

Programa QT	MERCADEO						METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2021	Meta CUMPLIDA anual 2021	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021		% TECNICO	% TECNICO
PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2021			OCT	OCTUBRE	PROGRAMA QT ANUAL	ACTIVIDAD QT ANUAL	
											78,36%	100,00%							92,86%
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DAAQ DESARROLLADOS - MERCADEO	Objetivos del Programa QT General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino. Específicos: Realización de acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado interno e internacional. Promocionar a la ciudad de Quito a nivel local y nacional. Gestionar la operatividad de las acciones de Mercadeo. Gestionar el Talento Humano del área de Mercadeo. Metas Especificas Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional. Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para el fortalecimiento del mercado interno como estrategia de reactivación turística del destino. Gestionar la operatividad del área de Mercadeo. Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo. Metas Especificas Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional. Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para el fortalecimiento del mercado interno como estrategia de reactivación turística del destino. Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 20 establecimientos turísticos generen oferta de la ciudad para turismo interno. Incrementar al menos en un 10% los seguidores de mercados prioritarios en la plataforma digital y redes sociales del destino Quito en relación al 2020. Incluye: MANTENER ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS	01. PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) QT: MERCADO NORTEAMÉRICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO)	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Norteamérica (USA, Canadá y México)	Reactivación turística del Mercado Norteamérica a través de al menos 10 acciones de difusión y promoción del destino Quito.	Coordinación de Promoción Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Norteamérica (Usa, Canadá, México)				100,00%	100,00%	1,00	1,00			85,59%	81,82%	
Promoción de la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito					100,00%	100,00%		3,00	3,00			
Realización de acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado interno e internacional.							Estrategia City Placement					0,00%			1,00	-			
QT: 2 MERCADEO							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa					125,00%	100,00%		4,00	5,00			
General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	83,33%	100,00%		12,00	10,00	100,00%	Envío de 2 boletines dirigidos a los países de Usa, Canadá y México, estos fueron: - Día de difuntos en Quito - Quito conmemora el Día de los Difuntos Alcance aproximado Norteamérica: 5.588.868 Media Value aproximado: US\$ 51.697,03		
Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional. Promocionar a la ciudad de Quito a nivel local y nacional. Gestionar la operatividad del área de Mercadeo. Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo.							Marketing de Influencers	Arrastre cumplimiento		1,00	50,00%	50,00%		2,00	1,00		El artista, actor e influencer mexicano Vadhir Ferbéz, visito Quito y su principal oferta Seguidores: 13,5 millones - 3 historias desde su cuenta de Instagram non etiqeue a Visit Quito, alcance 900.000 al momento - 1 posteo de instagram con ubicación en instagram y facebook, alcance de 408.802 y más de 4.500 comentario - 18 historias en instagram y facebook de su paso por las experiencias de Quito		
Metas Especificas Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional.							Eventos BTL	Eventos BTL	1,00	-	66,67%	100,00%		3,00	2,00	0,00%	Esta acción promocional se arrastra para el mes de diciembre		
Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para el fortalecimiento del mercado interno como estrategia de reactivación turística del destino.							Capacitaciones de destino					133,33%	100,00%		6,00	8,00	Se realizó un ciclo de capacitación de destino para el mercado mexicano, en donde se capacitó a 4 empresas y un total de 38 agentes de viajes		
Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 20 establecimientos turísticos generen oferta de la ciudad para turismo interno.							Ferias y Eventos de Promoción de Destino					125,00%	100,00%		4,00	5,00			
Incrementar al menos en un 10% los seguidores de mercados prioritarios en la plataforma digital y redes sociales del destino Quito en relación al 2020.												100,00%	100,00%		3,00	3,00			
						Membresías					100,00%	100,00%		1,00	1,00				
ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA, PAISES BAJOS) Y RESTO DEL MUNDO	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Países Bajos y resto del mundo)	Coordinación de Promoción Internacional	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA, PAISES BAJOS) Y RESTO DEL MUNDO	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Europa a través de al menos 5 acciones de difusión y promoción del destino	Reactivación turística del Mercado Europa a través de al menos 5 acciones de difusión y promoción del destino	Coordinación de Promoción Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Países Bajos y resto del mundo)				600,00%	100,00%		1,00	6,00	Envío de 2 boletines dirigidos a los países de Europa, estos fueron: - Día de difuntos en Quito - Quito conmemora el Día de los Difuntos Alcance aproximado Norteamérica: 3.179.276 Media Value aproximado: US\$ 29.408,3	100,00%		

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021						CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2021	Meta CUMPLIDA anual 2021	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto											OCT			
							metas intermedias (descripción)	OCT	Meta a mensual	Avance Mensual	78,36%	100,00%					92,86%	OCTUBRE		
				España, América Latina, Francia, Países Bajos) y resto del mundo	PRATIPOLICIA Y USO DESGASTO QUITO.		Membresías				100,00%	100,00%	1,00	1,00						
				ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA QT: MERCADO SUDAMERICA	Promoción Turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Sudamérica (Brasil, Perú, Colombia y otros)	Reactivación turística del Mercado sudamérica a través de al menos 8 acciones de difusión y promoción del destino Quito	Coordinación de Promoción Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Sudamérica (Colombia, Perú, Brasil)			100,00%	100,00%	1,00	1,00						75,93%
								Viajes de familiarización / prensa al destino Quito			50,00%		2,00	1,00						
								Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa			200,00%	100,00%	1,00	2,00						
								Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	83,33%	100,00%	12,00	10,00	100,00%	Envío de 2 boletines dirigidos a los países de Sudamérica estos fueron: - Día de difuntos en Quito - Quito conmemora el Día de los Difuntos Alcance aproximado Norteamérica:1.374.462 Media Value aproximado: US\$12.713,78			
								Marketing de Influencers			50,00%	50,00%	2,00	1,00						
								Eventos BTL			0,00%		2,00	-						
								Capacitaciones de destino	Arrastre cumplimiento	1,00	160,00%	100,00%	5,00	8,00			Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo de webinars en el que se capacitó a: - 4 empresas de los mercados Colombia, Chile, Perú, Brasil, capacitando a 29 agentes			
								Ferias y Eventos de Promoción de Destino			200,00%	100,00%	2,00	4,00						
											150,00%	100,00%	2,00	3,00						
								Membresías					-	-						
							Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional				100,00%	100,00%	1,00	1,00						82,67%

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2021	Meta CUMPLIDA anual 2021	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2021			OCT			
							metas intermedias (descripción)	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	78,36%	100,00%			92,86%			
		02 PROMOCION NACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NACIONAL (ECUADOR) QT: MERCADO LOCAL Y NACIONAL	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del mercado local y nacional	Reactivación turística del destino en el Mercado local y Nacional a través de al menos 10 acciones de difusión y promoción del destino Quito	Coordinación de Promoción y Operación Local y Nacional	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	1,00	80,00%	100,00%	5,00	4,00	100,00%	Campaña de promoción Hito de Ciudad Finados/Festival Más Allá de la Vida en medios ATL muppies, radios a nivel local y nacional		
							Campaña de Reactivación de destino				66,67%	80,00%	6,00	4,00				
							Campaña de Promoción Cooperada				100,00%	100,00%	1,00	1,00				
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	1,00	1,00	175,00%	100,00%	4,00	7,00	100,00%	Viaje de familiarización Trade Nacional (Guías Turísticas y Tour Operadores) Ruta Romance y Libertadores y Arqueológica		
							Socialización con industria turística local	Socialización con industria turística local	1,00	1,00	80,00%	100,00%	5,00	4,00	100,00%	Se realizó la socialización (invitación) con la industria del Festival Más Allá de la Vida		
							Activaciones de Promoción BTL o ATL				100,00%	100,00%	3,00	3,00		Campaña de Finados/ Festival Más Allá de la Vida se realizaron muppies y plan de radios a nivel local y nacional		
							Creación de piezas promocionales				100,00%	100,00%	1,00	1,00				
							Servicio de organización de eventos para la promoción del destino Quito para el mercado local y nacional y otros.				100,00%	100,00%	1,00	1,00				
		Evento de Hito de Ciudad				0,00%		1,00	-									
		03 PROMOCION DIGITAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN MEDIOS DIGITALES QT: INBOUND MARKETING	Promoción turística del destino Quito en todos los mercados prioritarios a través de medios y herramientas digitales	Reactivación turística de los mercados local, nacional e internacional a través de al menos 5 acciones de difusión y promoción digital del destino Quito.	Coordinación de Promoción Digital	Servicio de promoción y difusión del destino Quito a través de herramientas y plataformas digitales (web, APP, redes sociales y otras)				100,00%	100,00%	1,00	1,00				
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales									Campaña de Finados - Festival Más Allá de la Vida Facebook Alcance: 300.484 Clics: 11.150 Interacciones: 359 CTR promedio: 3.55% Engagement: 0.46% Reproducciones: 180.459 Instagram Alcance: 273.832 Impresiones: 343.660 Engagement: 4.16% Interacciones: 534 Twitter Impresiones: 3.361 Engagement: 12% Clics: 25 Tik Tok Interacciones: 1.041 Compartidos: 324 El Comercio Facebook Alcance: 55.274 Reacciones: 153 Engagement: 0.27% El Comercio Instagram Alcance: 17.458 Views: 17.263 Engagement: 2.82%		
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	1,00	1,00	100,00%	100,00%	6,00	6,00	100,00%				
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales	Campañas de Promoción de Destino Digitales	1,00	1,00	116,67%	100,00%	12,00	14,00	100,00%	Campaña Digital Tu Historia Comienza en Quito		

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2021	Meta CUMPLIDA anual 2021	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
							metas intermedias (descripción)	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2021			OCT			
											78,36%	100,00%						
							Marketing de influencers	Campaña Influencer	1,00	1,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Viaje de Influencer Vadhír Derbez (17 al 21 octubre) Seguidores: + de 13.5 Millones de seguidores - 3 historias en Instagram con etiqueta a Visit Quito, - 1 posteo en instagram y Facebook con ubicación, con un alcance de 408.802 y más de 4.500 comentarios - 18 historias en instagram y Facebook de su paso por las experiencias en Quito. RESULTADOS: Facebook e Instagram Alcance: 720.517 Interacciones visit_quito: 9.864 Interacciones @Vadhír: 410.773 Comentarios @Vadhír: 4.519		
							Eventos Promocionales Virtuales				300,00%	100,00%	1,00	3,00				
							Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, vistas, descargas, y otras)	Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, vistas, descargas, y otras)	1,00	1,00	83,33%	100,00%	12,00	10,00	100,00%	Facebook Es: Seguidores: 3,7 k / Alcance: 644,6 K / Interacciones: 26,4k / Engagement: 7,07% Facebook En Seguidores: 2,5k/ Alcance: 974/ Interacciones: 172/ Engagement: 7,30% Instagram Seguidores: 50,3k / Alcance: 499,1k / Interacciones: 7,7k / Engagement: 8,37% Twitter Seguidores: 6,2k / Alcance: 17,9k / Interacciones: 114 / Engagement: 2,22% Tik Tok Seguidores: 5k / Interacciones: 1,1k/ Reproducciones: 23,8k Web: Usuarios: 8.504/ Sesiones: 10,576 / Visitas: 20,216/ Tiempo de sesión: 01:49		
							Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	1,00	1,00	133,33%	100,00%	6,00	8,00	100,00%	- Actualización agenda octubre - Elaboración Landing Page Finaldos		
							Revisión y actualización APP				200,00%	100,00%	3,00	6,00		- Revisión avances actualización de la App. - Reunión con el equipo de App y Agencia Nacional para los next step de la actualización de la App.		
							Gestión de contenidos plataforma digital	Gestión de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	83,33%	100,00%	12,00	10,00	100,00%	RRSS PROMOCIONALES • 14 posts en Facebook Es • 30 posts Facebook En • 14 posts en Instagram • 6 stories en Instagram • 14 tweets en Twitter • 0 reels en Instagram WEB VISITQUITO.EC - Actualización agenda septiembre - Landing Page Finaldos		
		05 GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Específica) QT: GASTOS COMUNES DE MERCADERO	Gastos comunes para ejecución de promoción turística del destino en mercado local, nacional e internacional	Apoyo logístico para la actividad de promoción local, nacional e internacional a través de al menos 3 acciones varias.	Coordinación de Promoción y Operación Local y Nacional	Servicio de Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica, Nacional y otros				100,00%	100,00%	1,00	1,00				
							Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica, Nacional y otros	Servicio de Operación Turística	1,00	1,00	128,57%	100,00%	7,00	9,00	100,00%	Servicio de operación turística de fam trip influencer Vadhír Derbez, fam trip trade nacional Ruta Romance y Libertadores, Ruta Arqueológica		93,75%

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2021	Meta CUMPLIDA anual 2021	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	OCT	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2021			OCT	OCTUBRE		
											78,36%	100,00%			92,86%			

MARIA BELEN HEREDIA