

METAS INTERMEDIAS 2019
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT: MERCADEO

MERCADEO

PROGRAMA QT PRODUCTO MC	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2019	Meta CUMPLIDA anual 2019	MENSUAL	OBSERVACIONES 2019	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
										AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019			DIC	DICIEMBRE	
							DIC	Meta mensual	Avance Mensual	100,0%	100,00%			90,91%		
MERCADERO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	Objetivos del Programa QT General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional y nacional. Incrementar al menos el 3% de visitantes con respecto al año 2018 Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional. Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional. Gestionar la operatividad del área de Mercadeo. Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo. Metas Específicas Incrementar al menos el 3% de visitantes internacionales con respecto al año 2018. Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 10 tour operadores que incluyan la nueva oferta de la ciudad. Gestionar al 100% la operatividad del área. Incluye: MANTENER ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO) MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Norteamérica	Oscar López				100,00%	100,00%	2,00	2,00		100,00%	
										250,00%	150,00%	2,00	5,00			
										100,00%	100,00%	1,00	1,00			
										100,00%	100,00%	2,00	2,00			
							Viaje de Familiarización Mercado Norteamérica (Canadá, Estados Unidos y México)	1,00	2,00	188,89%	166,67%	9,00	17,00	100,00%		Viaje de Prensa Estados Unidos, Programa de TV Global Passport, la periodista e influencer Christina Cindrich visitó el destino del 10 al 14 de Diciembre. Viaje de Familiarización Toronto Sun de Canadá.
							No se participó en ATTA por autorización de GG		1,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00			No se participó en ATTA por autorizacion de GG
										200,00%	200,00%	1,00	2,00			
							1 Boletín de prensa para los Mercados Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México)	1,00	1,00	116,67%	116,67%	6,00	7,00	100,00%		1 Se realizó el envío de un newsletter dirigido al mercado Norteamericano
							Participación en Conferencia y Marketplace 2019, Florida - Estados Unidos	1,00	1,00	100,00%	100,00%	5,00	5,00	100,00%		Quito Turismo participó de la Conferencia y Market Place anual USTOA que tuvo lugar del 2 al 6 de Diciembre en Orlando, FL, Estados Unidos. Esta representación fue liderada por Oscar Lopez, Coordinador de Promoción Internacional
			MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA Y HOLANDA) Y RESTO DEL MUNDO MC: ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA Y HOLANDA) Y RESTO DEL MUNDO (Trimestral)	Acciones promocionales en el Mercado Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia y Holanda) y resto del mundo	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Europa y resto del mundo	Belén Pacheco				100,00%	100,00%	1,00	1,00		100,00%	
							Cooperado con Industria Turística del mercado Europa	1,00	1,00	133,33%	100,00%	3,00	4,00	100,00%		Se realizó una campaña cooperada con la OTA Last Minute, dirigida al mercado de Reino Unido y Alemania
										100,00%	100,00%	4,00	4,00			
										300,00%	100,00%	1,00	3,00			
							Viaje de Familiarización mercado Europa	1,00	3,00	171,43%	114,29%	7,00	12,00	100,00%		Se coordinó 3 viajes de prensa dirigidos para Europa, los mismos que se sirigieron a tres mercados, el primero del medio Buena Vida correspondiente al mercado español, Ouest France para el mercado francés y la periodista Kate MacRae, especializada en aves y vida silvestre para el mercado de Reino Unido

PROGRAMA QT			ACTIVIDAD QT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	DIC	% TECNICO	ACTIVIDAD QT
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			
							1 Boletín de prensa Mercado Europa	1,00	1,00	183,33%	166,67%	6,00	11,00	100,00%	Se emitió un boletín con noticias de Quito para los 5 países del mercado Europeo	
										100,00%	100,00%	5,00	5,00			
										100,00%	100,00%	6,00	6,00			
			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)	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado de Sudamerica	Rubén Lara				100,00%	100,00%	1,00	1,00			100,00%
							Viajes de Familiarización Sudamérica	1,00	1,00	137,50%	125,00%	8,00	11,00	100,00%	Se coordinó el viaje de prensa para un influencer Brasileño que realizará una campaña en redes sociales sobre su visita a Quito	
										100,00%	100,00%	2,00	2,00			
							1 Boletín de Prensa Mercado Sudamérica	1,00	1,00	180,00%	180,00%	5,00	9,00	100,00%	Se realizó un Boletín de prensa dirigido a los mercados Sudamericanos	
										100,00%	100,00%	2,00	2,00			
										100,00%	100,00%	3,00	3,00			
										125,00%	125,00%	4,00	5,00			
			PROMOCIÓN NACIONAL	PROMOCION EN OTROS MEDIOS NACIONALES MC: PROMOCIÓN DE LA CIUDAD EN OTROS MEDIOS NACIONALES (Trimestral)	Acciones promocionales en el mercado nacional	Difusión y promoción del destino Quito en el mercado nacional	Katia Freire				100,00%	100,00%	1,00	1,00		100,00%
											100,00%	100,00%	2,00	2,00		
											100,00%	100,00%	7,00	7,00		

PROGRAMA QT			ACTIVIDAD QT							AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	DIC	% TECNICO	ACTIVIDAD QT
										160,00%	160,00%	5,00	8,00			
							1	Brandeo de Buses	1,00	2,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se modificó este producto a través de contrato complementario autorizado por Gerencia General mediante memorando EPMGDT-DM-2019-250 de 24 de octubre de 2019 donde el valor correspondiente a este producto fue utilizado en el Festival Más Allá de la Vida que fue parte de la Campaña Promocional de Finados.
							2	Eventos o activations BTL local o nacional	2,00		100,00%	100,00%	3,00	3,00	0,00%	Se reportó 2 activations BTL en el mes de agosto.
		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	Apoyo logístico a la actividad de promoción nacional e internacional						100,00%		1,00	1,00		
						Katia Freire / Dennis Swanberg		Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	108,33%	108,33%	12,00	13,00	100,00%	Realizado el servicio de operación turística press Trip KLM, press trip Buenavida, press trip Toronto Sun, press trip Global Passport, press trip Online Viagens, press trip Ouest, Press Trip BBC Countryfile.
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
												-	-			
				Arrastre: Servicio de Relaciones Públicas y Representación en el exterior para la promoción turística de Quito a nivel internacional	Arrastre: Servicio de Relaciones Públicas y Representación en el exterior para la promoción turística de Quito a nivel internacional	Director Mercadeo						-	-			
				Arrastre servicio de operación turística	Arrastre servicio de operación turística	Director Mercadeo						-	-			
				Horas Extras	Horas Extras	Director Mercadeo						-	-			
				Impuesto al Valor Agregado IVA	Impuesto al Valor Agregado IVA	Director Mercadeo						-	-			
		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	TTHH						-	-			

Responsable: Directora de Mercadeo
MARÍA BELEN PACHECO