

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



QUITO TURISMO

Promoción Turística del DMQ



					METAS INTERMEDIAS								
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
												OCT	
									89%			100%	OCTUBRE
Promoción Turística del DMQ	PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EL MERCADO NORTEAMERICANO	Cooperado con TTOO internacionales y nacionales	Contratación de una agencia de representación para los mercados: EEUU, Canadá y México.	Belén Pacheco				95,56%	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			Publicaciones en medios y/o web de TTOO en Norteamérica	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Publicación de Quito "Let's Go Quito" en Sección ATTA de la Revista TRAVELER de National Geographic
		Viajes de Familiarización para TTOO clave de norteamérica			Fam Trip México	1,00	1,00		100,00%	3,00	3,00	100,00%	Se realizó el viaje de familiarización del mercado mexicano que incluyó la participación de 6 TTOO relevantes: Julia Tours, Mundo Joven, Intermex, ALG Viajes (American Express Vacation), Creatur y Aeroméxico
		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					40,00		369,23%	13,00	48,00		Se realizó el ciclo de capacitaciones de destino en tres ciudades mexicanas: Guadalajara, México DF y Monterrey con un alcance aproximado de 250 personas capacitadas. La actividad se realizó un mes antes de lo planificado debido a que se realizó en alianza con la aerolínea COPA, quienes por conocimiento técnico del mercado sugirieron hacerlo en el mes de octubre.
		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							66,67%	3,00	2,00		
		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	2,00		130,00%	10,00	13,00	100,00%	Se envió un boletín de noticias a los mercados de Usa, Canadá y México que resaltó las novedades de Quito como: Quito como Destino Líder de Sudamérica por tercer año consecutivo; Estadísticas Turísticas y el Proyecto Feel Again. Se envió una nota de prensa sobre Quito como ganador del Oscar del Turismo 2015.
		Afilaciones en organizaciones de turismo							100,00%	2,00	2,00		

	Ferias y roadshows internacionales			Participación en ATTA Summit	1,00	1,00		80,00%	5,00	4,00	100,00%	Participación de Quito representado por Patricio Gaybor, en la feria de turismo de aventura ATWS desarrollada en la ciudad de Puerto Varas -Chile. Se mantuvo reuniones de presentación del destino y sus novedades a tour operadores y medios de comunicación especializados en aventura.
	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	Contratación de una agencia de representación para Europa y otros mercados internacionales	Gaby Torres				93,33%	100,00%	4,00	4,00		
	Contratación 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			Publicaciones en medios y/o web de TTOO en Europa	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se realizó una publicación en Nat Geo Traveller
	Viajes de Familiarización para TTOO clave de Europa								-	-		
	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	2,00	2,00		70,00%	10,00	7,00	100,00%	Este mes visitaron la ciudad 2 bloggeras alemanas de los medios Just Travelous e i-ref. i-ref (www.i-ref.de) es una plataforma de cooperación de los mejores bloggers de Alemania. Participan bloggers de cada enfoque, no solo de viajes sino también de gastronomía, de moda, de lifestyle etc. Realizaron un blog trip en combinación con amplia cobertura en las redes, una campaña de un hashtag y de contenido. El hashtag #irefQuito. Just Travelous (www.justtravelous.com) Blog: +45k visitors / mes FB +15k TW +8,7k Instagram +11,3k
	Viajes de Prensa			Press trip Europa	3,00	4,00		75,00%	12,00	9,00	100,00%	Este mes nos visitaron 4 periodistas Holandeses especializados en el tema culinario. Los medios que nos visitaron fueron: Good Food Love, Beginspiration y Culy de Holanda
	Boletines y notas de prensa			Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Europa	1,00	2,00		150,00%	10,00	15,00	100,00%	Una nota de prensa con el tema de: Quito Destino Líder de Sudamerica por 3er año consecutivo y un boletín con las noticias: El Aeropuerto Internacional de Quito es premiado y mejora sus estándares, Quito Destino Líder de Sudamerica por 3er año consecutivo y Las cifras de llegadas de turistas a Quito ha crecido un 6% en los primeros ocho meses de 2015.
	Afiliaciones en organizaciones de turismo							150,00%	2,00	3,00		
	Ferias y roadshows internacionales							75,00%	4,00	3,00		
	Alianzas estratégicas	Gestión de alianzas estratégicas para promoción conjunta del destino					96,36%	100,00%	1,00	1,00		

PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADOS REGIONALES	PUBLICIDAD EN MEDIOS	Publicidad en medios para promoción regional	Gabby Torres				100,00%	1,00	1,00			
	Cooperado con TTOO internacionales y nacionales	Contratación 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			Activación BTL	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se lanzó una campaña de incentivos en Brasil para las agencias de viaje. Se premiará a los dos primeros lugares de los agentes que vendan más noches en Quito.	
	Capacitaciones del destino Quito a TTOO presenciales o a través de webinars			Arrastre de agosto: TOTAL 1: Capacitación en Sao Paulo para TTOO	-	1,00	100,00%	1,00	1,00		Se realizó una capacitación de destino con 40 agentes de viajes de Sao Paulo.	
	Blog Trips						-	-				
	Viajes de Prensa			Press trip	8,00	8,00	100,00%	8,00	8,00	100,00%	Se realizó un viaje de prensa con 4 medios de comunicación de Brasil (Viaje na Viagem; A Janela Laranja; Falando de Viagem; y Trilhas e Aventuras) y otro viaje con 4 medios de comunicación de	
	Blog DIGITAL			Blog digital	1,00	1,00	60,00%	5,00	3,00	100,00%	Este mes se actualizó el blog en portugués con los textos generados desde Quito Turismo	
	Boletines y notas de prensa			Boletin y nota de prensa	1,00	3,00	150,00%	6,00	9,00	100,00%	Dos notas de prensa una con el tema de: Quito Destino Lider de Sudamerica por 3er año consecutivo y otra informando sobre la capacitación que se brindó a los 40 agentes de viaje. Un boletin con las noticias: El Aeropuerto Internacional de Quito es premiado y mejora sus estándares, Quito Destino Lider de Sudamerica por 3er año consecutivo y Las cifras de llegadas de turistas a Quito ha crecido un 6% en los primeros ocho meses de 2015	
	Ferias y roadshows regionales						100,00%	3,00	3,00			
PROMOCIÓN TURÍSTICA	Plan de medios ATL	Contratación de agencia de Publicidad para promoción de Quito a nivel nacional	Karina Nuñez	Campaña radial	1,00	1,00	87,54%	88,89%	9,00	8,00	100,00%	Se continúa con la campaña nacional a nivel de provincias.
	Activaciones BTL			Apoyo a evento relevante con campaña promocional - Expo Orquídeas 2015	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se realizó la campaña promocional para la exposición Orquídeas y Chocolate "Déjate Seducir"
	Material POP							100,00%	1,00	1,00		
	Publicidad en eventos relevantes							100,00%	2,00	2,00		
	Plan de medios digital			Campaña digital para el mercado nacional y Plaza Chica	2,00	2,00		61,54%	13,00	8,00	100,00%	Se realizó pautaaje digital de la campaña nacional y de Plaza Chica para promocón del destino.
	Pautaje en medios nacionales			Pautaje en medio impreso nacional	1,00	1,00		50,00%	2,00	1,00	100,00%	Se realizó un publireportaje en revista Cosas sobre el premio obtenido por Quito como Destino Lider de Sudamérica.
	Desarrollo de micrositio y rutas							100,00%	1,00	1,00		

Y PUBLICIDAD EN MERCADO NACIONAL								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		Campaña de incentivo de votación WTA mundial	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se inicio acciones promocionales para incentivar el voto por Quito para convertirse en Destino Líder a nivel mundial en los WTA.
	Alianzas estratégicas	Gestión de alianzas estratégicas para promoción conjunta del destino						100,00%	1,00	1,00		
	Pautaje en medios nacionales	Pautaje en medios impresos nacionales							-	-		
	Acercamiento a industria turística local	Gestión y seguimiento con TTOO locales para acciones conjuntas		Fam trip	1,00	4,00		125,00%	12,00	15,00	100,00%	Se realizaron 4 viajes de familiarización con TTOO locales para visitar La Mariscal, La Floresta, Centro Histórico, Cervecerías artesanales para promover nuevas experiencias y espacios en la ciudad.
	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	Carla Cárdenas				89,63%	100,00%	5,00	5,00		
		Pasajes aéreos										
		Inscripciones		Inscripción a ferias de Truismo	1,00	1,00		100,00%	5,00	5,00	100,00%	Incripción de Quito en la feria WTM a desarrollarse en Londres del 2 al 5 de noviembre
		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						66,67%	6,00	4,00		
	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
								-		-		
							0,00%	1,00		-		
							100,00%	1,00		1,00		

PROMOCIÓN DE QUITO EN SEGMENTO MICE	Viajes de scouting MICE	Contratación oficina de representación en segmento MICE	Norma Bock				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		
	Bases de datos MICE							2,00	1,00				
	Boletines y notas de prensa a segmento MICE	Envío de boletines y notas de prensa a mercado MICE						1,00	1,00				
	Postulaciones	Postulación de Quito como sede para eventos y congresos						8,00	6,00				
	Organización de eventos mices	Conferencia Mice Quito						1,00	1,00				
	Reuniones	Reuniones estratégicas						2,00	2,00				
	Sistemas ICCA	Inscripción ICCA						1,00	1,00				
	Participación en ferias y eventos MICE	Participación en ferias y eventos MICE						3,00	3,00				
COOPERADO CON MUNICIPIOS	Cooperado con municipios	Intercambio de acciones promocionales con otras ciudades	Ma. José Garzón				100,00%						
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				88,71%						
		Lineamientos para la creación de videos promocionales de la ciudad (perfiles, idiomas, contenidos) - a COMUNICACIÓN						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			81,82%	11,00	9,00	100,00%	Se realizó la distribución de material promocional en hoteles , museos y puntos de información
		Distribución de material promocional impreso a nivel internacional						4,00	4,00				
	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		
									59,46%	1.850,00	1.100,00		
									100,00%	1,00	1,00		
	Transporte de personal	Servicio de transporte de personal para promoción del destino											
	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto al Valor Agregado		Pago de IVA	1,00	1,00			83,33%	12,00	10,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto