

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

						FEB	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015									
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					7%	100%	FEB	FEBRERO										
Promoción Turística del DMQ	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EL MERCADO NORTEAMERICANO	Cooperado con TTOO internacionales y nacionales	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Promoción turística y publicidad en el mercado Norteamericano	Contratacion de una agencia de representación para los mercados: EEUU, Canadá y México.	Belén Pacheco	Contratación Oficina de RRPP y definición de plan promocional	1	1,00	4,17%	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Contratación de Enroute Communications como Oficina de Relaciones Públicas para mercados de Usa, Canadá y México. Se ha establecido la planificación de acciones promocionales que se realizarán a lo largo del 2015									
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado								0,00%	1,00	-											
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO internacionales								0,00%	1,00	-											
		Viajes de Familiarización para TTOO clave de norteamérica								0,00%	3,00	-											
		Activaciones BTL en mercados internacionales								0,00%	1,00	-											
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars								0,00%	1,00	-											
		Sales calls / visitas a TTOO y/o medios de comunicación								0,00%	1,00	-											
		Blog Trips								0,00%	1,00	-											
		Viajes de Prensa								0,00%	2,00	-											
		Boletines y notas de prensa								0,00%	10,00	-											
		Afiliaciones en organizaciones de turismo								0,00%	2,00	-											
		Ferias y roadshows internacionales								0,00%	4,00	-											
		PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EUROPA Y OTROS MERCADOS INTERNACIONALES								Cooperado con TTOO internacionales y nacionales	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Promoción turística y publicidad en Europa y otros mercados internacionales	Contratacion de una agencia de representación para Europa y otros mercados internacionales	Gaby Torres		Contratación Oficina de RRPP y definición de plan promocional	1,00	1,00	4,17%	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Contratación de Fame Creative Lab como Oficina de Relaciones Públicas para mercados de Europa. Se ha establecido la planificación de acciones promocionales que se realizarán a lo largo del 2015
										Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado									0,00%	1,00	-		
	Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO internacionales		0,00%	1,00	-																		
	Viajes de Familiarización para TTOO clave de Europa		0,00%	1,00	-																		
	Activaciones BTL en mercados internacionales		0,00%	5,00	-																		
	Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars		0,00%	1,00	-																		
	Sales calls		0,00%	1,00	-																		
	Blog Trips	0,00%	5,00	-																			
	Viajes de Prensa	0,00%	6,00	-																			

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

Proyección Turística del Distrito						Proyección Turística del Distrito									
						FEB	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015	
													FEB		
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					7%100%				FEBRERO	
		Boletines y notas de prensa								0,00%	10,00	-			
		Afilaciones en organizaciones de turismo								0,00%	2,00	-			
		Ferias y roadshows internacionales								0,00%	4,00	-			
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADOS REGIONALES	Alianzas estratégicas	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Promoción turística y publicidad en mercados Regionales	Gestión de alianzas estratégicas para promoción conjunta del destino	Gaby Torres	77,78%				0,00%	1,00	-			
		Cooperado con TTOO internacionales y nacionales							0,00%	1,00	-				
		Sales calls								-	-				
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado								-	-				
		Viajes de Familiarización para TTOO								-	-				
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO								-	-				
		Activaciones BTL en mercados internacionales								-	-				
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars								-	-				
		Blog Trips								-	-				
		Viajes de Prensa								-	-				
		Boletines y notas de prensa								-	-				
		Ferias y roadshows regionales		Participación en ANATO			1,00	1,00	33,33%	3,00	1,00	100,00%	Participación de Doris Peñaherrera en representación de Quito en la Feria Anato desarrollada en la ciudad de Bogotá del 25 al 27 de febrero		
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADO NACIONAL	Plan de medios ATL	Posicionar la imagen ciudad en el mercado nacional en el 2015	Contratación de agencia de Publicidad para promoción de Quito a nivel nacional	Karina Nuñez	1,23%	1,00	1,00	11,11%	9,00	1,00	100,00%	Se realizó la contratación de la agencia de publicidad AWA para a campaña en el mercado nacional y se definieron acciones para todo el 2015.		
		Activaciones BTL								0,00%	1,00	-			
		Material POP								0,00%	1,00	-			
		Publicidad en eventos relevantes								0,00%	1,00	-			
		Plan de medios digital								0,00%	7,00	-			
		Concurso de nuevas ideas para promoción de Quito		Gestión de alianzas estratégicas para promoción conjunta del destino						0,00%	1,00	-			
		Alianzas estratégicas								0,00%	1,00	-			
		Publicación de Quito en brochures de TTOO nacionales								0,00%	10,00	-			

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL D.M.Q.						PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL D.M.Q.									
						FEB	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015	
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					FEB	FEBRERO				
												7%	100%		
PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL D.M.Q.		Presencia de Marca		Contratación de presencia de marca en eventos relevantes para la ciudad	Karina Nuñez					0,00%	8,00	-			
	ORGANIZACIÓN Y/O PARTICIPACION EN EVENTOS TURISTICOS (SOPORTE PARA PROMOCIÓN DEL DESTINO)	Ferias, roadshows y activations promocionales	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Soporte para promoción del destino para posicionar la imagen ciudad en eventos nacionales e internacionales e internacionales en el 2015	Pasajes aéreos	Carla Cárdenas	Preparación de: Ferias, roadshows y activations promocionales	1,00	1,00	30,00%	40,00%	5,00	2,00	100,00%	Participación en la Vitrina Turística ANATO	
		Ferias, roadshows y activations promocionales		Pasajes aéreos											
		Ferias, roadshows y activations promocionales		Inscripciones		Inscripción a ferias de Truismo	2,00	2,00		40,00%	5,00	2,00	100,00%	Inscripción en el MINTUR para participar en ANATO e ITB	
		Ferias, roadshows y activations promocionales		Diseño y decoración stands						0,00%	1,00	-			
		Workshops y capacitaciones a industria		Realización de talleres de capacitación a la industria turística local e internacional						0,00%	6,00	-			
		Fam y press trips		Ejecución el servicio de operación turística	Alexandra Muñoz	Contratación de agencias de viajes para operación turística	3,00	3,00		50,00%	6,00	3,00	100,00%	Agencias contratadas: Europa y resto del mundo: Pure Ecuador EEUU y Canadá: Geo Reisen Latinoamérica y nacional: Endless Expeditions	
	PROMOCIÓN DE QUITO EN SEGMENTO MICE	Eventos MICE		Apoyo y/o organización de congresos, eventos y/o convenciones	Belén Pacheco				0,00%	0,00%	1,00	-			
		Eventos MICE									0,00%	3,00	-		
		Eventos MICE									0,00%	1,00	-		
		Viajes de scouting MICE	Contratación oficina de representación en segmento MICE					0,00%		1,00	-				
		Bases de datos MICE						0,00%		1,00	-				
		Boletines y notas de prensa a segmento MICE	Envío de boletines y notas de prensa a mercado MICE					0,00%		1,00	-				
		Postulaciones	Postulación de Quito como sede para eventos y congresos					0,00%		7,00	-				
		Sistemas ICCA	Inscripción ICCA					0,00%		1,00	-				

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	METAS INTERMEDIAS								
						FEB	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
													FEB	FEBRERO
										7%			100%	
		Participación en ferias y eventos MICE		Participación en ferias y eventos MICE						0,00%	2,00	-		
	COOPERADO CON MUNICIPIOS	Cooperado con municipios		Intercambio de acciones promocionales con otras ciudades	Ma. José Garzón				0,00%	0,00%	1,00	-		
	GASTOS COMUNES DE PROMOCION TURISTICA DEL DMQ	Material promocional digital en varios idiomas	Contar con material promocional actualizado para difundir los atributos y atractivos del DMQ a nivel nacional e internacional en el 2015	Dar lineamientos a Comunicación para sección de TTOO en la página web	Sonia Ruiz				13,97%	0,00%	2,00	-		
		Material promocional digital en varios idiomas		Lineamientos para la creación de videos promocionales de la ciudad (perfiles, idiomas, contenidos) - a COMUNICACIÓN						0,00%	2,00	-		
		Inventario de Material Promocional		Distribución de material promocional impreso a nivel local		Envío de material promocional a industria turística	1,00	1,00		9,09%	11,00	1,00	100,00%	Se entregó masivamente a puntos de información, hoteles, museos, agencias de viajes y TTOO
		Inventario de Material Promocional		Distribución de material promocional impreso a nivel internacional						0,00%	5,00	-		
		Material promocional de apoyo		Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional						0,00%	40,00	-		
		Material promocional de apoyo		Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional						0,00%	2.000,00	-		
		Material promocional de apoyo		Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional						0,00%	2.000,00	-		
		Transporte de personal		Servicio de transporte de personal para promoción del destino		Contratación de una empresa de transporte	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Este proceso se paso a Talento Humano, se entregó la partida presupuestaria en tiempo y forma para la contratación
		Impuesto al Valor Agregado		Impuesto al Valor Agregado		Pago de IVA	1,00	1,00		16,67%	12,00	2,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto