

QUITO TURISMO
Promoción Turística del DMQ



Promoción Turística del DMQ					METAS INTERMEDIAS								
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
												DIC	
									98%			100%	DICIEMBRE
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				100,00%	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							369,23%	13,00	48,00		
		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							100,00%	3,00	3,00		
		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	160,00%	10,00	16,00	100,00%	Envío de un boletín a los mercados de norteamérica donde se destacaron noticias de Quito como: Los Reconocimientos de la ciudad; Los dulces tradicionales de Quito en la Navidad y los Belenes de Quito. Se envió una nota de prensa a los mercados norteamericanos con un resumen sobre las actividades y logros alcanzados por Quito y Quito Turismo.	
		Afiliaciones en organizaciones de turismo						100,00%	2,00	2,00			

					DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					DIC	DICIEMBRE			
											98%		
PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN EUROPA Y OTROS MERCADOS INTERNACIONALES		Ferias y roadshows internacionales			Participación en USTOA	1,00	1,00	99,17%	100,00%	5,00	5,00	100,00%	Quito participó en la Conferencia Anual de Tour Operadores de Estados Unidos USTOA, que se llevó a cabo en Chicago, Illinois, se mantuvo reuniones con representantes y tomadores de decisiones de estas empresas.
		Storytelling	Producción de videos - storytelling con campaña de promoción	Belén Pacheco					-	-			
		Cooperado con TTOO internacional EUROPA							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							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 2020
		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				Contratación de una agencia de representación para Europa y otros mercados internacionales	Gaby Torres				90,00%	10,00	9,00

					DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015			
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable											DIC	
															98%	
		Viajes de Prensa			Adicional		1,00		100,00%	12,00	12,00		Este mes vino Maartje Jacomijn de National Geographic Holanda. Este viaje de prensa tenía un enfoque gastronómico y la publicación saldrá en Marzo 2016.			
		Boletines y notas de prensa			Envío de boletín y/o nota de prensa a mercados de Europa	1,00	2,00		190,00%	10,00	19,00	100,00%	Se envió una nota de prensa que habló de todos los logros obtenidos por la empresa durante el 2015 y un boletín que hablaba de las tradiciones navideñas: belenes, comida de temporada, etc.			
		Afilaciones en organizaciones de turismo							150,00%	2,00	3,00					
		Ferias y roadshows internacionales							100,00%	4,00	4,00					
PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PUBLICIDAD EN MERCADOS REGIONALES		Alianzas estratégicas	Gestión de alianzas estratégicas para promoción conjunta del destino	Gabby Torres				100,00%	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						
		Blog DIGITAL			Blog digital	1,00	1,00	100,00%	5,00	5,00	100,00%	El blog en portugués se encuentra actualizado hasta la fecha con todas las noticias que se cuenta en el blog español.				

					DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015	
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICIEMBRE
		Boletines y notas de prensa			Boletín y nota de prensa	1,00	2,00		216,67%	6,00	13,00	100,00%	Se envió un boletín con las siguientes noticias: 6 reconocimientos internacionales recibidos por la ciudad durante el 2015, la Ronda y sus tradiciones y los dulces tradicionales de Navidad. También se envió una nota de prensa que habló de todos los logros alcanzados por la ciudad durante el 2015 a toda la prensa especializada.		
		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	Campaña radial	1,00	1,00	99,41%	100,00%	9,00	9,00	100,00%	Se realizó el pautaje de la cuña general de la campaña nacional en las principales provincias.		
					Campaña de promoción de la feria Texturas, Colores y Sabores 2015	1,00	1,00	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se realizó la campaña promocional de la feria mediante volanteo, pautaje en televisión y radio, publicidad móvil y pautaje digital.			
								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	92,31%	13,00	12,00	100,00%	Se realizó el pautaje de la campaña nacional en medios digitales. El pautaje para la promoción de Plaza Chica se finalizó en el mes de noviembre, dando cumplimiento a toda la campaña planificada para el 2015.			
		Pautaje en medios nacionales					150,00%	2,00	3,00						
		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 estretegicas para promoción conjunta del destino		100,00%	1,00	1,00						
		Pautaje en medios nacionales			Pautaje en medios impresos nacionales			-	-						

					DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					98%	100%	DICIEMBRE		
												DIC	
		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	Presencia de marca en eventos	6,00	6,00	100,00%	12,00	12,00	100,00%	Quito Turismo tuvo presencia de marca en los siguientes eventos: Designer Book, Festival para amantes del chocolate Pakal, Quito Blues, Golf Copa Mitad del Mundo, Festival Orquídeas y chocolate Déjate Seducir, Ecuador Cultura Gourmet	
ORGANIZACIÓN Y/O PARTICIPACION EN EVENTOS TURISTICOS (SOPORTE PARA PROMOCIÓN DEL DESTINO)	Ferias, roadshows y activations promocionales	Pasajes aéreos	Carla Cárdenas				100,00%	100,00%	5,00	5,00			
								100,00%	1,00	1,00			
								100,00%	5,00	5,00			
								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 capacitaciones industria local	1,00		1,00	116,67%	6,00	7,00	100,00%	Participación en el workshop organizado por el MINTUR con TTOO mexicanos
	Fam y press trips	Ejecución el servicio de operación turística	Alexandra Muñoz			1,00	100,00%	7,00	7,00		Contrato complementario agencia Galápagos Sunny Roads Tour. Para press y fam trips		
				Presentación de resultados de tabulación de encuestas	1,00	1,00		100,00%	4,00	4,00	100,00%	Mediante memo No. 542 se envió el resultado de las encuestas realizadas por la especialista de promoción y operaciones a las Direcciones de Comunicación, Desarrollo, Técnica y Gerencia General	
		Eventos MICE	Apoyo y/o organización de congresos, eventos y/o convenciones					91,67%	200,00%	1,00	2,00		
										-	-		
									0,00%	1,00	-		
							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		

					DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					DICIEMBRE	DICIEMBRE	DICI		
												98%	
PROGRAMA	PROMOCIÓN DE QUITO EN SEGMENTO MICE			Norma Bock			-	100,00%	1,00	1,00		El taller Mice se canceló ya que se vió más opotuno realizarlo con la nueva gerente general a partir del año 2016	
		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		Postulacion de Quito a eventos	2,00	2,00	100,00%	8,00	8,00	100,00%	Eventos postulados Olade y Asociación Latinoamericana de Botánica - ALB-	
		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 TTDO en la página web	Sonia Ruiz			100,00%	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	100,00%	11,00	11,00	100,00%	Se distribuyó el material promocional a puntos de información, museos y hoteles	
			Distribución de material promocional impreso a nivel internacional				100,00%	4,00	4,00				
		Material promocional de apoyo	Desarrollo de material de apoyo para promoción del DMQ a nivel nacional e internacional		Impresión material promocional	1.000,00	7.500,00	227,80%	5.086,00	11.586,00	100,00%	Se adquirieron merchandise (carpetas, fundas y folletos de Quito la gran anfitriona	
					Adquisión de dispositivos de almacenamiento	250,00	365,00	103,03%	3.800,00	3.915,00	100,00%	Se adquirió dispositivos de almacenamiento (memory flash)	
					Adquisición de souvenirs	500,00	640,00	107,57%	1.850,00	1.990,00	100,00%	Se adquirieron trompos, trompósferos y vírgenes de Quito en chocolate	



PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
									98%			DIC	DICIEMBRE
												100%	
		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		100,00%	12,00	12,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto