

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)	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A MAYO 2021			MAY			
											36,95%	100,00%			78%			
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ, DESARROLLADOS - MERCADERO Promoción de 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. QT: 2 MERCADERO 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 Mercaderos. Gestión del Talento Humano del área de Mercaderos. 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. 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 del área de Mercaderos. Gestión del Talento Humano del área de Mercaderos. 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. Incluir: MANTENER ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN 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 MÉXICO)	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Noroccidental (USA, Canadá y México)	Reactivación turística del Mercado Noroccidental (USA, Canadá y México)	Coordinación de Promoción y Operación Internacional	Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para el mercado Noroccidental (USA, Canadá, México)				100%	100,00%	1,00	1,00		Envío de 5 boletines dirigidos a los países de USA, Canadá y México, estos fueron: - Destination Quito (Español e Inglés) - Verano en Quito - Alianza HCA - Destinos Híbridos - Quito lleva su mestizaje culinario a Madrid - Quito primer destino Alianza Destinos Híbridos Alcance aproximado Norooccidental: 846.739 Media Value aproximado: US\$ 7832,35	53,83%	46,21%
							Viages 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				75%	100,00%	4,00	3,00				
							Elaboración y distribución de contenido noticioso		1,00	1,00	42%	100,00%	12,00	5,00	100,00%			
							Marketing de Influencers				0%		2,00	-				
							Eventos BTL	Eventos BTL	1,00	-	0%		3,00	-	0,00%			
							Capacitaciones de destino			1,00	83%	100,00%	6,00	5,00				
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Evento internacional en México	1,00	1,00	75%	100,00%	4,00	3,00	100,00%			
											33%	100,00%	3,00	1,00				
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 (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Países Bajos) y resto del mundo	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)	Adelanto		1,00	200%	100,00%		1,00	2,00		Envío de 2 boletines dirigidos a los países de Europa estos fueron: - Quito lleva su mestizaje culinario a Madrid - Quito primer destino Alianza Destinos Híbridos Alcance aproximado Europa: 11.666.047,00 Media Value aproximado: US\$ 107.910,94		
						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			

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 MAYO 2021			MAY			
							metas intermedias (descripción)	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	36,95%	100,00%			78%	MAYO		
			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 y Operación Internacional	Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				50%		2,00	1,00				
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa				0%		1,00	-				
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	42%	100,00%	12,00	5,00	100,00%	Envío de 5 boletines dirigidos a los países de Usa, Canadá y México, estos fueron: - Destination Quito (España) - Verano en Quito - Alianza HCA – Destinos Híbridos - Quito lleva su mestizaje culinario a Madrid - Quito primer destino Alianza Destinos Híbridos Alcance aproximado Sudamérica: 16.355.993,00 Media Value aproximado: US\$ 151.293,00		
							Marketing de influencers				50%	100,00%	2,00	1,00				
							Eventos BTL	Evento BTL	1,00	-	0%		2,00	-	0,00%	Debido a que la crisis sanitaria por COVID se mantiene en los mercados internacionales de Colombia, Perú y Brasil, técnicamente se ha analizado realizar esta acción para el segundo semestre del año.		
							Capacitaciones de destino	Adelanto		1,00	60%	100,00%	5,00	3,00		Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo en el que se capacitó a: - 2 empresa del mercado chileno, en donde se capacitó a 36 agentes de viajes.		
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Adelanto		1,00	100%	100,00%	2,00	2,00		Participación en Feria Virtual Travel Blast, los días 25 y 26 de mayo. Es una feria profesional, dirigida al trade chileno y latinoamericano, creada con la finalidad de entablar negociaciones en busca de la recuperación del turismo internacional. Este año se celebra la segunda edición de este evento virtual, es organizado por el operador mayorista Travelway uno de los operadores más consolidado que tiene Chile.		
								Adelanto		1,00	100%	100,00%	2,00	2,00		Los principales resultados obtenidos fueron: - Presentación de Quito como Destino sustentable a 30 asistentes - 20 reuniones de trabajo con agentes de viajes interesado en el destino, especialmente en naturaleza, gastronomía y bioseguridad del destino. - Posibilidades de realizar presentaciones de destino para más agentes de Chile.		
							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 Nacional	Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional.				100%	100,00%	1,00	1,00		Contratación de Agencia Nacional para el servicio de Servicio de promoción y difusión del destino Quito en mercado local y nacional con la empresa Mediterráneo. Comunicación.		
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales				40%	100,00%	5,00	2,00				
							Campaña de Reactivación de destino	Campaña de Reactivación de Destino	1,00	1,00	50%	100,00%	6,00	3,00	100,00%	Campaña Tu Historia Comienza en Quito Mayo que nace con el fin de activar el destino durante el periodo de confinamiento decretado por las autoridades. - Levantamiento de 12 ofertas especiales y 61 ofertas escapadas quiteñas, - Catálogo de Delivery : 113 ofertas de A&B y 12 alojamiento. - 5 Recordos digitales en la ciudad de Quito		
							Campaña de Promoción Cooperada				0%		1,00	-				
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				0%		4,00	-				

43,00%

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)	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A MAYO 2021			MAY	MAYO		
											36,95%	100,00%						
							Socialización con industria turística local				40%	100,00%	5,00	2,00				
							Activaciones de Promoción BTL o ATL				0%		3,00	-				
							Creación de piezas promocionales	Adelanto		1,00	100%	100,00%	1,00	1,00	Elaboración de piezas promocionales para capacitaciones de producto gastronómico de Quito en las parroquias rurales.			
							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%	1,00	1,00		Contratación de Agencia Nacional para el servicio de Servicio de promoción y difusión del destino Quito a través de herramientas y plataformas digitales con la empresa Mediterráneo Comunicaciones.	68,52%	
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	Adelanto		1,00	50%	100,00%	6,00	3,00	Facebook Visit Quito: Alcance posts orgánico + pagutado: 110,705 Interacción orgánico + pagutado: 108,435 Engagement: 9,13% CTR: 2,17% Twitter Visit Quito: Alcance tweets (6): 920 Interacción: 73 Engagement: 7,66% Instagram Visit Quito: Alcance post: 11,029 Interacción: 743 Engagement: 6,44%			
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales	Campañas de Promoción de Destino Digitales	1,00	1,00	67%	100,00%	12,00	8,00	100,00%	Campaña Tu Historia Comienza en Quito Mayo que incluyó lives de destino desde varios puntos de la ciudad, catálogo de establecimientos con servicios de delivery y promociones en escapadas quiteñas. Facebook Alcance: 10.514 Interacciones: 1.222 Engagement: 12.82% Instagram Alcance: 7.697 Interacciones: 114 Engagement: 26.90% Twitter Alcance: 1.631 Interacciones: 50 Engagement: 3.90%		
							Marketing de Influencers				50%	100,00%	2,00	1,00				
							Eventos Promocionales Virtuales				300%	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	42%	100,00%	12,00	5,00	100,00%	Facebook Es: Seguidores: 3,2 k / Alcance: 179k / Interacciones: 87k / Engagement: 48,98% Facebook En Seguidores: 1,7k/ Alcance: 36,2k/ Interacciones: 2,4 k/ Engagement: 6,89 Instagram Seguidores: 47,6k / Alcance: 46,7k / Interacciones: 8k / Engagement: 17,79% Twitter Seguidores: 6,2k / Alcance: 17,8k / Interacciones: 356 / Engagement: 2,40% Web: Usuarios: 4,007 / Sesiones: 4.691 / Visitas: 6.813 / Tiempo de sesión: 01:18		
							Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	Adelanto		1,00	67%	100,00%	6,00	4,00	- Elaboración de Landing Page para campaña Tu Historia Comienza en Quito. - Actualización Pop Up, campaña en Mayo Tu Historia Comienza en Quito - Actualización de Agenda de eventos - Revisión de la página sección Explora en inglés			
							Revisión y actualización APP				100%	100,00%	3,00	3,00				

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)	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A MAYO 2021			MAY			
											36,95%	100,00%			78%	MAYO		
							Gestión de contenidos plataforma digital	Gestión de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	42%	100,00%	12,00	5,00	100,00%	RRSS PROMOCIONALES Producción de 5 lives pregrabados de destino con la interacción de guías turísticos nacionales: Quito Aventura (Teleférico y Globo Aerostático, Quito Histórico (Basílica), Quito Romántico (Rooftop Mama Cuchara), Quito Centro del Mundo (Agave y Mitad del Mundo). 31 posts en Facebook Es, 20 posts Facebook En, 22 posts en Instagram, 4 stories en Instagram En, 8 stories en Instagram Es, 42 tweets en Twitter. WEB VISIT QUITO: - Actualización de eventos agenda - Actualización PDP UP - Landing Page APP VISIT QUITO: - Generación de 9 textos para notificaciones push confinamiento Mayo		
		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 Nacional	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				58,04%
							Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica, Nacional y otros	Adelanto		1,00	57%	100,00%	7,00	4,00		Servicio de operación turística para visita al Centro Histórico y al Corredor Centro del Mundo para las delegaciones invitadas para la posesión presidencial.		

Directora de Mercadeo
MARÍA BELEN PACHECO