

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

						MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% 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									MAR	MARZO	
											30%			94%		
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				50,00%	23,33%	50,00%	2,00	1,00			
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado							0,0%		0,00%	1,00	-			
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO internacionales							0,0%		0,00%	1,00	-			
		Viajes de Familiarización para TTOO clave de norteamérica				Fam Trip Usa	1,00	1,00	33,3%		33,33%	3,00	1,00	100,00%	Mega Viaje de Familiarización I.T.S. TOURS, MEETINGS & INCENTIVES con la participación de 13 agentes de viajes de USA (21 al 25 febrero)	
		Activaciones BTL en mercados internacionales							0,0%		0,00%	1,00	-			
		Capacitaciones y/o presentaciones de destino Quito, sales calls, visitas a TTOO y/o prensa				Definición de plan de capacitaciones en Norteamérica	1,00	1,00	50,0%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se ha planificado la ronda de capacitaciones de destino y visitas a TTOO de Estados Unidos y Canadá durante el Roadshow "All You Need is Ecuador" que estará visitando varias ciudades de estos dos países entre las que se destacan: Vancouver, Montreal, Toronto, New York, Chicago, Seattle, San Francisco, Los Ángeles, Boston y otras durante el mes de mayo. Unificada en informe técnico N°QT-DM-0023-2015, literal 4.11: Capacitaciones y/o presentaciones de destino Quito, sales calls, visitas a TTOO y/o prensa	
		Sales calls / visitas a TTOO y/o medios de comunicación							100,0%		100,00%	1,00	1,00		Unificada en informe técnico N°QT-DM-0023-2015, literal 4.11: Capacitaciones y/o presentaciones de destino Quito, sales calls, visitas a TTOO y/o prensa	
		Blog Trips							0,0%		0,00%	1,00	-			
		Viajes de Prensa							0,0%		0,00%	2,00	-			
		Boletines y notas de prensa				Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Norteamérica	1,00	2,00	20,0%		20,00%	10,00	2,00	100,00%	Se enviaron dos notas de prensa a los mercados de Usa y Canadá sobre Semana Santa y Inicio de Campaña de Votación World Travel Awards.	
		Afilaciones en organizaciones de turismo							0,0%		0,00%	2,00	-			
		Ferias y roadshows internacionales							0,0%		0,00%	4,00	-			
						Cooperado con TTOO internacionales y nacionales					50,0%	50,00%	2,00	1,00		
						Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado					0,0%	0,00%	1,00	-		

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

																
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015	
											30%			94%	MARZO	
PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EUROPA Y OTROS MERCADOS INTERNACIONALES		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO internacionales	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Promoción turística y publicidad en Europa y otros mercados internacionales	Contratación de una agencia de representación para Europa y otros mercados internacionales	Gaby Torres				0,0%	31,67%	0,00%	1,00	-		Reforma programática abril 2015 (II); memo: No. QT-DM-145-2015, el 6 de abril de 2015. Se corrige el mercado del producto, puesto que hay un error	
								0,0%	0,00%		1,00	-				
		Activaciones BTL en mercados internacionales					2,00	2,00	40,0%		40,00%	5,00	2,00	100,00%	Se realizó un Showcooking sobre la fanesca con blogueros españoles en el Restaurante Kitchen Club de la ciudad de Madrid (26 Mar) Se participó en la feria Internacional gastronómica IFE 2015 de la ciudad de Londres, donde Quito tuvo un stand en conjunto con Proecuador, hubo una muestra gastronómica y se brindó una cena a periodistas top de UK donde se presentaron los "imperdibles de la Cocina Quiteña" (22 al 25 Marzo)	
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars					1,00	1,00	50,0%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se ha planificado el ciclo de capacitaciones y visitas para TTOO de Reino Unido, el mismo que se desarrollará del 15 al 19 de junio de este año en la ciudad de Londres.	
		Sales calls							100,0%		100,00%	1,00	1,00		Se unificaron dos productos en uno solo puesto que el objetivo de la actividad es el mismo	
		Blog Trips							0,0%		0,00%	5,00	-			
		Viajes de Prensa							0,0%		0,00%	6,00	-			
		Boletines y notas de prensa					1,00	3,00	30,0%		30,00%	10,00	3,00	100,00%	Se ha enviado un boletín de prensa a los mercados europeos sobre la Semana Santa, el nuevo blog de Quito, las actividades de la Ronda y la campaña World Travel Awards Se enviaron dos notas de prensa sobre Semana Santa y la Fanesca	
		Afiliaciones en organizaciones de turismo					2,00	2,00	66,7%		66,67%	3,00	2,00	100,00%	Se afilió a la ciudad de Quito a la OMT (Organización Mundial del Turismo) y a LATA (Latin America Travel Association)	
		Ferias y roadshows internacionales					1,00	1,00	25,0%		25,00%	4,00	1,00	100,00%	Quito participó en la Feria ITB Berlín del 4 al 8 de marzo, con la representación de Ma. José Garzón, Directora de Mercadeo.	

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DTMQ						METAS INTERMEDIAS												
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015			
														MAR				
																30%		
		Alianzas estratégicas	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Promoción turística y publicidad en mercados Regionales	Gestión de alianzas estretégicas para promoción conjunta del destino	Gaby Torres				0,0%	11,11%	0,00%	1,00	-					
		Cooperado con TTOO internacionales y nacionales						0,0%	0,00%		2,00	-						
		Sales calls						#(DIV/0)			-	-						
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado						#(DIV/0)			-	-						
		Viajes de Familiarización para TTOO						#(DIV/0)			-	-						
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO						#(DIV/0)			-	-						
		Activaciones BTL en mercados internacionales				Contratación de una agencia de representación para mercados Regionales		#(DIV/0)			-	-						
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars						#(DIV/0)			-	-						
		Blog Trips						#(DIV/0)			-	-						
		Viajes de Prensa						#(DIV/0)			-	-						
		Boletines y notas de prensa						#(DIV/0)			-	-						
		Ferias y roadshows regionales						33,3%			33,33%	3,00	1,00					
	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	22,2%	24,69%	22,22%	9,00	2,00	100,00%	Se realizó campaña radial para promocionar Quito y los planes disponibles en la ciudad, así como eventos relevantes como fue el Festival de Jazz en la ciudad			
								0,0%	0,00%		1,00	-						
						Activaciones BTL			0,0%		0,00%	1,00	-					
						Material POP												
						Publicidad en eventos relevantes			100,0%		100,00%	1,00	1,00		Reforma			
						Plan de medios digital			0,0%		0,00%	7,00	-					
				Concurso de nuevas ideas para promoción de Quito				100,0%	100,00%		1,00	1,00		Reforma				
				Alianzas estratégicas			Gestión de alianzas estretégicas para promoción conjunta del destino						0,0%	0,00%	1,00	-		
				Acercamiento a industria turística local			Gestión y seguimiento con TTOO locales y nacionales para publicación de Quito en su oferta turística						0,0%	0,00%	10,00	-		
				Presencia de Marca			Contratación de presencia de marca en eventos relevantes para la ciudad	Karina Nuñez					0,0%	0,00%	8,00	-		
		Ferias, roadshows y activaciones promocionales		Pasajes aéreos					100,0%		100,00%	2,00	2,00					

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
														MAR	
											30%			94%	MARZO
	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 en el 2015	Pasajes aéreos	Carla Cárdenas	Eliminado			100,0%	40,83%	100,00%	1,00	1,00		
		Ferias, roadshows y activations promocionales		Evento ESTC/TIES					0,0%		0,00%	1,00	-		
		Ferias, roadshows y activations promocionales		Inscripciones		Inscripción a ferias de Truismo	1,00	1,00	60,0%		60,00%	5,00	3,00	100,00%	Se realizó el proceso de inscripción de Roadshow USA & Canadá
		Ferias, roadshows y activations promocionales		Diseño y decoración stands					0,0%		0,00%	1,00	-		
		Workshops y capacitaciones a industria		Realización de talleres de capacitación a la industria turística local e internacional		Adelanto: Workshops		1,00	16,7%		16,67%	6,00	1,00		Se realizó un Workshop entre TTOO locales y los agentes de viajes del FAM I.T.S. TOURS, MEETINGS & INCENTIVES
		Fam y press trips		Ejecución el servicio de operación turística	Alexandra Muñoz				25,0%		0,00%	1,00	-		
	PROMOCIÓN DE QUITO EN SEGMENTO MICE	Eventos MICE		Apoyo y/o organización de congresos, eventos y/o convenciones	Norma Bock				33,33%	22,22%	0,00%	1,00	-		
											100,00%	1,00	1,00		
											0,00%	1,00	-		
		Viajes de scouting MICE		Contratación oficina de representación en segmento MICE					0,0%		0,00%	1,00	-		
		Bases de datos MICE							0,0%		0,00%	1,00	-		
		Boletines y notas de prensa a segmento MICE		Envío de boletines y notas de prensa a mercado MICE					0,0%		0,00%	1,00	-		
		Postulaciones		Postulación de Quito como sede para eventos y congresos					0,0%		0,00%	7,00	-		

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



METAS INTERMEDIAS

						CONTROLES Y SEGUIMIENTO ANUAL									
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
														MAR	
											30%			94%	MARZO
GASTOS COMUNES DE PROMOCION TURISTICA DEL DMQ		Sistemas ICCA		Inscripción ICCA		Cambiada a Mercado Europa - Reforma Programática - ajuste metas	1,00	1,00	100,0%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Eliminada: Reforma programática abril 2015 (II); memo: No. QT-DM-145-2015, el 6 de abril de 2015; Ver informe técnico N°QT-DM-0023-2015, literal 4.7 y 4.17
		Participación en ferias y eventos MICE					0,0%	0,00%	3,00		-				
	COOPERADO CON MUNICIPIOS	Cooperado con municipios		Intercambio de acciones promocionales con otras ciudades	Ma. José Garzón				0,0%	0,00%	0,00%	1,00	-		
		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				0,0%	38,13%	0,00%	2,00	-		
				Lineamientos para la creación de videos promocionales de la ciudad (perfiles, idiomas, contenidos) - a COMUNICACIÓN					0,0%		0,00%	2,00	-		
				Distribución de material promocional impreso a nivel local		Envío de material promocional a industria turística	1,00	1,00	18,2%		18,18%	11,00	2,00	100,00%	
		Inventario de Material Promocional		Distribución de material promocional impreso a nivel internacional					0,0%		0,00%	5,00	-		
		Material promocional de apoyo		Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional		Impresión de material promocional	15,00	86,00	100,0%		215,00%	40,00	86,00	100,00%	
		Material promocional de apoyo		Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional		Adquisición de dispositivos de almacenamiento (dvd)	1.000,00	2.500,00	100,0%		125,00%	2.000,00	2.500,00	100,00%	
		Material promocional de apoyo		Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional					0,0%		0,00%	2.000,00	-		
		Transporte de personal		Servicio de transporte de personal para promoción del destino					100,0%		100,00%	1,00	1,00		
		Impuesto al Valor Agregado		Impuesto al Valor Agregado		Pago de IVA	1,00	1,00	25,0%		25,00%	12,00	3,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto