

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)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021			JUN	JUNIO		
											52,80%	100,00%			77%			
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 de las acciones de Mercadeo. Gestionar el Talento Humano del área de Mercadeo. Metas Especificas 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 la reactivación turística del mercado internacional. Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 20 establecimientos turísticos generen oferta de la ciudad para turismo interno. 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. 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 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. Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 20 establecimientos turísticos generen oferta de la ciudad para turismo interno. Incluye: MANTENER ESTRATEGIAS DE PROMOCION CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS	01 PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NOROCCIDENTAL (USA, CANADÁ Y MÉXICO) QT: MERCADO NOROCCIDENTAL (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MEXICO)	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Noroeste (USA, Canadá y México)	Reactivación turística del Mercado Noroeste 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 Noroeste (USA, Canadá, México)				100%	100,00%	1,00	1,00				
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Adelanto: Viaje de influencer Norteamericano		1,00	33%	100,00%	3,00	1,00	Realización de Viaje de Influencer Drea Castro de norteamérica, es cineasta y generadora de contenidos. 17.6k Seguidores Instagram 7.111 alcance 6.8% engagement 19 stories en Instagram 50 posteos de contenidos Alcance: 9.893 de contenido en ViaQuito			
							Estrategia City Placement				0%		1,00	-				
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Adelanto: Campaña de Street Marketing en Taxis de New York		1,00	100%	100,00%	4,00	4,00	Campaña promocional de Quito en Taxis de Nueva York Duración: del 3 al 23 de junio Resultados alcanzados: - Taxis: 400 - Pantallas: 3.000 - Impresiones alcanzadas: 15.366,382 - Número de personas que visualizaron la publicidad: 595,813 personas únicas			
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	50%	100,00%	12,00	6,00	100,00%	Envío de 5 boletines dirigidos a los países de Usa, Canadá y México, estos fueron: - Destination Quito (Español e Inglés) - Quito desde las alturas (Español e Inglés) - Gastronomía Quiteña en Madrid - Quito proyecta un retorno de 11 millones con la 1ra feria virtual - Quito una ciudad para mirar desde el cielo Alcance aproximado Norteamérica: 4.976.314 Media Value aproximado: US\$ 46.030,91		
							Marketing de influencers	Campaña de Influencer	1,00	-	0%		2,00	-	0,00%	Arrastre: En el mes de septiembre se realizará un Summit de Influencers como parte de la estrategia de promoción del destino en mercados internacionales.		
							Eventos BTL	Eventos BTL	1,00	1,00	33%	50,00%	3,00	1,00	100,00%	Arrastre: no se realizó un evento BTL en mercados internacionales norteamericanos debido a la situación actual existente por la crisis sanitaria del COVID, sin embargo, se realizó el Destination Quito Travel Expo que ha sido reportado como un evento de promoción turística de la ciudad de Quito.		
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	100%	100,00%	6,00	6,00	100,00%	Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo en el que se capacitó a: - 4 empresas del mercado mexicano capacitando a 66 agentes		
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Adelanto: Destination Quito Travel Expo 2021 - primera edición		1,00	100%	100,00%	4,00	4,00	Realización de Destination Quito Travel Expo 2021, la primera feria turística de Quito 9 de junio Segmento Leisure USA y Canadá			
								Adelanto: Cuadrante de Resultados Destination Quito		1,00	67%	100,00%	3,00	2,00	Resultados Destination Quito: - 165 asistentes - 66 reuniones realizadas en Rueda de Negocios - 13 Buyers internacionales - 37 medios de comunicación - 1.406 vistas web			
							Membresias				100%	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)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	52,80%	100,00%			JUN	JUNIO		
			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 y Operación 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)	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	1,00	300%	100,00%	1,00	3,00	100,00%	Envío de 3 boletines dirigidos a los países de Europa, estos fueron: - Gastronomía Quiteña en Madrid - Quito proyecta un retorno de 11 millones con la 1ra feria virtual - Quito una ciudad para mirar desde el cielo Alcance aproximado Europa: 25.360.690 Media Value aproximado: US\$ 225.525,43 Viaje de Prensa del periodista Oliver Ané, quien estuvo en Quito en el marco del proyecto de actualización de la guía turística francesa PETIT FUTE.		66,67%
			Membresías				33%	100,00%	3,00	1,00								
			Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Sudamérica (Colombia, Perú, Brasil)				100%	100,00%	1,00	1,00								
			Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				50%		2,00	1,00								
			Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campaña Cooperada Colombia	1,00	-	0%		1,00	-	0,00%	Debido a la situación causada en meses anteriores, no solo por la pandemia sino también por los problemas sociales que enfrenta en la actualidad Colombia, no fue posible llevar a cabo una campaña promocional, puesto que al hacerla no se garantiza resultados positivos para el destino, por esta razón se ha decidido analizar la inversión en otras acciones que generen un mayor impacto para Quito.						
			Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	50%	100,00%	12,00	6,00	100,00%	Envío de 5 boletines dirigidos a los países de Sudamérica, estos fueron: - Destination Quito (Español e Inglés) - Quito desde las alturas (Español e Inglés) - Gastronomía Quiteña en Madrid - Quito proyecta un retorno de 11 millones con la 1ra feria virtual - Quito una ciudad para mirar desde el cielo Alcance aproximado Sudamérica: 107.947.667 Media Value aproximado: US\$ 998.515,99						
			Marketing de influencers	Campaña de Influencer	1,00	-	50%	100,00%	2,00	1,00	0,00%	Se realizó en el mes de abril el viaje de los influencers colombianos JUAN TROTAMUNDOS en marco de la Semana Santa de Quito.						
			Eventos BTL	Evento BTL	1,00	-	0%		2,00	-	0,00%	Arrastre: no se realizó un evento BTL en mercados internacionales sudamericanos debido a la situación actual existente por la crisis sanitaria del COVID, sin embargo, se realizó el Destination Quito Travel Expo que ha sido reportado como un evento de promoción turística de la ciudad de Quito.						
			Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	80%	100,00%	5,00	4,00	100,00%	Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo en el que se capacitó a: - 3 empresas del mercado brasileño capacitando a 21 agentes						
			Ferias y Eventos de Promoción de Destino	WTM Latinamerica	1,00	1,00	150%	100,00%	2,00	3,00	100,00%	La planificación apuntaba a una participación en la WTM Latinamerica, pero debido a la pandemia la feria presencial ha sido postergada para 2022. Se realiza Destination Quito Travel Expo 2021, Primera Feria Virtual de Destino Quito 8 de Junio para segmento Leisure LATAM						
				Cuadrante Resultados WTM Latinomerica	1,00	1,00	150%	100,00%	2,00	3,00	100,00%	WTM Latinamerica fue postergada para 2022. Se realiza Destination Quito Travel Expo, resultados: - 277 asistentes - 218 reuniones - 23 Buyers Leisure internacionales - 70 medios de comunicación 3.878 visitas web						

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	MESES	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021			JUN			
														77%				
		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 Nacional	Membresías						-	-				
							Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional:				100%	100,00%	1,00	1,00				
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales				40%	100,00%	5,00	2,00				
							Campaña de Reactivación de destino				50%	100,00%	6,00	3,00				
							Campaña de Promoción Cooperada				0%		1,00	-				
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	1,00	1,00	25%	100,00%	4,00	1,00	100,00%	Se realizó el primer viaje con prensa, creadores y guías turísticos al nuevo atractivo turístico de Quito, las Cúpulas de Santa Bárbara		
							Socialización con industria turística local				40%	100,00%	5,00	2,00				
							Activaciones de Promoción BTL o ATL	Adelanto: Avance de meta activación BTL		1,00	33%	100,00%	3,00	1,00		Como parte de la Estrategia Quito Destino Diverso realizada para el segmento LGBTQ+ se realizó una activación BTL de iluminación del Arco de la Circasiana en celebración del día del orgullo LGBTQ+		
							Creación de piezas promocionales				100%	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%	100,00%	1,00	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)				100%		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 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL JUN	OBSERVACIONES 2021 JUNIO	% TÉCNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TÉCNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021								
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual										
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales	Campañas de Promoción de Destino Digitales	1,00	2,00	83%	100,00%	12,00	10,00	100,00%	Campaña Día del Padre que incluyó tráfico al sitio web / Escapadas Quiteñas con promociones y beneficios por temporada Facebook Alcance: 31.642 Interacciones: 2.503 Engagement: 17,91% CTR: 2,04% Instagram Alcance:11.725 Interacciones: 358 Engagement: 3,05% Twitter Alcance: 2,348 Interacciones: 169 Engagement: 6,76% Campaña Quito Destino Diverso (Fase 1) Engagement:				
							Marketing de influencers	Campaña influencer	1,00	-	50%	100,00%	2,00	1,00	0,00%	Por estrategia la campaña de influencer's se realizará en el segundo semestre del 2021.				
							Eventos Promocionales Virtuales				300%	100,00%	1,00	3,00						
							Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, visitas, descargas, y otras)	Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, visitas, descargas, y otras)	1,00	1,00	50%	100,00%	12,00	6,00	100,00%	Facebook Es: Seguidores: 3,2 k / Alcance: 73,7k / Interacciones: 7k / Engagement: 9,62% Facebook En Seguidores: 2k / Alcance: 46,8k / Interacciones: 3,3 k / Engagement: 7,23% Instagram Seguidores: 47,8k / Alcance: 65,1k / Interacciones: 12,6k / Engagement: 19,38% Twitter Seguidores: 6,2k / Alcance: 17,7k / Interacciones: 424 / Engagement: 2,8% Web: Usuarios: 4,821 / Sesiones: 6.097 / Visitas: 10.025 / Tiempo de sesión: 01:49				
							Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	1,00	1,00	83%	100,00%	6,00	5,00	100,00%	- Actualización Pop Up home Visit Quito campaña día del padre y actualización de banner sección Escapadas Quiteñas - Actualización de Agenda de eventos mes de junio - Rediseño sección Planes - LGBTQI+ - Rediseño sección B2B - Landing page Ruta Colonial - Página interna Recorridos turísticos				
							Revisión y actualización APP	Revisión y actualización APP	1,00	1,00	133%	100,00%	3,00	4,00	100,00%	Análisis técnico de la App entregado por la Agencia Nacional para realizar ajustes y actualizaciones de navegación, contenido, estructura y mejoras en general para la promoción de la App.				
							Gestión de contenidos plataforma digital	Gestión de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	50%	100,00%	12,00	6,00	100,00%	RRSS PROMOCIONALES 23 posts en Facebook Es, 20 posts Facebook En, 19 posts en Instagram, 3 stories en Instagram En, 40 stories en Instagram Es, 30 tweets en Twitter. WEB VISIT QUITO: - Actualización de eventos agenda - Actualización POP UP y banner día del Padre - Landing Page Ruta Colonial - Página interna Recorridos turísticos				
		05 GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Específica) QT: GASTOS COMUNES DE	Gastos comunes para ejecución de promoción turística del destino en	Apoyo logístico para la actividad de promoción local, nacional e	Coordinación de Promoción y	Servicio de Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica, Nacional y otros				100%	100,00%	1,00	1,00		Se firma contrato de Operación Turística con la empresa Samay Adventures para el servicio de operación de viajes de familiarización, prensa, influencers y otros de los mercados nacional e internacionales.		74,11%		

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 JUNIO 2021			JUN				
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual					52,80%	100,00%	JUN		
			MERCADEO	mercado local, nacional e internacional	internacional a través de al menos 3 acciones varias.	Operación Nacional	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	71%	100,00%	7,00	5,00	100,00%	Servicio de operación turística influencer Drea Castro, press trip Petit Fute. Fam Trips apoyos: Bomberos Francia, Improtur Argentina.			