QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL NOV	OBSERVACIONES 2015 NOVIEMBRE
									93%			83%	
Promoción Turística del DMQ	**PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EL MERCADO NORTEAMERICANO**	Cooperado con TTOO internacionales y nacionales	Contratacion de una agencia de representación para los mercados: EEUU, Canadá y México.	Belén Pacheco				**98,33%**	**150,00%**	2,00	3,00		
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado							**200,00%**	1,00	2,00		
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO internacionales							**100,00%**	1,00	1,00		
		Viajes de Familiarización para TTOO clave de norteamérica							**100,00%**	3,00	3,00		
		Activaciones BTL en mercados internacionales							**100,00%**	2,00	2,00		
		Capacitaciones y/o presentaciones de destino Quito, sales calls, visitas a TTOO y/o prensa			A TTOO México (NOVIEMBRE - #5)	5,00			**369,23%**	13,00	48,00	0,00%	Las capacitaciones a la industria turística de México se realizaron en el mes de octubre y se reportaron en el avance de metas correspondientes a este mes.
		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			Blog Trip Usa y Canadá (dos cumplidas en primer semestre)	1,00	**1,00**		**100,00%**	3,00	3,00	100,00%	Ejecución de Blog Trip Usa con la participación de 6 blogueras estadounidenses : Tripping with Terri, The Style and Beauty Doc, Tracy New York Life, Ladydee, Will Run for miles, Dreams in Heels, que visitaron la ciudad de Quito y Cuenca pues se trabajó en una alianza con esta ciudad para promoción del Ecuador.
		Viajes de Prensa							**100,00%**	3,00	3,00		
		Boletines y notas de prensa			Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Norteamérica	1,00	**1,00**		**140,00%**	10,00	14,00	100,00%	Envío del boletín de noticias a los mercados de Usa, Canadá y México que resaltaron novedades de la ciudad como: Quito, un destino de calidad; La Cerveza Artesanal, La ciudad como Galería y los Recuerdos que puedes llevate de Quito.
		Afiliaciones en organizaciones de turismo							**100,00%**	2,00	2,00		

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL NOV	OBSERVACIONES 2015 NOVIEMBRE
									93%			83%	
		Ferias y roadshows internacionales							**80,00%**	5,00	4,00		
		Storytelling	Producción de videos - storytelling con campaña de promoción	Belén Pacheco						-	-		
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EUROPA Y OTROS MERCADOS INTERNACIONALES	Cooperado con TTOO internacional EUROPA	Contratacion de una agencia de representación para Europa y otros mercados internacionales	Gaby Torres				**98,47%**	**100,00%**	4,00	4,00		
		Contratacion de una agencia de representación para Europa y otros mercados internacionales							**100,00%**	1,00	1,00		
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado							**200,00%**	1,00	2,00		
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO internacionales							**100,00%**	1,00	1,00		
		Viajes de Familiarización para TTOO clave de Europa								-	-		Eliminado de acuerdo a memo No. QT-DM-327-2015 del 24 de julio de 2019
		Activaciones BTL en mercados internacionales							**100,00%**	3,00	3,00		
		Capacitaciones y/o presentaciones de destino Quito, sales calls, visitas a TTOO y/o prensa							**175,00%**	4,00	7,00		
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars							**100,00%**	1,00	1,00		
		Sales calls								-	-		
		Blog Trips			Blog trip Europa	3,00	**2,00**		**90,00%**	10,00	9,00	66,67%	Este mes recibimos a dos bloggers de España que visitaron la ciudad con el apoyo de LAN dentro de un programa que se llama LAN Destino Sudamérica. Los bloggers corresponden al medio Mochileros TV que están considerados dentro de los 20 blogs más influyentes de España.

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL NOV	OBSERVACIONES 2015 NOVIEMBRE
									93%			83%	
		Viajes de Prensa			Press trip Europa	4,00	**2,00**		**91,67%**	12,00	11,00	50,00%	Este mes tuvimos la presencia de Kiki Baron y Paul Spierenburg de Alemania. Ella va a escribir para los siguientes medios: 1.Connoisseur circle: revista de estilo de vida trimestral. En Alemania 48.000 suscriptores, Austria 31.000 suscriptores y Suiza 14.000. 2. revista Traveller´s World. Revista de Viajes premium con 15.000 ejemplares mensuales. 3. Icon: suplemento dominical de estilo de vida publicado una vez al mes con 192.000 ejemplares. y para el periodico dominical más grande de Alemania; Welt am Sonntag que circula con 40.000 ejemplares. Sus páginas son: http://www.reisen-speisen-abenteuer.de/ y http://www.spierenburg.de/. Un peridista que se iba a unir a estos dos periodistas Alemanes canceló el viaje porque no pudo conseguir vuelos para las fechas indicadas. Y el peridosta que falta va a venir como delegado de Nat Geo Holanda en el mes de diciembre. Se solicita hacer el arrastre de un periodista para el mes de diciembre.
		Boletines y notas de prensa			Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Europa	1,00	**2,00**		**170,00%**	10,00	17,00	200,00%	Este mes se envió una nota de prensa con el tema: Vive la Navidad en Quito donde se resaltaban las actividades que se llevan a cabo en la ciudad por las festividades católicas. También se envió un boletín con los siguientes temas: Quito es uno de los 10 destinos para visitar en 2016, según Lonely Planet, Quito, un destino de calidad turística, Gratis en Quito: 10 actividades por hacer.
		Afiliaciones en organizaciones de turismo							**150,00%**	2,00	3,00		
		Ferias y roadshows internacionales			Participación WTM UK	1,00	**1,00**		**100,00%**	4,00	4,00	100,00%	La feria se realizó del 2 al 5 de noviembre en Londres. El delegado fue Patricio Gaybor y contó con el apoyo de la agencia de representación Branding Latin America.
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADOS REGIONALES	Alianzas estratégicas	Gestión de alianzas estretégicas para promoción conjunta del destino	Gaby Torres				**98,18%**	**100,00%**	1,00	1,00		
		PUBLICIDAD EN MEDIOS	Publicidad en medios para promoción regional						**100,00%**	1,00	1,00		
		Cooperado con TTOO internacionales y nacionales	Contratacion de una agencia de representación para mercados Regionales						**100,00%**	2,00	2,00		
		Sales calls								-	-		
		Campañas publicitarias en medios impresos y digitales de acuerdo al perfil del turista del mercado							**100,00%**	1,00	1,00		
		Viajes de Familiarización para TTOO							**112,50%**	8,00	9,00		
		Publicaciones de Quito en brochures y web de TTOO								-	-		
		Activaciones BTL en mercados internacionales							**100,00%**	1,00	1,00		
		Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars							**100,00%**	1,00	1,00		
		Blog Trips								-	-		
		Viajes de Prensa							**100,00%**	8,00	8,00		

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL NOV	OBSERVACIONES 2015 NOVIEMBRE
									93%			83%	
		Blog DIGITAL			Blog digital	1,00	**1,00**		**80,00%**	5,00	4,00	100,00%	AFT actualiza cada mes los textos de los blogs que le proveemos desde aquí.
		Boletines y notas de prensa			Boletín y nota de prensa	1,00	**2,00**		**183,33%**	6,00	11,00	100,00%	Este mes se envió una nota de prensa con el tema: Quito es uno de los 10 destinos para visitar en 2016, según Lonely Planet,y un boletín con los temas de: cerveza artesanal, Quito será sede de importantes eventos en el segmento MICE en el 2016 y 2017 y el Museo arqueológico de La Florida.
		Ferias y roadshows regionales							**100,00%**	3,00	3,00		
	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADO NACIONAL	Plan de medios ATL	Contratación de agencia de Publicidad para promoción de Quito a nivel nacional	Karina Nuñez				**85,83%**	**88,89%**	9,00	8,00		
									0,00%	1,00	-		
									100,00%	1,00	1,00		
		Activaciones BTL							**100,00%**	1,00	1,00		
		Material POP							**100,00%**	2,00	2,00		
		Publicidad en eventos relevantes								-	-		
		Plan de medios digital			Campaña digital para el mercado nacional y Plaza Chica	2,00	**2,00**		**76,92%**	13,00	10,00	100,00%	Se pautó en medios digitales la campaña nacional "Mucho más por Descubrir" y campaña promocional de Plaza Chica.
		Pautaje en medios nacionales			Pautaje en medio impreso nacional	1,00	**2,00**		**150,00%**	2,00	3,00	100,00%	Se publicaron 2 publireportajes en revista Cosas promocionando el premio como Destino Líder de Sudamérica en los World Travel Awards y Cocina Quiteña
		Desarrollo de micrositio y rutas							**100,00%**	1,00	1,00		
									110,00%	10,00	11,00		
		Concurso de nuevas ideas para promoción de Quito								-	-		
		Activaciones promocionales	Contratación del servicio de activaciones promocional para incentivar el voto WTA						**100,00%**	1,00	1,00		
		Alianzas estratégicas	Gestión de alianzas estretégicas para promoción conjunta del destino						**100,00%**	1,00	1,00		

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL NOV	OBSERVACIONES 2015 NOVIEMBRE
									93%			83%	
		Pautaje en medios nacionales	Pautaje en medios impresos nacionales							-	-		
		Acercamiento a industria turística local	Gestión y seguimiento con TTOO locales para acciones conjuntas						**125,00%**	12,00	15,00		
		Presencia de Marca	Contratación de presencia de marca en eventos relevantes para la ciudad	Karina Nuñez					**50,00%**	12,00	6,00		
	ORGANIZACIÓN Y/O PARTICIPACION EN EVENTOS TURISTICOS (SOPORTE PARA PROMOCIÓN DEL DESTINO)	Ferias, roadshows y activaciones promocionales	Pasajes aéreos					**94,39%**	**100,00%**	5,00	5,00		
			Pasajes aéreos						**100,00%**	1,00	1,00		
			Inscripciones	Carla Cárdenas					**100,00%**	5,00	5,00		
			Diseño y decoración stands						**100,00%**	1,00	1,00		
		Workshops y capacitaciones a industria	Realización de talleres de capacitación a la industria turística local e internacional		Workshop y/o capacitacion mercado internacional	2,00	**2,00**		**100,00%**	6,00	6,00	100,00%	Se realizaron dos webinars del destino Quito en USA & Canadá, a través del cooperado con Collette Vacations
		Fam y press trips	Ejecución el servicio de operación turística	Alexandra Muñoz					**85,71%**	7,00	6,00		
									75,00%	4,00	3,00		
		Eventos MICE	Apoyo y/o organización de congresos, eventos y/o convenciones					**85,42%**	**200,00%**	1,00	2,00		
										-	-		
					Taller de capacitación segmento MICE	1,00	-		**0,00%**	1,00	-	0,00%	En el ultimo comité mice se acordó que el taller Mice se aplazaría a principios del mes de enero 2016, debido a la transición que Quito Turismo tendrá con la Gerencia General, con el ojetivo de que la nueva gerencia participe dentro del taller.

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	METAS INTERMEDIAS NOV	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL NOV	OBSERVACIONES 2015 NOVIEMBRE
									93%			83%	
	PROMOCIÓN DE QUITO EN SEGMENTO MICE			Norma Bock					100,00%	1,00	1,00		
		Viajes de scouting MICE	Contratación oficina de representación en segmento MICE						100,00%	1,00	1,00		Se han realizado acercamientos con oficinas de representación pero por falta de presupuesto no se va a contratar una oficina en el exterior este año
									50,00%	2,00	1,00	0,00%	
		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						100,00%	1,00	1,00		
		Postulaciones	Postulación de Quito como sede para eventos y congresos						75,00%	8,00	6,00		
		Organización de eventos mice	Conferencia Mice Quito						100,00%	1,00	1,00		
		Reuniones	Reuniones estratégicas						100,00%	2,00	2,00		
		Sistemas ICCA	Inscripción ICCA						100,00%	1,00	1,00		
		Participación en ferias y eventos MICE	Participación en ferias y eventos MICE						100,00%	3,00	3,00		
	COOPERADO CON MUNICIPIOS	Cooperado con municipios	Intercambio de acciones promocionales con otras ciudades	Ma. José Garzón				100,00%	100,00%	1,00	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				92,15%	100,00%	2,00	2,00		
			Lineamientos para la creación de videos promocionales de la ciudad (perfiles, idiomas, contenidos) - a COMUNICACIÓN						100,00%	2,00	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**		90,91%	11,00	10,00	100,00%	Se realizó la distribución de material promocional en hoteles , museos y puntos de información
			Distribución de material promocional impreso a nivel internacional						100,00%	4,00	4,00		

QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ

METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL NOV	OBSERVACIONES 2015 NOVIEMBRE
									93%			83%	
		Material promocional de apoyo	Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional						**80,34%**	5.086,00	4.086,00		
									93,42%	3.800,00	3.550,00		
					Adquisición de souvenirs	250,00	**250,00**		**72,97%**	1.850,00	1.350,00	100,00%	Se adquirieron trompos de escritorio de madera, souvenirs que se destinarán a viajes de familiarización y prensa
		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**		**91,67%**	12,00	11,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto