QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL MAY	OBSERVACIONES 2015 MAYO
										40%			100%	
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				43,32%	50,00%	2,00	1,00		
		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								33,33%	3,00	1,00		
		Activaciones BTL en mercados internacionales				Activación BTL en mercados de norteamérica	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se realizó el primer Twitter Party en Canadá el 28 de Mayo a las 8PM EST se promocionó a Quito como un destino de viaje para familias canadienses. Se llegó a alrededor de 500 mil seguidores. Hashtag #FamTimeQuito fue el # 1 como trending topic en Canadá por 35 min.
		Capacitaciones y/o presentaciones de destino Quito, sales calls, visitas a TTOO y/o prensa				Capacitaciones y/o presentaciones, salles calls y visitas a TTOO US y CA (MAYO - #8)	8,00	8,00		61,54%	13,00	8,00	100,00%	
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars								100,00%	1,00	1,00		
		Sales calls / visitas a TTOO y/o medios de comunicación									-	-		
		Blog Trips								0,00%	1,00	-		
		Viajes de Prensa								50,00%	2,00	1,00		
		Boletines y notas de prensa				Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Norteamérica	1,00	2,00		50,00%	10,00	5,00	100,00%	Se envió una nota de prensa a los mercados de Usa y Canadá sobre la participación en el Roadshow. Se envió un boletín de noticias a los mercados de Usa, Canadá y México con novedades del Destino como: proyectos, nuevos atractivos y curisidades.
		Afiliaciones en organizaciones de turismo								50,00%	2,00	1,00		
		Ferias y roadshows internacionales				Adicional: Participación de Quito en el Roadshow "All You Need is Ecuador", organizado por MINTUR del 4 al 15 de Mayo		1,00		25,00%	4,00	1,00		Participación de Quito en el Roadshow "All You Need is Ecuador", organizado por MINTUR del 4 al 15 de Mayo, se visitaron 10 ciudades de Usa y Canadá (Vancouver, Seattle, San Francisco, Los Angeles, Chicago, Toronto, Montreal, Boston, New York y Atlanta)

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL MAY	OBSERVACIONES 2015 MAYO
										40%			100%	
	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				51,06%	100,00%	2,00	2,00		
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado								100,00%	1,00	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				Activacion BTL en mercados Europa	1,00	1,00		60,00%	5,00	3,00	100,00%	En mayo se realizó un cooking show en Alemania
		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								100,00%	1,00	1,00		
		Sales calls									-	-		
		Blog Trips								0,00%	5,00	-		Tuvimos la visita de Travel Inspires
		Viajes de Prensa				Press Trip Reino Unido	1,00	1,00		16,67%	6,00	1,00	100,00%	Tuvimos la visita de una periodista alemana llamada Tina Engler
		Boletines y notas de prensa				Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Europa	1,00	2,00		60,00%	10,00	6,00	100,00%	Este mes se envió una nota de prensa y un boletin
		Afiliaciones en organizaciones de turismo								100,00%	2,00	2,00		
		Ferias y roadshows internacionales								25,00%	4,00	1,00		
	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 estretégicas para promoción conjunta del destino	Gaby Torres				22,22%	0,00%	1,00	-		
		Cooperado con TTOO internacionales y nacionales		Contratacion de una agencia de representación para mercados Regionales						0,00%	2,00	-		Se realizó un cooperado con Consollid de Argentina y se busca realiar otro cooperado en Colombia para el próximo mes
		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									-	-		

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL MAY	OBSERVACIONES 2015 MAYO
										40%			100%	
		Blog Trips									-	-		
		Viajes de Prensa									-	-		
		Boletines y notas de prensa									-	-		
		Ferias y roadshows regionales								**66,67%**	3,00	2,00		Se asistió a Anato en Colombia y WTM en Brasil. Se asistirá a FIT en Argentina en octubre.
	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				**23,13%**	**33,33%**	9,00	3,00		
		Activaciones BTL								**0,00%**	1,00	-		
		Material POP				Realización material POP	1,00	**1,00**		**100,00%**	1,00	1,00	100,00%	Se elaboró material POP de la campaña WTA para incentivar el voto por Quito.
		Publicidad en eventos relevantes									-	-		
		Plan de medios digital				Campaña digital para el mercado nacional	1,00	**1,00**		**28,57%**	7,00	2,00	100,00%	Se esta pautando en Facebook y Google Adwords con anuncios de la campaña general de Quito a nivel nacional.
		Concurso de nuevas ideas para promoción de Quito									-	-		
		Alianzas estratégicas		Gestión de alianzas estretégicas para promoción conjunta del destino						**0,00%**	1,00	-		
		Acercamiento a industria turística local		Gestión y seguimiento con TTOO locales para acciones conjuntas						**0,00%**	10,00	-		
		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	Ferias, roadshows y activaciones promocionales	Cumplir con las actividades establecidas en el Proyecto de Soporte para promoción del destino para posicionar	Pasajes aéreos	Carla Cárdenas				**47,22%**	**40,00%**	5,00	2,00		
				Pasajes aéreos						**100,00%**	1,00	1,00		
				Inscripciones						**60,00%**	5,00	3,00		

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL MAY	OBSERVACIONES 2015 MAYO
										40%			100%	
	PROMOCIÓN DEL DESTINO)		la imagen ciudad en eventos nacionales e internacionales en el 2015	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						**16,67%**	6,00	1,00		
		Fam y press trips		Ejecución el servicio de operación turística	Alexandra Muñoz					**66,67%**	6,00	4,00		
	PROMOCIÓN DE QUITO EN SEGMENTO MICE	Eventos MICE		Apoyo y/o organización de congresos, eventos y/o convenciones	Norma Bock				30,95%	**0,00%**	1,00	-		
		Eventos MICE								**0,00%**	3,00	-		
		Eventos MICE				Organizacion evento ciudad	1,00	**1,00**		**100,00%**	1,00	1,00	100,00%	Convención Coca Cola
		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						**28,57%**	7,00	2,00		
		Sistemas ICCA		Inscripción ICCA						**100,00%**	1,00	1,00		
		Participación en ferias y eventos MICE		Participación en ferias y eventos MICE		Participacion en IMEX	1,00	**1,00**		**50,00%**	2,00	1,00	100,00%	Participación IMEX
	COOPERADO CON MUNICIPIOS	Cooperado con municipios		Intercambio de acciones promocionales con otras ciudades	Ma. José Garzón				0,00%	**0,00%**	1,00	-		Presentación de empresa a los similares de turismo en las GADs de las ciudades de: Santo Domingo, Cuenca; Guayaquil; Latacunga; Orellana; Cotacachi; Riobamba; Alausí (24 de abril de 2015)
		Material promocional digital en varios idiomas		Dar lineamientos a Comunicación para sección de TTOO en la página web						**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		

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL MAY	OBSERVACIONES 2015 MAYO
										40%			100%	
	GASTOS COMUNES DE PROMOCION TURISTICA DEL DMQ	Inventario de Material Promocional	Contar con material promocional actualizado para difundir los atributos y atractivos del DMQ a nivel nacional e internacional en el 2015	Distribución de material promocional impreso a nivel local	Sonia Ruiz	Envío de material promocional a industria turística	1,00	**1,00**	**51,99%**	**36,36%**	11,00	4,00	100,00%	Se envió material promocional (mapas, escapadas de fin de semana, experimenta en inglés y español, La Ronda , Cocina Quiteña, 10 razones para visitar Quito, Hospedat, mapas del Ecuador a Hoteles, Museos, Puntos de Información
				Distribución de material promocional impreso a nivel internacional		Envío Internacional de material promocinal	3,00	**3,00**		**60,00%**	5,00	3,00	100,00%	Se envío material promocional a las oficinad de Relaciones Públicas de los mercados internacionales de Lóndres, Estados Unidos y México
		Material promocional de apoyo		Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional						**4,89%**	1.760,00	86,00		
										125,00%	2.000,00	2.500,00		
										25,00%	2.000,00	500,00		
		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**		**41,67%**	12,00	5,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto