75%	90,00%	16,00	11,00	100,00%	Se envió una nota de prensa para el mercado sudamericano sobre: Quito y la Celebración de Finados. Se envió el Newsletter mensual a los mercados de Sudamérica: Reconocimientos Video, Quito Creative Friendly Destination y Turismo en Yunguilla.			
										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	-	-	50,00%	50,00%	4,00	2,00							
				Dennis Swanberg	Plataforma Digital Web promedio (visitas)	28.499,00	65.718,00	136,91%	136,91%	227.992,00	312.155,00	100,00%						
				Dennis Swanberg	Descargas APP	500,00	35.488,00	3757,00%	3757,00%	4.000,00	150.280,00	100,00%						

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
MERCADERO										PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A OCTUBRE 2018				OCT	ACTIVIDAD Q
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	72,8%	92,36%	ENE-OCT		90%	OCTUBRE	ANUAL
			PROMOCION EN OTROS 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				73,97%	73,97%	10.000,00	7.397,00			81,55%
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
										100,00%	100,00%	5,00	5,00			
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
										50,00%	50,00%	6,00	3,00			
								Levantamiento de información a través de visitas de trabajo a Tour Operadores	1,00	1,00	60,00%	100,00%	5,00	3,00	100,00%	
		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	75,00%	100,00%	8,00	6,00	100,00%	Se realizó la operación turística del fam trip Inversionistas Canadienses, fam trip Megatravel, press trip La Voz del Interior, press trip Yo Dona, press trip El Colombiano, press trip El Economista, press trip El Tiempo, press trip Revista Lugares, press trip Die Welt.	75,00%
		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