

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 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
							metas intermedias (descripción)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2021			SEP	SEPTIEMBRE		
MERCADOS PRIORITARIOS TURISTICOS DEL DMQ 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. QT: 2 MERCADEO General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino. Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel 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. 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. Metas Especificas 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 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.	01. PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) QT: MERCADERO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)	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)				72,81%	100,00%		1,00	1,00		80,81%	76,52%
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	1,00	1,00	100,00%	100,00%	3,00	3,00	100,00%	En el mes de junio se reportó un adelanto de viaje de la influencer Drea Castro, este adelanto tiene relación con septiembre		
							Estrategia City Placement				0,00%		1,00	-				
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campaña Cooperada con el Trade de Norteamérica	1,00	-	125,00%	100,00%	4,00	5,00	0,00%	No se realizó esta acción promocional, puesto que el mes de septiembre fue de transición y nuevos direccionamientos, enfocadas en otras acciones de alto impacto para el resto del año		
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	75,00%	100,00%	12,00	9,00	100,00%	Envío de 6 boletines dirigidos a los países de Usa, Canadá y México, estos fueron: - Relax and Recharge at the Middle of the World - Conoce el poder del bienestar en Quito - Express your LOVE at the middle of the world - Expresa tu amor en la mitad del mundo - Quito Premia operadores de turismo - innovación - Quito Busca potenciar El Turismo Alcance aproximado Norteamérica: 9.105.060 Media Value aproximado: US\$ 81.631,55		
							Marketing de influencers	Campaña de influencer + Arrastre de junio (tti 2)	1,00	-	0,00%		2,00	-	0,00%	No se realizó esta acción promocional, puesto que el mes de septiembre fue de transición y nuevos direccionamientos, enfocadas en otras acciones de alto impacto para el resto del año		
							Eventos BTL				66,67%	100,00%	3,00	2,00				
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	-	133,33%	100,00%	6,00	8,00	0,00%	En el mes de agosto se reportó un adelanto en tanto al ciclo de capacitaciones realizado en México		
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	TMLA	1,00	1,00	125,00%	100,00%	4,00	5,00	100,00%	Se tenía planificado la participación en el TMLA, pero debido a la pandemia las fechas han sido reformuladas, sin embargo se registra Participación en la feria virtual Senses of South America, organizada por Pure Ecuador y dirigida a los mercados de Norteamérica		
								Cuadrante Resultados TMLA	1,00	1,00	100,00%	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Se llevaron a cabo 5 reuniones con tour operadores de Estados Unidos, de las principales oportunidades que surgieron es la posible realización de un fam trip con 5 a 7 agencias de viajes de Condor Travel, para el siguiente año, posibles webinars y envío de material promocional.		
							Membresías				100,00%	100,00%	1,00	1,00				

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 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
							metas intermedias (descripción)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2021			SEP	SEPTIEMBRE		
			ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA, PAISES BAJOS) Y RESTO DEL MUNDO QT: 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	Reactivación turística del Mercado Europa a través de al menos 5 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 Europa (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Países Bajos y resto del mundo)			1,00	600,00%	100,00%	1,00	6,00	1. Participación en la feria virtual Senses of South America, organizada por Pure Ecuador y dirigida a los mercados de Europa 2. Envío de 6 boletines dirigidos a los países de Europa, estos fueron: - Quito Premia operadores de turismo - innovación - Quito Busca potenciar El Turismo Alcance aproximado Europa: 11.542.427 Media Value aproximado: US\$ 110.381,96	100,00%		
							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			75,00%	
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	1,00	-	50,00%		2,00	1,00	0,00%	No se realizó esta acción promocional, puesto que el mes de septiembre fue de transición y nuevos direccionamientos, enfocados en otras acciones de alto impacto para el resto del año		
							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	75,00%	100,00%	12,00	9,00	100,00%	Envío de 6 boletines dirigidos a los países de Sudamérica, estos fueron: - Relax and Recharge at the Middle of the World - Conoce el poder del bienestar en Quito - Express your LOVE at the middle of the world - Expresa tu amor en la mitad del mundo - Quito Premia operadores de turismo - innovación - Quito Busca potenciar El Turismo Alcance aproximado Sudamérica: 130.611.547 Media Value aproximado: US\$ 1.098.321,20		
							Marketing de Influencers	Campaña de Influencer	1,00	-	50,00%	50,00%	2,00	1,00	0,00%	No se realizó esta acción promocional, puesto que el mes de septiembre fue de transición y nuevos direccionamientos, enfocadas en otras acciones de alto impacto para el resto del año		
							Eventos BTL				0,00%		2,00	-				
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	140,00%	100,00%	5,00	7,00	100,00%	Se realizó un ciclo de capacitación de destino para los mercados de Colombia, Brasil, Chile y Perú, en donde se capacitó a 4 empresas y un total de 38 agentes de viajes		
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Adelanto: Ferias y Eventos de Promoción de Destino Participación en la feria virtual Senses of South America, organizada por Pure Ecuador y dirigida a los mercados de Sudamérica		1,00	200,00%	100,00%	2,00	4,00		Participación en la feria virtual Senses of South America, organizada por Pure Ecuador y dirigida a los mercados de Sudamérica Se llevaron a cabo 2 reuniones con tour operadores de Brasil, interesados en conocer más acerca del destino, solicitaron información de Quito, se planificó posibles webinars hasta finales del año.		

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 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL					
											AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2021			SEP	SEPTIEMBRE							
											72,81%	100,00%			64,71%								
							metas intermedias (descripción)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	150,00%	100,00%	2,00	3,00									
							Membresías						-	-									
		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	Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional:				100,00%	100,00%	1,00	1,00									
											Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales				60,00%	100,00%	5,00	3,00					
											Campaña de Reactivación de destino	Campaña de Reactivación de Destino	1,00	-	66,67%	80,00%	6,00	4,00	0,00%	El concepto "Quito Es" se encuentra aprobado y la campaña paraguas será ejecutada desde el mes de noviembre			
											Campaña de Promoción Cooperada	Adelanto: Campaña de Promoción Cooperada		1,00	100,00%	100,00%	1,00	1,00		Campaña de promoción cooperada con la industria privada para promoción del destino a nivel local, nacional a través de la ATP Challenger Quito 2021			
											Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Adelanto: Viajes de familiarización / prensa al destino Quito		1,00	150,00%	100,00%	4,00	6,00		Fam Trip con el Trade Turístico hacia el Noroccidente Ruta Tulipe Rumisistana (10 TTOO y 18 Guías Nacionales)			
											Socialización con industria turística local					60,00%	100,00%	5,00	3,00				
											Activaciones de Promoción BTL o ATL					100,00%	100,00%	3,00	3,00				
											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	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				87,04%					

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 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL	
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2021			SEP				
							metas intermedias (descripción)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual						72,81%			100,00%
					destino Quito.		Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales					83,33%	100,00%	6,00	5,00				
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales										Campaña AON de promoción y difusión del destino en RRSS, tema de Bodas - especial boda Borrero Took's Facebook: Alcance: 3,414 Clicks: 2,789 Interacciones: 638 Reproducciones: 14,80 Engagement: 7,64% CTR: 208,76% Instagram: Alcance: 32,642 Interacciones: 2,846 Engagement: 2,84% Twitter: Alcance: 300 Interacciones: 12 Engagement: 5%		
							Marketing de Influencers					50,00%	100,00%	2,00	1,00				
							Eventos Promocionales Virtuales					300,00%	100,00%	1,00	3,00				
							Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, vistas, descargas, y otras)										Facebook Es: Seguidores: 3,5 k / Alcance: 391,5K / Interacciones: 7,1k / Engagement: 1,04% Facebook En Seguidores: 2,5K/ Alcance: 21,5K/ Interacciones: 1,4K/ Engagement: 6,60% Instagram Seguidores: 49,8k / Alcance: 210,3k / Interacciones: 11,7k / Engagement: 6,90% Twitter Seguidores: 6,2k / Alcance: 6,8k / Interacciones: 173 / Engagement: 2,40% Tik Tok Seguidores: 4,9K / Interacciones: 2,4K/ Reproducciones: 36,8K Web: Usuario: 5.243/ Sesiones: 6,772 / Visitas: 13,915/ Tiempo de sesión: 02:05		
							Revisión, actualización y/o reestructuración WEB					116,67%	100,00%	6,00	7,00		- Actualización de Agenda de eventos mes de septiembre - Análisis web para actualización de la misma		

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 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
											AVANCE ANUAL	ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2021			SEP			
											SEP	SEP						
							metas intermedias (descripción)	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	72,81%	100,00%			64,71%	SEPTIEMBRE		
							Revisión y actualización APP				200,00%	100,00%	3,00	6,00		Envío de material actualizado para la construcción y actualización de la App. Reunión con la AN para determinar los avances con la App.		
							Gestión de contenidos plataforma digital									RRSS PROMOCIONALES 9 posts en Facebook Es, 6 posts Facebook En, 6 posts en Instagram, 2 stories en Instagram, 0 reels en Instagram Es, 8 tweets en Twitter. WEB VISIT QUITO: - Actualización de eventos agenda - Reunión agencia para actualización App Visit Quito		
		05 GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Específica) QT: GASTOS COMUNES DE MERCADEO	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				87,50%
							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	114,29%	100,00%	7,00	8,00	100,00%	Servicio de operación turística Fam trips Trade Turístico, ATP Challenger Quito		

Directora de Mercadeo
STEPHANIE ROBLES