

FUNDACIÓN TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL

Terminal Terrestre Guayaquil

PLAN OPERATIVO ANUAL - 2012

FECHA:	01 DE ENERO DEL 2012
UNIDAD / PROCESOS:	DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING
OBJETIVO GENERAL:	PLANIFICAR, ORGANIZAR, DIRIGIR Y CONTROLAR LOS PROGRAMAS ESTRATÉGICOS COMERCIALES DEL TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL, DE CONFORMIDAD A LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES, EN SUJECCIÓN A LAS LEYES, REGLAMENTOS Y CONVENIOS ESTABLECIDOS PARA EL EFECTO.

OBJETIVO OPERATIVO	ACTIVIDADES	FECHA MÁXIMA DE CUMPLIMIENTO	TIEMPO PREVISTO PARA ALCANZAR LA META (en meses)	PROGRAMACIÓN TRIMESTRAL				RESPONSABLES	PRESUPUESTO USD
				I	II	III	IV		
1. Incrementar los ingresos Espacios Publicitarios en US\$ 50,000, en comparación al año 2011.	1.1 Promocionar al CC como un plaza para realizar investigaciones de mercado entre nuestros proveedores y marcas externas o agencias de investigación de mercados especializadas en productos de consumo masivo.	30/06/2012	6	50%	50%			Coordinadora Comercial / Asistente de Marketing	
	1.2.1 Mediante la definición de costos preferenciales comunicar nuestros proveedores que a través de los usuarios de la TTG pueden realizar investigación de mercados y medir el nivel de satisfacción de sus productos.								
2. Incrementar la asignación de espacios disponibles en aproximadamente en 450 m2.	2.1 Persuadir a empresas o instituciones a crear espacios ancla. (BIES, SRI).	31/12/2012	12	25%	25%	25%	25%	Director Comercial / Coordinadora Comercial	\$ 21.000,00
	2.2 Inaugurar Proyecto boleterías en el nivel 1.	30/06/2012	6	50%	50%				
	2.3 Inaugurar Hall de servicios Instituciones Públicas.	31/08/2012	12	25%	25%	25%	25%		
3. Fomentar el incremento de la transaccionabilidad de los autorizados y concesionarios.	3.1 Elaborar políticas diferenciadas de activaciones o promociones en el CC.	31/12/2012	12	25%	25%	25%	25%	Coordinadora Comercial / Asistente de Marketing	
	3.1.1 Elaborar un paquete promocional de activación de marca (degustación + volanteo + exhibición), el mismo que será únicamente para nuestros concesionarios y proveedores con el objetivo que las activaciones se realicen semanalmente y generar un ingreso constante a la FTTG.								
	3.2 Generar promociones cruzadas Cooperativas -Concesionarios.								
	3.2.1 Opciones: Billetón TTG o Ticketera de descuentos.								
4. Generar recordación de marca e imagen de la TTG y CC.	4.1 Lanzamiento nuevo logo CC.	30/09/2012	9	30%	30%	40%		Coordinadora Comercial / Asistente de Marketing	\$ 4.500,00
	4.2 Exposición mediática.								
5. Comercializar los espacios (locales) disponibles luego de la ampliación del Patio de Comidas en P.B.	5.1 Realizar promoción de espacios disponibles con empresas interesadas en concesionar en el C.C.	31/12/2012	6			50%	50%	Director Comercial / Coordinadora Comercial	\$ 19.402,51
	5.2 Gestionar la adjudicación de la concesión.								
6. Mejorar el servicio a los usuarios y a los concesionarios.	6.1 Realizar encuestas de satisfacción, de forma mensual.	31/12/2012	12	25%	25%	25%	25%	Director Comercial y Marketing / Coordinadora Comercial / Supervisores del centro Comercial	
	6.2 Coordinar actividades con seguridad, limpieza y mantenimiento para lograr la optimización de los servicios.	31/12/2012	12	25%	25%	25%	25%		
	6.3 gestionar que se aumente la capacidad de extracción del Patio de Comidas, en conjunto con la DSI.	30/04/2012	4	90%	10%				
	6.4 Difundir el Plan de Evacuación entre los concesionarios y autorizados de la TTG.	30/04/2012	1		100%				
7. Potencializar el uso de las herramientas electrónicas de la TTG (WEB y FB) para mantener una correcta comunicación con los usuarios de la TTG y CC.	7.1 Comunicar periódicamente a través de estos medios electrónicos promociones y actividades comerciales realizadas en el CC.	31/12/2012	12	25%	25%	25%	25%	Coordinadora Comercial / Asistente de Marketing	\$ 10.300,00
	7.2 Realizar promociones específicas con los usuarios de los medios electrónicos (WEB y FB).	31/08/2012	8	40%	40%	20%			
	7.3 Crear una cuenta en la Red Social Twitter, a fin de mejorarla comunicación con los usuarios.	29/02/2012	2	100%					
	7.4 Crear un Plan de comunicación a fin de mantener informados a los usuarios y difundirlo a través de las redes sociales y página web.	30/03/2012	3	100%					