

**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO**

COMPROBANTE DE DIARIO N° 639

FECHA: 26/04/2016

©

Asiento N° 1549

Compromiso N° 196

DETALLE DEL COMPROBANTE:

PACHECO CUESTA MARIA BELEN.- LIQUIDACION VIATICOS DEL 10 AL 16 DE ABRIL 2016 A UNA SEMANA DE CAPACITACION Y CITAS CON REPRESENTANTES SECTOR TURISTICO BUENOS AIRES ARGENTINA. MEMORANDO N° QT-DA-324-2016 SOLICITA DAMIANA CALLE.

				PATRICIA LLERENA
Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
1.5.2.33.04.001	VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR		1,244.40	
2.1.3.73.01.001	CUENTAS POR PAGAR BIENES Y SERVICIOS DE INVERS		1,244.40	
6.3.1.51.01	INVERSIONES DE DESARROLLO SOCIAL		1,244.40	
1.1.2.15.01.001	ANTICIPOS DE VIATICOS, PASAJES Y OTROS DE VIAJE INSTITUCIONA			1,244.40
1.5.2.98.01.001	(-) APLICACION A GASTOS DE GESTION			1,244.40
2.1.3.73.01.001	CUENTAS POR PAGAR BIENES Y SERVICIOS DE INVERSION			1,244.40
	SUMAN o PASAN USD		3,733.20	3,733.20
APLICACION PRESUPUESTARIA				
Partida Presupuestaria		Compromiso	Devengado	Pago
01.02.005.005.730304.000.17.01.009	VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR		1,244.40	1,244.40
	TOTAL GASTOS USD	0.00	1,244.40	1,244.40

ING. LOIS E. RUALES M.
Gerente Financiero Adm.

LIC. PATRICIA LLERENA M.
Contadora

C.C.
Recibi Conforme

**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO
COMPROMISO No: 196**

Certificación No: 189

Transacción No: 2810

Fecha: 06/04/2016

Proveedor: PACHECO CUESTA MARIA BELEN

Identificación: Cédula 1721434221

Programa: 01 QUITO TURISMO
SubPrograma: 02 PROMOCION TURISTICA DEL DMQ
Proyecto: 005 ORGANIZACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS
Actividad: 005 ORGANIZACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Documento	No	Fecha	Valor	Detalle
MEMORANDO	QT-DA-324-2016	06/04/2016	1,244.40	SOLICITUD DE PAGO, D
MEMORANDO	QT-DM-159A-2016	31/03/2016	1,244.40	VALOR INCLUYE IVA, S

DETALLE:

PACHECO CUESTA MARIA BELEN.- VIATICOS DEL 10 AL 16 DE ABRIL 2016 A UNA SEMANA DE
CAPACITACION Y CITAS CON REPRESENTANTES SECTOR TURÍSTICO BUENOS AIRES
ARGENTINA. MEMORANDO N° QT-DA-324-2016 SOLICITA DAMIANA CALLE.

GLADYS

© 1

Partida Presupuestaria	Valor	Disponibilidad Previa
01.02.005.005.730304.000.17.01.009 VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR	1,244.40	21,092.57
Total =>	1,244.40	21,092.57

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA
GESTIÓN DE DESTINO TURISTICO

PRESUPUESTO

GLADYS CEBENO M.
Jefe De Presupuesto

25/04/2016 10:24

Página 1/1

QUITO
CONTABILIDAD
25 ABR 2016

Recibido por:

0000010

MEMORANDO QT-DM-208-2016

PARA : Ing. Luis Ruales
GERENTE FINANCIERO-ADMINISTRATIVO

CC : María Gabriela Torres
COORDINADORA DE PROMOCIÓN

DE : María Belén Pacheco
COORDINADORA DE PROMOCIÓN

FECHA: Quito 22 de Abril de 2016

ASUNTO: *Entrega de Informe de Cumplimiento de Actividades "Visitas y Capacitaciones de Destino Quito en Buenos Aires- Argentina.*

Por medio de la presente y una vez que este ha sido autorizado por Gerencia General, hago la entrega del Formulario de Viáticos y el Informe de Cumplimiento de Actividades realizadas como representante de Quito Turismo durante el ciclo de visitas y capacitaciones del destino Quito desarrollado en la ciudad de Buenos Aires-Argentina del 10 al 16 de abril, el mismo permitió fortalecer la promoción y conocimiento del patrimonio turístico de la ciudad de Quito en el mercado argentino.

Documentos adjuntos:

- Autorización de Gerencia General
- Formulario de Viáticos Viaje Capacitaciones Argentina
- Informe de Cumplimiento de Actividades Capacitaciones Argentina

Particular que pongo en conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,



María Belén Pacheco
Coordinadora de Promoción

ACCIÓN	NOMBRE	SUMILLA
Revisado por:	Carla Cárdenas	

QUITO
DIRECCIÓN FINANCIERA
22 ABR 2016
Recibido por:



MEMORANDO QT-DM-206-2016

PARA : Gabriela Sommerfeld
GERENTE GENERAL

CC : Carla Cárdenas
DIRECTORA DE MERCADEO (S)

DE : María Belén Pacheco
COORDINADORA DE PROMOCIÓN

FECHA: Quito 21 de Abril de 2016

ASUNTO: *Entrega de Informe de Cumplimiento de Actividades "Visitas y Capacitaciones de Destino Quito en Buenos Aires- Argentina.*

Por medio de la presente hago la entrega del Formulario de Viáticos y el Informe de Cumplimiento de Actividades realizadas como representante de Quito Turismo durante el ciclo de visitas y capacitaciones del destino Quito desarrollado en la ciudad de Buenos Aires-Argentina del 10 al 16 de abril, el mismo permitió fortalecer la promoción y conocimiento del patrimonio turístico de la ciudad de Quito en el mercado argentino.

Por favor sírvase autorizar el formulario adjunto para proceder con la entrega del reporte de viáticos y actividades a la Gerencia Administrativa-Financiera.

Documentos adjuntos:

- Formulario de Viáticos Viaje Capacitaciones Argentina
- Informe de Cumplimiento de Actividades Capacitaciones Argentina

Particular que pongo en conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,

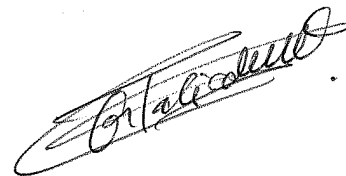


María Belén Pacheco

Coordinadora de Promoción

Adj./ Formulario de Viáticos e Informe de cumplimiento con anexos correspondientes

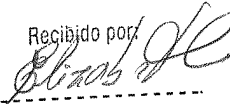
ACCIÓN	NOMBRE	SUMILLA
Revisado por:	Carla Cárdenas	



QUITO
TURISMO
GERENCIA GENERAL

21 ABR 2016

Recibido por:



INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES EN EL EXTERIOR

Nro. DE INFORME :

FECHA DE INFORME: 21/04/2016

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :
PACHECO CUESTA MARIA BELEN

PUESTO :
COORDINADORA DE PROMOCIÓN

CIUDAD - PAÍS : BUENOS AIRES (ARGENTINA)

NOMBRE DE LA UNIDAD DE LA O EL SERVIDOR :
ÁREA DE MERCADEO Y PROMOCIÓN

SERVIDORAS / ES QUE INTEGRAN EL CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES :
SOLO MI PERSONA

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

Representante de Quito Turismo Capacitaciones a la industria turística de Buenos Aires y reuniones con TTOO y Agencias que estén interesados en potenciales alianzas y acciones cooperadas.

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA			
FECHA dd-mm-aaa	10/04/2016	16/04/2016	Estos datos se refieren al tiempo efectivamente utilizado en el cumplimiento de tareas oficiales o servicios institucionales desde la salida hasta la llegada al lugar de residencia o trabajo habitual o de cumplimiento de las mismas según sea el caso .			
HORA hh:mm	18:29	13:02				
Hora Inicio de Labores el día de retorno		18/04/2016				
TRANSPORTE UTILIZADO			SALIDA		LLEGADA	
TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	ruta	FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm	FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm
AÉREO	AVIANCA	QUITO-LIMA	10/04/2016	18:29	10/04/2016	20:49
AÉREO	AVIANCA	LIMA-BUENOS AIRES	10/04/2016	22:09	11/04/2016	4:28
AÉREO	AVIANCA	BUENOS AIRES-LIMA	16/04/2016	5:58	16/04/2016	8:40
AÉREO	AVIANCA	LIMA-QUITO	16/04/2016	10:32	16/04/2016	13:02

NOTA : En caso de haber utilizado: 1) transporte público aéreo, fluvial o terrestre, se deberá adjuntar obligatoriamente los pases a bordo o pasajes y 2) vehículos institucionales, se adjuntará la hoja de ruta con tipo de vehículo, número de placa, kilometraje recorrido y los nombres apellidos del conductor

OBSERVACIONES

FIRMA SERVIDOR / A



NOTA

El presente informe deberá presentarse dentro del término máximo de 4 días de cumplida las tareas oficiales o servicios institucionales, caso contrario la liquidación se demorará e incluso de no presentarlo tendría que resistir los valores pagados. Cuando las tareas oficiales o servicios institucionales sea superior al número de horas o días autorizados, se deberá adjuntar la autorización por escrito de la Máxima Autoridad o su Delegada/o.

FIRMAS DE APROBACIÓN

JEFA/E DE LA UNIDAD ADMINISTRATIVA



MAXIMA AUTORIDAD O SU DELEGADO/A



0000007

Quito, 21 de Abril 2016

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS
"VISITAS Y CAPACITACIONES DE DESTINO BUENOS AIRES-ARGENTINA"
10 AL 16 DE ABRIL 2016

1. ANTECEDENTES:

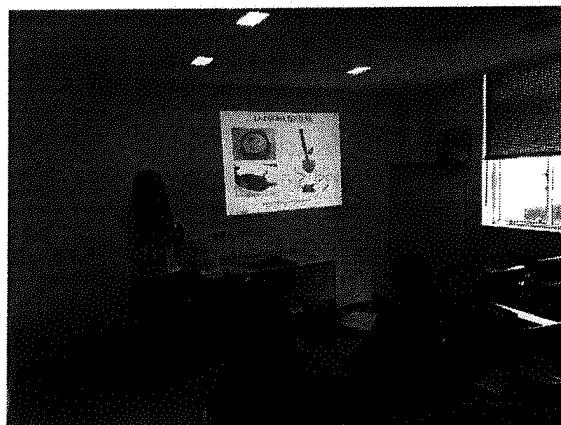
- El Plan Operativo Anual (POA/PAC) 2016 propuesto para la ejecución de las estrategias de desarrollo turístico para este año, considera la promoción internacional en mercados importantes como: Norteamérica, Sudamérica y Europa a los que se los ha determinado como mercados prioritarios por el volumen de pasajeros que aportan al turismo de la ciudad, por la rapidez en reaccionar a campañas de promoción, por el gasto turístico, su estadía promedio y el tipo de producto que el destino puede ofrecer.
- De acuerdo con los datos del Sistema Institucional de Indicadores Turísticos (SIIT 2015) de Quito Turismo, en el 2015, Argentina se ubicó en el puesto 8 entre los principales mercados emisores de turismo a la ciudad de Quito. Se registró un total de llegadas de 23.692 turistas de este mercado, lo cual representa el 3% del total de llegadas de visitantes no residentes a la ciudad. Su participación tuvo una variación entre el 2014 y el 2015 del 14% de incremento. Lo cual indica claramente el interés que se ha despertado en dicho mercado por el destino.
- Es por esto que Quito Turismo vio la necesidad de reforzar las actividades de promoción en el mercado argentino, por lo que durante la semana del 10 al 16 de abril, planificó una agenda de visitas y capacitaciones de destino Quito en conjunto con la Operadora de Turismo local Grayline Ecuador, donde se visitó a las mayoristas más importantes de Argentina que están vendiendo Ecuador, a quienes se reforzó en conocimiento del destino e informó de las nuevas ofertas y productos turísticos de la ciudad de Quito.
- Las visitas y capacitaciones de destino brindadas en Argentina tuvieron como objetivo dar a conocer los atractivos y nuevos productos de nuestra ciudad a los tour operadores y agentes de viajes argentinos que operan con Ecuador con el fin de que amplíen su estancia en la ciudad e incorporen los nuevos productos en sus paquetes, y con aquellos que no trabajan con Ecuador para que consideren la oportunidad de ampliar su línea de negocios.

2. DETALLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS

- El detalle de todo lo realizado en las visitas y capacitaciones de destino, así como los acuerdos y tareas a ejecutar como seguimiento al trabajo realizado la semana pasada, se lo podrá encontrar en el cuadro de actividades y seguimiento de las capacitaciones.

(Firma)

3. INFORME FOTOGRÁFICO



0000005A

REPORTE DE SEGUIMIENTO / EVENTOS TURÍSTICOS Y FERIAS

FERIA / EVENTO
FECHA
EJECUTIVO DELEGADO

Capacitaciones y Presentaciones de Destino Argentina
Del 11 al 15 de Abril 2016
María Belén Pacheco

N° CITA	FECHA	HORA DE CITA	EMPRESA	NOMBRE CONTACTO	CARGO	EMAIL	PAIS	CIUDAD	TELEFONO	SITIO WEB
1	Lunes 11 Abril	11:00	Visita Mayorista Geographica Total: 1 pax	Gabriela Bogao	Socio Gerente	gabriela@geographica.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5031 9818 / 98	www.geographica.com.ar
2		13:00	Capacitación Tower Travel Total: 8 pax	Lucia Cecilia Giberman	Jefe de Ventas Exóticos	luciag@towertravel.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5217 7464	www.towetravel.com.ar
3		16:00	Visita Trayecto UNO Total: 2 pax	María Victoria Blanco	Gerente de Ventas y Operaciones	maria victoria@trayectouno.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5217 1800	www.trayectouno.com.ar
4	Martes 12 Abril	11:00	Visita Eurovips Total: 2 pax	Daniel Allen	Jefe de Producto Centro-Sudamérica	daniel.allen@eurovips.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5556 2400	www.eurovips.com
				Sebastián Ferrari	Jefe de Ventas Centro-Sudamérica	sebastian.ferrari@eurovips.com				
5		12:00	Visita Juliá Tours Total: 5 pax	Brenda Vior	Departamento de Producto	brenda@juliatours.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 4021 5800	www.juliatours.com.ar
				María Asunción Zumárraga	Departamento Comercial	mariasun@juliatours.com.ar				
6		13:00	Capacitación Avantrip Total: 20 pax	Gabriel Bianchi	Jefe de Destino Argentina	gabriel.bianchi@avantrip.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 6841 4500	www.avantrip.com
7		16:00	Visita Megatravel Total: 6 pax	Gisela Marina Passarelli	Representante Comercial	gpassarelli@megatravel.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5238 0173	www.megatravel.com.ar
8		17:30	Cita Buenos Aires Turismo	Jesica Dzembrowski	Subgerente Operativa de verificación y categorización de prestadores turísticos	turismo@jesicadz.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 6768 1142	
9		9:00	Visita Newlink Buenos Aires	Juan Carlos Lynch	Vicepresidente Argentina	juan.lynch@newlink-group.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5217 5115	www.newlink-group.com

0000005

1
B2

10	Miércoles 13 Abril	11:30	Capacitación Viajes Falabella (1) Total: 17 pax	Cynthia Machado	Analista de Producto Aéreo	cmachado@falabella.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5777 4100	www.falabella.com.ar
11		15:30	Entrevista La Devi Total: 2 pax	Leonardo Larini	Periodista	redaccion4@ladevi.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5217 7700	www.ladevi.com
				Viviana Sciuto	Representante Comercial	ventas4@ladevi.com				
12		9:00	Capacitación Tip Travel Total: 15 pax	Daniela Olmedo	N/A	ventas2@tiptravel.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5238 7765	www.tiptravel.com.ar
13		10:30	Visita Piamonte Total: 3 pax	Fernanda Dublac	Gerente de Producto	fernanda@piamonte.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 4324 3200	www.piamonte.com
				Jimena Carrasco	Jefe de Producto América	jimenac@piamonte.com				
14	Jueves 14 Abril	11:30	Capacitación Viajes Falabella (2) Total: 8 pax	Cynthia Machado	Analista de Producto Aéreo	cmachado@falabella.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5777 4100	www.falabella.com.ar
				Micaela Cavassa	Coordinadora de Marketing	mcavassa@falabella.com.ar				
15		15:00	Visita Ati Viajes Total: 2 pax	Juan Carlos Galardi	Director	galardi@ativiajes.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5295 9000	www.ativiajes.com
16		16:00	Visita Atalaya Total: 2 pax	María Marta Álvarez	Directora de Operaciones	marta@atalayaturismo.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 4312 5784	www.atalayaturismo.com
17		9:30	Visita Viajó Bien Total: 2 pax	Tomás Saralegui	Responsable de Producto	tomas.saralegui@viajobien.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5272 5005	www.viajobien.com
				Solange Rodríguez	Responsable de Ventas Andino	solange.rodriguez@viajobien.com				
18		12:00	Evento de Capacitación Consolid Total: 15 pax	Germán Miguez	Producto Departamento Mayorista	gmiguez@consolidargentina.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 4323 1555	www.consolidargentina.com
				Leandro Laudonio	Ejecutivo de Cuentas	llaudonio@consolidargentina.com				
19	Viernes 15 Abril	15:00	Visita All Seasons Total: 2 pax	Sebastián Zavala	Gerente	sebastian@allseasons.com.ar	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5555 3400	www.allseasons.com.ar
20		16:30	Visita AWT (Representación de	Leonardo Zanon	Director Comercial	lzanoni@awtsagroup.com	Argentina	Buenos Aires	(54-11) 5272 6063	www.awtsagroup.com

0000004A

* Agencia de Viajes que vende masivamente al consumidor final en sus puntos de venta ubicados en centros comerciales en Argentina, Perú y Colombia. * Venden Ecuador, pero sus ventas han bajado, pues los boletos aéreos están muy altos y existen ofertas competitivas de destinos en el Caribe. * Quieren focalizar su oferta de Ecuador en Galápagos, por lo que estuvieron muy interesados en la capacitación sobre el producto y la opción de Quito como puerta de entrada. * Consideran a Ecuador un destino caro y más ahora con la economía argentina.	Contacto regular por si necesitan información o detalles de la ciudad.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local.	Capacitaciones Argentina
* Fue una entrevista coordinada por la mayorista Geographica, luego de la visita realizada el día lunes, fue una interesante oportunidad para comunicar las novedades del destino, los nuevos productos, el incremento de visitantes argentinas, las estrategias promocionales enfocadas para el mercado y la opción de hacer un canal de cierre de ventas con la publicación de las opciones de viaje realizadas por la mayorista y operadas por Grayline.	No perder el contacto para enviar siempre información de la ciudad.	- Agradecimiento - Seguimiento de publicación y media value. - Inclusión en base de datos de medios internacionales	Capacitaciones Argentina
* Esta mayorista dio inicios de venta de Ecuador hace un par de meses, Daniela Olmedo, realizó un famtrip por todo el Ecuador, y justamente fue ella quien dio la capacitación de Ecuador y sus atracciones turísticas. * Dimos apoyo en la capacitación resolviendo preguntas e informando de las novedades y productos turísticos nuevos que se han creado en la ciudad.	Contacto regular por si necesitan información o detalles de la ciudad.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local.	Capacitaciones Argentina
* Mayorista que registraba un buen nivel de ventas a Ecuador, sin embargo, empiezan a bajar su compra a raíz de los problemas de Tame, pues el costo del pasaje aéreo con Avianca o Lan es muy alto en relación a la competencia que se tiene con otros destinos. * Sin embargo, quieren apostar por el destino, por lo que publicarán una salida fija a Ecuador en el segundo semestre del año. * Nos dijeron que hagamos una gestión conjunta con Lan para conseguir una buena tarifa para esta salida. * Según su experiencia el interés más fuerte del mercado argentino es destinos de playa. * En su sitio web constantemente desarrollan promociones de destinos, con lindas fotografías por lo que nos sugieren tener una gama de postales de Quito y sus atracciones con frases lindas que motiven la visita a la ciudad, y a esto se complementarán ofertas desarrolladas por Grayline. * Están interesados en tener una capacitación de destino en sus oficinas en el mes de julio, pues en esta semana no pudieron darnos apertura para eso. * Mostraron interés es poder proponer una campaña cooperada de marketing con la participación de ellos como mayorista, Grayline y Quito Turismo.	- Verificar la opción de realizar estas postales de Quito. - Coordinar la capacitación de destino con nuestra oficina de representación. - Analizar la propuesta de cooperado que nos hará su Gerente de Marketing (Sergio Bucianelli)	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Coordinar la capacitación de destino en ciclo de visitas que Grayline tiene planificadas para julio. - Revisar propuesta de cooperado.	Capacitaciones Argentina
* Se dio la capacitación al segundo grupo de trip advisors de Falabella, mostraron mucho interés en el destino. * Nos reunimos con la Coordinadora de Marketing, quien está interesada en presentarnos una propuesta de campaña promocional, en sus puntos de venta, circuitos de pantalla, sus diez sucursales. Para mayo-junio.	Revisar la propuesta que será enviada por Falabella	- Respuesta a la propuesta de campaña una vez la recibamos.	Capacitaciones Argentina
* Mayorista que ha reducido sus ventas a Ecuador, pues los pasajes aéreos están relativamente altos. * Nos comentó que la mejor gestión que podemos hacer es lograr algo con Lan o Avianca para disponer de una oferta aérea. * Nos comentó que en Argentina los planes de financiamiento se redujeron, situación que ha frenado el mercado. * Nos recomienda que enfoquemos nuestras acciones promocionales al consumidor final, pues en ellos se genera el interés y posterior a ello empiezan a solicitar a las agencias estos destinos.	Revisar con Lan y Avianca la opción de poder conseguir algo en lo referente al boleto aéreo.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local.	Capacitaciones Argentina
* Mayorista que visto reducir sus ventas a Ecuador por las difíciles condiciones de pasajes aéreos, estos son muy caros, las aerolíneas no están brindando planes de financiamiento con TC y sus condiciones no están permitiendo realizar bloques de espacios para poder ponerlos a venta en salidas fijas. * Existe mucha inestabilidad económica en Argentina, por tanto los argentinos han frenado sus viajes. * Sin embargo, quieren seguir apostando por el destino por lo que lo siguen vendiendo y más con las nuevas ofertas y productos entregados por Grayline y Quito.	- Lograr algo con aerolíneas para solventar el tema de los vuelos. - Incluir a la mayorista en la lista de famtrips para que su nuevo equipo de ventas Sudamérica pueda conocer el destino.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Analizar la opción del fam trip	Capacitaciones Argentina
* Mayorista que mostró su preocupación por la baja del mercado a Ecuador, hasta el año pasado se estaba vendiendo muy bien, pero desde inicios del año bajó considerablemente por los boletos aéreos y la situación de Tame. * Pasajes aéreos muy caros y no competitivos con otros destinos. * Lan tiene una ruta aérea directa entre Buenos Aires-Guayaquil, por lo que les resulta más fácil vender Ecuador con entrada por Guayaquil. * Ellos participan en acciones promocionales como "SAVER MONDAY" (noviembre) y el "HOT SALE" (mayo) donde sus ventas son muy buenas, se comprometen a vender Ecuador siempre y cuando logremos canalizar una buena opción aérea. * Quieren poner a Ecuador como objetivo de venta y producto en los "top five de los destinos" están súper interesados y comprometidos con el destino.	- Hacer todos nuestros esfuerzos para lograr algo relacionado al pasaje aéreo.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local.	Capacitaciones Argentina
* Evento en el que Consolid reunió a 15 agentes de viajes de la zona de Buenos Aires. * Se llevó a cabo un almuerzo donde se presentó el destino Quito con un lindo video y se dieron a conocer los nuevos productos de la ciudad y luego se reforzó con Grayline que vender y como hacerlo.	- Seguir en contacto con la mayorista y enviarle contenido y cosas que vayan necesitando.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local.	Capacitaciones Argentina
* Esta cita se logró a través de la gestión directa de Proecuador, sin embargo, por temas de lluvia y manifestaciones, el evento de Consolid se retrasó lo que produjo un retraso de toda la agenda, como estábamos al otro lado del centro y la llegada nos tomaba más de una hora, lamentablemente no pudimos llegar, pero fue cubierta por Proecuador. * Presentaron el destino y la opción de venderlo, me acaban de enviar el contacto, por lo que se hará el seguimiento y presentación de Quito Turismo y de Grayline como operador local.	- Enviar el email de seguimiento.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Introducción al operador local	Capacitaciones Argentina
* En vista de que el tema del pasaje aéreo fue una manifestación en común de todas las visitas y la razón básica para haber disminuido las ventas a Ecuador solicitamos una cita con la oficina de representación de Tame. * Nos comunicaron que se suspenden los vuelos desde Buenos Aires a Quito en Tame a partir del 30 de junio. * Desde Quito se aduce que la ruta no era rentable, lo que ellos no podían entender cuando con números se demostró que la ruta tenía un 65% de ocupación. * Solicitan nuestro apoyo como oficina de promoción de ver la mejor forma de poder hacer algo para que no se pierda la ruta pues sería un pérdida total en el mercado que a su criterio no justificaría la apertura de una oficina de PR para Quito. * No conocen nada acerca de si Aerolíneas Argentinas tomará la decisión de continuar con la ruta a Quito.	- Conversar con GG de Quito Turismo sobre este aspecto para ver la mejor manera de apoyar una opción aérea (Lan o Avianca)	- Seguimiento del tema para lograr algo	Capacitaciones Argentina

00000004

RESUMEN DE CITA	ACUERDOS	TO DO Jefatura Promoción	FUENTE DE CONTACTO
* Geographica es un mayorista pequeña que va en aumento, está vendiendo Ecuador y su producto estrella es Galápagos (tour combinado) que entra por Quito, venden los programas de Grayline que están incluyendo 3 noches en Quito. * Sus ventas iban en aumento, hasta la subida de pasajes aéreos de Tame. * Su mercado y en general los pasajeros argentinos buscan pasajes aéreos económicos, es una de las condiciones para decidir sobre un destino y un viaje. * El 60% de la decisión de un viaje se deriva del pasaje aéreo, ahora, existen mega ofertas a destinos en el Caribe, que vuelve a Ecuador un país no competitivo. * Se comentó sobre la posible tarifa descontada con Avianca y les parece bien, sin embargo, hay que analizar con la aerolínea la posibilidad del financiamiento, pues no permiten al pago con TC (cuotas). * Gestionaron la entrevista y la publicación en La Devi.	Coordinar con Avianca y Grayline esta opción de tarifa descontada para destinos, sería una gran oportunidad para recuperar el mercado.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local.	Capacitaciones Argentina
* Mayorista que vende Ecuador, principalmente playas y Galápagos. * Se les presentó el destino Quito y todas las novedades, no lo conocían. * Nos comentan que Ecuador está teniendo competencia por ofertas del Caribe con tarifas aéreas muy económicas.	Ver la mejor manera y buscar una solución al tema del pasaje aéreo	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Incluirlos en opción de un fam.	Capacitaciones Argentina
* Mayorista que vende Ecuador, sin embargo sus ventas han decaído por los precios elevados del pasaje aéreo. * Existen megaofertas del Caribe que ofrecen destinos de hasta \$1000,00 por persona todo incluido. * Quieren reactivar el destino Ecuador en el mercado argentino, por lo que nos proponen hacer una campaña en redes (mayorista - oficina de promoción - operador local) para impulsar las ventas en el segundo semestre (vacaciones de verano). * La campaña en facebook e Instagram incluye: contenido día por día, (darán el lunes a Quito), premio para sorteo, pie de imagen como destino en firmas del personal. * Esta campaña se la hará como Ecuador y Grayline está gestionando todo el tema de ofertas para el destino. No tendrá costo para nosotros.	Ver la mejor manera y buscar una solución al tema del pasaje aéreo. Enviar fotografías de la ciudad y contenido cuando lo requieran.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Gestionar contenido cuando lo requieran.	Capacitaciones Argentina
* Mayorista que vende Ecuador, sin embargo sus ventas han decaído por los precios elevados del pasaje aéreo. * Los argentinos buscan ofertas y Ecuador no es competitivo, hay muchas opciones económicas de Brasil y Chile. * Comentan que se está rompiendo el mercado pues hay operadores que están vendiendo directo a las agencias. * Informan que LAN tiene una opción aérea más económica que conecta Buenos Aires con Guayaquil de forma directa, sin escalas, por tanto para su operación y venta les resulta más conveniente esta opción, sin embargo, enfatizamos el tema de las novedades de Quito y Jossueth entregó su catálogo con los nuevos productos de la ciudad. * Nos ofrecieron pensar en planificar una salida fija a Ecuador (3 días en Quito + 4 días en GPS + 1 Noche en UIO) como incentivo de venta para este mercado.	Conversar por nuestro lado con los contactos en Lan para conocer el tema del vuelo directo hacia Guayaquil e incentivar de la mejor manera tener algo competitivo para Quito.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Conversar con Lan para hablar el tema del vuelo	Capacitaciones Argentina
* Es la mayorista más fuerte de Argentina y la que está vendiendo Ecuador en un gran porcentaje. * Informaron que las ventas se han visto reducidas debido a la situación de TAME y Lan que es su segunda opción lanza mejores promociones para destinos en Europa o Caribe, y esto es más atractivo para los argentinos pues es más económico. * Sin embargo, quieren seguir apostando por el destino Ecuador por lo que van a seguir promocionando los productos y más con la información que les entregamos sobre la nueva oferta de Quito. * Están muy interesados en recibir una capacitación de Quito y Ecuador que no pudo ser atendida en esta visita por tema de agendas del equipo de ventas.	Conversar por nuestro lado con los contactos en Lan para conocer el tema del vuelo y ver de que manera podemos hacer más atractiva la oferta. Coordinar una capacitación con nuestra PR en conjunto con Grayline para el mes de julio, que el operador estará en BUE.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Conversar con Lan. - Coordinar la capacitación para el mes de julio.	Capacitaciones Argentina
* Es una importante mayorista que empieza a vender Ecuador, razón por la que la capacitación fue acertada. * Ellos trabajan con Lan, por lo que la opción de que la aerolínea publique una tarifa especial para Quito, les ayudaría a fomentar sus ventas. * Además, nos comentaron que Lan está abriendo vuelos desde Córdoba, Rosario y Mendoza, que abre la posibilidad de extender el mercado a la zona del interior de Argentina.	Trabajar en conjunto para lo que necesiten una vez que empiecen sus primeras ventas a Ecuador.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Incluirlos en opción de un fam.	Capacitaciones Argentina
* Empieza a vender Ecuador como destino en Argentina. * Su mercado objetivo se concentra en el interior de Argentina, su perfil de pasajero es adulto mayor. * Estuvo muy interesada en el destino Ecuador y sus opciones, por lo que hubieron miles de preguntas sobre Quito y Galápagos. * Interesada en hacer una capacitación para su agencia del interior de Argentina.	Trabajar en conjunto para lo que necesiten una vez que empiecen sus primeras ventas a Ecuador.	- Contacto regular con la mayorista. - Inclusión en la base de datos de información. - Contacto con el operador local. - Coordinar la capacitación con Grayline para el mes de julio.	Capacitaciones Argentina
* La cita fue interesante, a pesar de que Jessica no tenía conocimiento sobre el manejo de sus recursos turísticos y gestión de acciones promocionales, se habló más sobre nuestro proyecto de Distintivo Q y licenciamiento turístico. * Demostró mucho interés en recibir una capacitación del Distintivo Q, de como se categorizan los establecimientos turísticos, el servicio de protección al turista y la administración de quejas y sugerencias, pues considera a nuestra actividad y forma de trabajar como un referente para Buenos Aires.	Trabajar en conjunto como entidades de misión similar. BAT. Enviará información de como se maneja el turismo en BUE (promoción y desarrollo) BAT. Enviará una base de datos de operadores importantes de BUE BAT. Enviará su regulación de licenciamiento turístico. QT. Gestionará una capacitación on-line sobre Distintivo Q y licenciamiento turístico.	- Contacto regular con la oficina. - Seguimiento al cumplimiento de los acuerdos establecidos entre cada una.	Capacitaciones Argentina
* Experiencia pues han trabajado como oficina de representación de Rep. Dominicana, Sky airlines, Lufthansa, Puerto Rico. * Trabajaron en el plan de desarrollo turístico de Buenos Aires. * Garantiza buenas relaciones con aerolíneas y TTOO. * Dentro de las actividades que nos mencionaron pueden trabajar están: encuestas de mercado con motores gratuitos de búsqueda, trabajar con la Cámara Argentino-Ecuatoriana, realizar un convenio con la oficina de Turismo de Buenos Aires, trabajar con Aerolíneas Argentina para explorar la posibilidad de vuelo aéreo y viabilizar acuerdos entre museos para acoger intercambios culturales. * Muestra ejecutiva será Natacha Calero (natacha.calero@newlink-group.com) * Se presentó a Grayline como un TTOO local fuerte y muy posicionado en el mercado argentino.	Trabajar en conjunto	Seguimiento regular e inicio de planificación de actividades	Capacitaciones Argentina

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En conclusión y de acuerdo a lo detallado anteriormente en las actividades realizadas durante el ciclo de visitas y capacitaciones de destino realizadas en Buenos Aires, Argentina se considera que:

- La participación de Quito Turismo como la entidad responsable de la promoción y difusión turística de la ciudad de Quito fue una excelente oportunidad para el fortalecimiento promocional de las nuevas ofertas que Quito tiene para el mercado argentino, tomando en cuenta la oportunidad de crecimiento de visitas procedentes de este país, reflejado en nuestros datos estadísticos.
- Es fundamental estrechar las relaciones con los mayoristas y agentes de viajes internacionales, con el fin de poder conocer cuáles son las fortalezas y debilidades que el producto turístico está teniendo en el mercado para poder potenciarlas o a su vez corregirlas.
- El habernos alineado al tour operador local fue una excelente estrategia puesto que sacamos una "ventaja" de su posicionamiento y reputación en el mercado objetivo, además que las visitas y capacitaciones se realizan a los agentes internacionales que están ya vendiendo el destino a quienes se ofrecen las nuevas opciones de oferta y a quienes no lo venden aún, se crea la necesidad y expectativa del nuevo destino.
- Además, se tuvo la opción de cierre de venta comercial, pues no solo fuimos como entidad turística a promocionar el destino y sus novedades, sino que fuimos respaldados por el operador local quien llevó su catálogo de paquetes turísticos que incluyen estas novedades, por tanto, considero que el soporte de un operador local es importante y estratégico para el cumplimiento de nuestros objetivos. Cabe recalcar, que este operador debe ser un operador ya posicionado en el mercado para hacer más efectiva la estrategia.
- Gran parte de la retroalimentación recibida de los agentes mayoristas fue una baja en sus ventas de Ecuador, debido a altos costos de pasajes aéreos y ofertas no competitivas con otros destinos, quienes nos solicitaron que en nuestra condición de entidad oficial podamos gestionar acuerdos con aerolíneas que permitan encontrar soluciones al tema de conectividad.
- El interés el mercado argentino es grande por Ecuador, principalmente por Galápagos, por tanto, es una muy buena estrategia alinear nuestra oferta y promoción de Quito como puerta de entrada al Ecuador y Galápagos.

Atentamente,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read "Ma. Belén Pacheco".

Ma. Belén Pacheco
Coordinadora de Promoción
QUITO TURISMO

PASE DE ABORDAR/BOARDING PASS

VUELO/FLIGHT

AV7388

EN SALA/AT GATE

17:29

PUERTA/GATE

A9

ASIENTO/SEAT

3K

Avianca



CAPTAN

NOMBRE/NAME **PACHECO/BELEN**

ORIGEN/FROM **QUITO/UIO**

DESTINO/TO **LIMA/LIM**

SALIDA/DEPARTURE **18:29**

FECHA/DATE

10APR

RESERVA/BOOKING

D

CABINA/CABIN

C

P

BI

AV7388 10APR

QUITO/UIO

LIMA/LIM

CIERRE DE PUERTA 20 MIN ANTES DE SALIDA
TKT5471765225718

SECUENCIA/SEQUENCE **67**

AGENT ID WREND9676

GRUPO/GROUP

A

34HVD2

TKT5471765225718

OPERADO POR/OPERATED BY **AEROGAL**

AVIANCA
AV 341559

PACHECO
UIO 34HVD2 1/17KG
EZE BUENOS AIRES EZE

EZE AV965
BUENOS AIRES
10APR 22:09
LIM AV7388
LIMA
10APR 18:29

AVIANCA
AV 341580

PACHECO
UIO 34HVD2 2/20KG
EZE BUENOS AIRES EZE

EZE AV965
BUENOS AIRES
10APR 22:09
LIM AV7388
LIMA
10APR 18:29



0 134 AV 341559
PRINT DATE GMT: 10APR



0 134 AV 341580
PRINT DATE GMT: 10APR

PASE DE ABORDAR/BOARDING PASS

VUELO/FLIGHT

AV965

EN SALA/AT GATE

21:09

PUERTA/GATE

21

ASIENTO/SEAT

3E

Avianca



EN SALA/
AT GATE

21:09

ASIENTO/
SEAT

3E

CABINA/
CABIN

C

NOMBRE/NAME **PACHECO/BELEN**

ORIGEN/FROM **LIMA/LIM**

DESTINO/TO **BUENOS AIRES/EZE**

SALIDA/DEPARTURE **22:09**

FECHA/DATE

10APR

RESERVA/BOOKING

D

CABINA/CABIN

C

**PACHECO/
BELEN**

AV965 10APR

**LIMA/LIM
BUENOS AIRES/EZE**

CIERRE DE PUERTA 20 MIN ANTES DE SALIDA
TKT5471765225718

SECUENCIA/SEQUENCE **217**

AGENT ID WREND9676

GRUPO/GROUP

A

34HVD2

TKT5471765225718

OPERADO POR/OPERATED BY **TRANS AMERICAN AIRLINES**

0000002A

2A

PASE DE ABORDAR/BOARDING PASS

VUELO/FLIGHT **AV964** EN SALA/AT GATE **04:58** PUERTA/GATE **09** ASIENTO/SEAT **11C**

NOMBRE/NAME **PACHECO/BELEN**

ORIGEN/FROM **BUENOS AIRES/EZE**
 DESTINO/TO **LIMA/LIM**
 SALIDA/DEPARTURE **05:58**

FECHA/DATE **16APR**
 RESERVA/BOOKING **H**
 CABINA/CABIN **Y**

CIERRE DE PUERTA 20 MIN ANTES DE SALIDA
 KT5471765225718

SECUENCIA/SEQUENCE **105**
 AGENT ID 2683RM

GRUPO/GROUP

E

OPERADO POR/OPERATED BY TRANS AMERICAN AIRLINES

Avianca



EN SALA/ AT GATE **04:58** ASIENTO/ SEAT **11C** CABINA/ CABIN **Y**

PACHECO/ BELEN

AV964 16APR

BUENOS AIRES/EZE LIMA/LIM

34HVD2
 TKT5471765225718

PASE DE ABORDAR/BOARDING PASS

VUELO/FLIGHT **AV7389** EN SALA/AT GATE **09:32** PUERTA/GATE **18K** ASIENTO/SEAT **18K**

NOMBRE/NAME **PACHECO/BELEN**

ORIGEN/FROM **LIMA/LIM**
 DESTINO/TO **QUITO/UIO**
 SALIDA/DEPARTURE **10:32**

FECHA/DATE **16APR**
 RESERVA/BOOKING **H**
 CABINA/CABIN **Y**

TKT5471765225718

SECUENCIA/SEQUENCE **41**
 AGENT ID 2683RM

GRUPO/GROUP

C

OPERADO POR/OPERATED BY AEROGAL

Avianca



EN SALA/ AT GATE **09:32** ASIENTO/ SEAT **18K** CABINA/ CABIN **Y**

PACHECO/ BELEN

AV7389 16APR

LIMA/LIM QUITO/UIO

34HVD2
 TKT5471765225718

AVIANCA
AV 560385

PACHECO
 EZE 34HVD2 1/15KG
 UIO QUITO

UIO AV 7389

QUITO

16APR 10:32

LIM AV964

16APR 05:58



PRINT DATE GMT: 16APR

esplendor
HOTEL BUENOS AIRES

B

ORIGINAL BLANCO / COPIA COLOR

HOTEL
GRACIAS POR ELEGIRNOS. NOS VEMOS A SU REGRESO.
THANK YOU FOR CHOOSING US. SEE YOU AROUND.
INTERNATIONAL HOTEL DEVELOPMENT S.A.
SAN MARTIN 788 C.A.B.A.
TEL: 5256-8800 / C.P.: 1004
IVA RESPONSABLE INSCRIPTO

Factura Nº 0006-00003093

Fecha y Hora: 16/04/16 - 00:12:12
C.U.I.T.: 30708506067
Ingresos Brutos: 1159337-07
Inicio de Actividades: 26/05/05

MARIA BELEN PAC PARC - NM
PACHECO 554073022, MARIA BELEN Num: 309558379
Hab: 111 In: 11/04/2016 Out: 16/04/2016 Num: 30

MARIA BELEN PACHECO
- - - Ecuador
A CONSUMIDOR FINAL

C.I.: 1721434221

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	ALICUOTA IVA	% BASE IVA	IMPORTE
5.000 ALOJAMIENTO		1194.8040	(21.00)		5974.02

esplendor
PHOENIX BUENOS AIRES

SON 1 HOJAS

TOTAL \$

HOJA Nº 1

5974.02

Recibi (mos):

EFFECTIVO PESOS

\$ 5974.02

CF HHI2002549
207

TEL. 147: "TELÉFONO GRATUITO CIUDAD DE BUENOS AIRES, ÁREA DE DEFENSA Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR"

RESERVAS · RESERVATIONS (54-11) 5256-8814 · C.A.B.A., GBA Y OTROS PAISES · C.A.B.A., GBA AND OTHER COUNTRIES
0810-345-5700 SÓLO INTERIOR DEL PAÍS · ONLY LOCAL CALLS.

NOTA LADEVI GEO.jpg (Imagen JPEG, 1280 x 930 píxeles) - Esca... <https://172.16.1.8/service/home/~/?auth=co&loc=es&id=110>

PÁG. 38 - LA AGENCIA DE VIAJES - 18 de abril de 2016

► GEOGRAPHICA

La historia y la magia de Quito por especialistas

La operadora recibió a una directiva de la entidad ecuatoriana, quien dedicó su estadía en Buenos Aires a visitar a operadores locales y realizar una didáctica acción promocional del destino.

La semana pasada visitó Buenos Aires María Belén Pacheco, coordinadora de Promoción de la Oficina de Turismo de Quito, quien durante la estadía mantuvo reuniones con operadores locales y tomó contacto con la prensa especializada para comentar la actividad de la entidad.

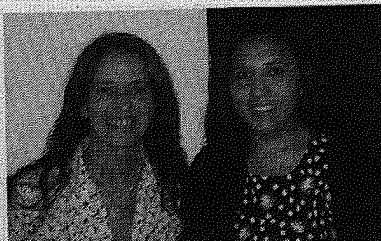
En ese contexto, en las oficinas de Geographica, y acompañada de Gabriela Bogas, socia gerenta de la operadora, la

directiva dialogó con La Agencia de Viajes.

"El argentino es un mercado muy relevante para nosotros. Entre 2014 y 2015 la llegada de visitantes de este país a Quito se incrementó en un 14%, y la tendencia sigue siendo ascendente. Por tal motivo, para cubrir todas sus necesidades, decidimos nombrar a la firma Navlink como nuestro representante en Argentina."

Al respecto, la directiva detalló: "Con ellos delineamos un plan de acciones para los próximos dos años. En ese periodo vamos a desarrollar una intensa actividad de promoción, a la vez de brindar capacitaciones y organizar eventos especiales y fam trips. Quito tiene un gran potencial y merece un tratamiento especial para su difusión, por eso hemos tomado esta iniciativa".

Asimismo, afirmó: "En este mismo marco firmamos una alianza estratégica con Gray Line Tours, que es una operadora muy fuerte de Ecuador, para tener contacto con sus clientes en Argentina. Ha sido un paso muy positivo, porque estas mayoristas ya han incorporado nuestros productos a sus ofertas".



Gabriela Bogas y María Belén Pacheco.

En cuanto al destino, la ejecutiva señaló: "Quito, que fue la primera ciudad declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, tiene una oferta turística muy variada y tentadora. Entre sus principales atractivos se encuentran su Centro Histórico, la pintoresca calle La Ronda, en el corazón de ese distrito, donde se visitan los talleres de los artesanos, los mercados tradicionales, la gastronomía local, con originales sabores, la zona La Mariscal, plena de bares y restaurantes, el sitio Mitad del Mundo, el famoso mercado de Otavalo, a 120 km. de la ciudad, y numerosos museos y atractivos naturales en las

Asimismo, con relación a la actividad y las acciones de la entidad, afirmó: "Hemos creado una certificación de calidad y buenas prácticas, que aplica para hoteles y restaurantes. Es una manera de instar a los prestadores a optimizar constantemente sus servicios y ofrecer siempre lo mejor de ellos, de modo tal que el turista reciba una atención de primer nivel".

Pacheco también mencionó la amplia oferta de alojamiento, "que va de hoteles boutique a establecimientos de las cadenas más importantes" y describió el nuevo aeropuerto de la ciudad, inaugurado en 2013: "Está ubicado a 45 minutos del centro, en un valle, lo que permitió la llegada de más aviones y la optimización de la conectividad. Actualmente hay operaciones con Madrid, Frankfurt y Fort Lauderdale, entre otros destinos. Con Buenos Aires continuamos con las frecuencias de fama. Además, desde marzo funciona un hotel Wyndham en sus inmediaciones".

Por último, indicó que "con Geographica tenemos una estrecha relación. Ahora acaban de incorporar nuestros nuevos

QUITO EN TODO SU ESPLENDOR

Título: Quito auténtico.
Duración: 5 días/4 noches.
Salida: los jueves, viernes y sábado.
Tarifa: US\$ 565, por persona en base doble.
Incluye: traslados, 4 noches de alojamiento con desayuno en hotel de categoría 5 estrellas, tour "Tradiciones de Quito", excursión a la Mitad del Mundo, tour "Quito de Noche & Gastronomía" y a elección tour "Quito, Cultura y Sabores" o "Quito Bicicleta Tour".

productos, que seguramente tendrán una buena respuesta en el mercado. Se trata de "Quito auténtico" y "Quito y Galápagos con los cinco sentidos", dos atractivos opciones para disfrutar a pleno de la ciudad y de un lugar tan magnífico como Galápagos. En 2015 llegaron a Quito 22.692 pasajeros argentinos, y nosotros estamos trabajando intensamente para incrementar esa cifra.

Informes: 5031-9318 / ventas@geographica.com.ar