

**Acta Reunión
Conglomerado Turismo Montevideo**

Fecha: 04/02/10

Lugar: Tras Bambalinas

Participantes:

Sector / Grupo	Representante 1	Asistencia	Representante 2	Asistencia	Representante 3	Asistencia
Hotelería	Teresita Camejo		Martín Maisonnave		Dan Mastrogiacomo	x
Gastronomía	Alberto Latarowski	X	Gerardo Trigo		María José Saldivia	
Agencias de Turismo Receptivo	Radamès Montero		Mary Bone		Alberico Saldivia	
Transporte Fluvial	Alvaro Secondo		Nicolás De María		Claudia Fuentes	
Transporte Terrestre	Verónica Macedo	X	Javier Franco		Ángela Delpino	
Redes Comerciales Territoriales	Federico Celsi	X	Wilson Amarillo	X	Daniel Pazzos	x
Shopping Centers	Pablo Cusnir	X	Rosario Terra			
Convenciones y Eventos	Gustavo Luis	X	Gustavo Kneit	x		
Oferta Cultural y Entretenimiento	Daniela Bouret	X	Graciela Michelini			
Aerolíneas	Mario Amestoy	X	Rodrigo Bertola		Sergio Castro	
Formación	Teresa Russi		Gabriel Andrade	X		
IMM	Fernando González		Néstor Fernández	x		
MINTURD	Monica Bacchi		Benjamín Liberoff		Natalia Doglio	x
PACC	Alejandro Ferrari		Mariana Sienra	X		
Coordinación	Oscar Iroldi	X				

Orden del día:

- Planificación anual.
- Plan de Marketing de Montevideo.
- Varios.

1. Planificación anual. Avances en proyectos.

a. Plan de Marketing de Montevideo.

Se presenta Carlos Krauel, Consultor Internacional, Director de la consultora GMT seleccionada para la realización del Plan de Marketing Turístico de Montevideo. El Comité de seguimiento se entrevistó el día anterior, acordando:

- Conceptualmente el Plan se centrará en resolver tres aspectos: definir los contenidos y la imagen del destino “Descubrí Montevideo”, establecer un plan de señalética integral para comunicar el mismo y establecer cuáles serían las mejores estrategias de comunicación y comercialización sobre la demanda.
- Se proyectan un mínimo de 4 misiones al destino.
- Metodología: visitas de observación en el destino, entrevistas a informantes calificados, encuesta sobre la demanda (a definir) y talleres con algunos sectores.
- Talleres sectoriales primera misión: Alojamiento, Congresos y Eventos y Oferta Cultural y Entretenimiento.
- Se realizará una validación por parte de los actores del Conglomerado de las acciones de marketing propuestas en el Plan.
- Se mantendrá una coordinación permanente con la contraparte local para la efectividad de este Plan.
- IMM comunica:
 - Que las autoridades municipales realizarán la donación modal de la marca “Descubrí Montevideo” a la ATM, para su posicionamiento a través de la estrategia establecida en el Plan de Marketing, en acto público certificado por notario.
 - Que se extiende el plazo de presentación del Plan de Señalética Turística de Montevideo a la IMM por parte del Conglomerado para su ejecución en Ciudad Vieja y Centro hasta 30 abril 2010.

b. Fortalecimiento Institucional.

Se continúa el trámite de la Asociación Turística de Montevideo ATM (en formación) ante el MEC, sin observaciones. Se realizará un seguimiento exhaustivo de la recaudación anual para impulsar los proyectos estructurantes del Conglomerado durante el 2010.

c- Predio ferial y de convenciones en Montevideo.

Sin novedades hasta marzo respecto a la postulación al llamado del MVOTMA sobre iniciativas para la Estación Central (AFE) con la idea de promover socialmente la concreción allí de un predio ferial y de convenciones.

2. Varios

Se viene desarrollando satisfactoriamente el press- trip propuesto por el Museo del Carnaval, con el objetivo de mostrar el destino y como éste vive la fiesta de Carnaval. El seguimiento está a cargo del Comité de Medios.

Próxima reunión de GGC:

Fecha: 3 marzo 2010.

Objetivo: Evaluación press- trip. Fortalecimiento institucional. Cofinanciamiento por sectores. Plan de Marketing de Montevideo. Próxima misión GMT. Varios.



APOYAN:



UruguayNatural

Ministerio de Turismo y Deporte