

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 FEBRERO 2021			FEB			
							metas intermedias (descripción)	FEB	Meta mensual	Avance Mensual	12,85%	100,00%			92%	FEBRERO		
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO Promoción de la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino. Realización de acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado interno e internacional. 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 del área de Mercado. Gestión del Talento Humano del área de Mercado. Metas Específicas 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 Mercado. Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 20 establecimientos turísticos generen oferta de la ciudad para turismo interno. Metas Específicas 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.	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: 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 Mercado. Gestionar el Talento Humano del área de Mercado. Metas Específicas 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. Metas Específicas 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. Gestionar al 100% la operatividad del área. Incluye: MANTENER ESTRATEGIAS DE PROMOCION CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS	01 PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) QT: MERCADO NORTAMERICA (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 y Operación Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Norteamérica (Usa, Canadá, México)				100%	100,00%	1,00	1,00		Se llevó a cabo la campaña promocional con Travel Pulse, dirigida a los mercados de Canadá y Estados Unidos, mediante la cual se ha obtenido los siguientes resultados: 1- 112.149 impresiones y 503 lecturas a través de un Newsletter enviado a la base de datos de Travel Pulse 2. E-mail marketing dirigido a 82.520 contactos 3. Presentación del video Your Story Begins in Quito en la plataforma de Travel pulse, que obtuvo 8.019 vistas Se realizó el envío de un boletín para los mercados internacionales, referente a los 5 lugares que no te puedes perder en Quito. Se realizó esta acción de destino, a través de un ciclo de capacitaciones virtuales de destino que abarcó 4 empresas del mercado mexicano, llegando a 85 agentes de viajes capacitados. Se realizó el pago respectivo de la membresía USTOA como estrategia de promoción turística de Quito en el mercado de Estados Unidos.	15,39%	27,27%
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				0%		3,00	-				
							Estrategia City Placement				0%		1,00	-				
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campaña Cooperada con el Trade de Norteamérica	1,00	1,00	50%	100,00%	4,00	2,00	100,00%			
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	17%	100,00%	12,00	2,00	100,00%			
							Marketing de influencers				0%		2,00	-				
							Eventos BTL				0%		3,00	-				
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	33%	100,00%	6,00	2,00	100,00%			
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino				0%		4,00	-				
											0%		3,00	-				
							Membresías	Membresía USTOA	1,00	1,00	100%	100,00%	1,00	1,00	100,00%			

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							
											AVANCE ANUAL	ACUMULADO A FEBRERO 2021			FEB										
							12,85%	100,00%	92%																
							metas intermedias (descripción)	FEB	Meta mensual	Avance Mensual				FEBRERO											
		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	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 Nacional	Campaña de Promoción Cooperada				0%		1,00	-			7,00%								
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				0%		4,00	-											
							Socialización con industria turística local				20%	100,00%	5,00	1,00											
							Activaciones de Promoción BTL o ATL				0%		3,00	-											
							Creación de piezas promocionales				0%		1,00	-											
							Servicio de organización de eventos para la promoción del destino Quito para el mercado local y nacional y otros.				0%		1,00	-											
							Evento de Hito de Ciudad				0%		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)						0%		1,00	-			19,44%	
												Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	1,00	1,00			17%	100,00%	6,00	1,00	100,00%			Campaña feriado Carnaval y San Valentín Facebook: Alcance: 314k, Interacciones: 36,2k, Engagement: 11,52% Instagram: Alcance: 26,5k, Interacciones: 1,1k, Engagement: 4,29% Twitter: Alcance: 14,4k, Interacciones: 671, Engagement: 4,65%
												Campañas de Promoción de Destino en Digitales	Campañas de Promoción de Destino Digitales	1,00	2,00			42%	250,00%	12,00	5,00	100,00%			Campaña audiencia e interacción en el Fan Page visitquito en Campaña de audiencia e interacción en Instagram @visu_t_quito
		Marketing de Influencers				0%							2,00	-											
		Eventos Promocionales Virtuales				0%							1,00	-											
		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	17%	100,00%						12,00	2,00	100,00%	Fan Page @visitquito.ec: Seguidores: 3k, Alcance: 381,5k, Interacciones: 44,2k, Engagement: 11,57% Fan Page @visitquito.en: Seguidores: 918, Alcance: 22,3k, Interacciones: 1,8k, Engagement: 8,07% Instagram @visu_t_quito: Seguidores: 46,8k, Alcance: 117,5k, Interacciones: 8,3k, Engagement: 7,00% Twitter: @VisitQuito: Seguidores: 6,7k, Alcance: 32,8k, Interacciones: 1,3k, Engagement: 3,96% Web visitquito.ec: Usuarios: 5.011, Sesiones: 5.828, Visitas: 15.107, Tiempo de sesión: 01:28										
		Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	1,00	1,00	17%						100,00%	6,00	1,00	100,00%	Actualización de agenda con actividades de febrero y cupones de Escapadas Quitteñas con especiales de Carnaval y San Valentín. Adición de subsección "Mercados"; así como productos "Mercado La Floresta" y "The Urban Rides" en el álbum de experiencias "Quito Moderno", en inglés y español. Adición de productos "Cerro La Luz" e "Iglesia de Perucho" en el álbum "Ruta Escondida", en inglés y español. Reestructuración de sección Planea con Servicios Turísticos, Escapadas Quitteñas y Eventos Destacados.									
		Revisión y actualización APP	Adelanto: Revisión, actualización y/o reestructuración APP		1,00	67%						100,00%	3,00	2,00		Versión en inglés enviada a tiendas. Agenda de eventos de febrero actualizada. Escapadas Quitteñas con especiales de Carnaval y San Valentín. Adición de Botón Carnaval en Home con link a Landing Page.									
		Gestión de contenidos plataforma digital	Gestión de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	17%						100,00%	12,00	2,00	100,00%	Planificación de cronopost para Facebook Es y Twitter Planificación de cronopost para Instagram Revisión de cronopost Facebook En Levantamiento de contenido nuevo para la sección Top Actividades de la 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 Nacional	Servicio de Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica, Nacional y otros				0%		1,00	-			3,57%								
							Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica, Nacional y otros	Adelanto: Servicio de Operación Turística		1,00	14%		7,00	1,00	Gestión de servicios de operación turística y actividades para la ejecución del Fam Trip Apoyo Ministro de Salud y Delegación Alemana.										

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	OBSERVACIONES 2021		% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A FEBRERO 2021			MENSUAL FEB	FEBRERO		
							metas intermedias (descripción)	FEB	Meta mensual	Avance Mensual								