

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable
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	Contratación de una agencia de representación para los mercados: EEUU, Canadá y México.	Belén Pacheco
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado			
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO internacionales			
		Viajes de Familiarización para TTOO clave de norteamérica			
		Activaciones BTL en mercados internacionales			
		Capacitaciones y/o presentaciones de destino Quito, sales calls, visitas a TTOO y/o prensa			
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars			
		Sales calls / visitas a TTOO y/o medios de comunicación			
		Blog Trips			
		Viajes de Prensa			
		Boletines y notas de prensa			
		Afiliaciones en organizaciones de turismo			

METAS INTERMEDIAS

JUL	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
							JUL	JULIO
				54%			96%	
			51,66%	50,00%	2,00	1,00		
				0,00%	1,00	-		
				0,00%	1,00	-		
	Fam Trip Usa y Canadá	1,00	1,00	66,67%	3,00	2,00	100,00%	Se realizó un viaje de familiarización a la ciudad con la presencia de 5 tour operadores de Usa y Canadá: Pacific Holidays, Condor Tours & Travel , Travcoa South American Travel y Adventure Abroad quienes conocieron lugares icónicos de Quito y sus alrededores.
				50,00%	2,00	1,00		
				61,54%	13,00	8,00		
				100,00%	1,00	1,00		
				-	-	-		
				66,67%	3,00	2,00		
	Press trip Canadá	1,00	1,00	66,67%	3,00	2,00	100,00%	Se recibió a la periodista canadiense Linda Chichanowicz del medio World Travel Radio quien visitó la ciudad de Quito y sus alrededores.
	Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Norteamérica	1,00	1,00	70,00%	10,00	7,00	100,00%	Se envió un boletín de noticias a los mercados internacionales norteamericanos de Usa, Canadá México donde se resaltaron noticias importantes como: Yunguilla para turismo comunitario, la inclusión de Quito en ICCA y la gastronomía tradicional de Quito.
	Afiliación ATTA	1,00	1,00	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se registró la afiliación de Quito en la Adventure Travel Trade Association, asociación de turismo especializada en el segmento de aventura.

PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADOS REGIONALES	PUBLICIDAD EN MEDIOS	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Promoción turística y publicidad en mercados Regionales	Publicidad en medios para promoción regional	Gaby Torres				100,00%	1,00	1,00			
	Cooperado con TTOO internacionales y nacionales		Cooperado TTOO Argentina		1,00	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Cooperado con la operadora Consolid, con la cua se van a realizar capacitaciones, press y fam trips del mercado argentino.		
	Sales calls							-	-				
	Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado						0,00%	1,00	-				
	Viajes de Familiarización para TTOO						0,00%	8,00	-				
	Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO							-	-				
	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	-				
	Blog Trips							-	-				
	Viajes de Prensa						0,00%	8,00	-				
	Blog DIGITAL						0,00%	5,00	-				
	Boletines y notas de prensa		Boletín y nota de prensa		1,00	1,00	16,67%	6,00	1,00	100,00%	Se envió boletín al mercado brasiero. Los temas fueron: 9 razones para visitar Quito en verano, El Turismo MICE se fortalece en Quito y Quito es destino de alto cultura.		
	Ferias y roadshows regionales						66,67%	3,00	2,00				
	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	Campaña radial	1,00	1,00	57,20%	55,56%	9,00
Activaciones BTL		Activación BTL campaña WTA	1,00	1,00				100,00%	1,00	1,00	100,00%	La agencia de publicidad realizó activaciones BTL en distintas empresas turísticas, colegios, universidades, empresas privadas para incentivar el voto por Quito en los World Travel Awards durante 7 días con un equipo de promotores y supervisores. Se promovió la ciudad y la participación en el concurso.	
Material POP								50,00%	2,00	1,00			
Publicidad en eventos relevantes									-	-			
Plan de medios digital								23,08%	13,00	3,00			
Desarrollo de micrositio y rutas		Desarrollo de micrositio para campaña digital	1,00	1,00				100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se desarrolló el micrositio descubre.quito.com.ec que contiene toda la información general de la campaña a nivel local y nacional con los planes propuestos para la promoción de Quito.	
								0,00%	10,00	-			
Concurso de nuevas ideas para promoción de Quito									-	-			
Alianzas estratégicas		Gestión de alianzas estratégicas para promoción conjunta del destino				100,00%	1,00	1,00					

		Bases de datos MICE						100,00%	1,00	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					50,00%	8,00	4,00		
		Organización de eventos mice	Conferencia Mice Quito					0,00%	1,00	-		
		Reuniones	Reuniones estratégicas	Reunion actores estrategicos	1,00	1,00		50,00%	2,00	1,00	100,00%	Reunion mantenida con universidades para definir necesidades referentes a la captación de eventos internacionales y de que manera como ciudad podemos atenderlas
		Sistemas ICCA	Inscripción ICCA					100,00%	1,00	1,00		
		Participación en ferias y eventos MICE	Participación en ferias y eventos MICE					66,67%	3,00	2,00		Por error involuntario se había colocado la meta de participación en ICCA LATAM en otra línea pero se debe registrar en el proyecto PARTICIPACION EN FERIAS Y EVENTO MICE para el mes de septiembre
	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	Dar lineamientos a Comunicación para sección de TTOO en la página web	Sonia Ruiz				73,40%	50,00%	2,00	1,00	
		Material promocional digital en varios idiomas	Lineamientos para la creación de videos promocionales de la ciudad (perfiles, idiomas, contenidos) - a COMUNICACIÓN						50,00%	2,00	1,00	
		Inventario de Material Promocional	Distribución de material promocional impreso a nivel local		Envío de material promocional a industria turística	1,00	1,00	54,55%	11,00	6,00	100,00%	Envío de material promocional a la oficina de representación en Brasil
			Distribución de material promocional impreso a nivel internacional					75,00%	4,00	3,00		
		Material promocional de apoyo	Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional					232,16%	1.760,00	4.086,00		
								100,00%	3.550,00	3.550,00		
								72,73%	1.100,00	800,00		
		Transporte de personal	Servicio de transporte de personal para promoción del destino					100,00%	1,00	1,00		
		Impuesto al Valor Agregado	Impuesto al Valor Agregado		Pago de IVA	1,00	1,00	58,33%	12,00	7,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto