

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	FEBRERO			
							metas intermedias (descripción)	FEB	Meta mensual	Avance Mensual	12,85%	100,00%			92%				
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO	Objetivos del Programa QT	01. PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, 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 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			15,39%	27,27%	
Promoción de la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.	General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.		QT: MERCADO NORTEAMÉRICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO)				Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				0%		3,00	-					
Realización de acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado interno e internacional.	Específicos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional.						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%	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			
QT: 2 MERCADEO	Promocionar a la ciudad de Quito a nivel local y nacional.						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%	Se realizó el envío de un boletín para los mercados internacionales, referente a los 5 lugares que no te puedes perder en Quito.			
General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactivación turística del destino.	Promocionar el Talento Humano del área de Mercadeo.						Marketing de influencers				0%		2,00	-					
							Eventos BTL				0%		3,00	-					
Metas Especificas							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	33%	100,00%	6,00	2,00	100,00%	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.			
Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional.							Ferias y Eventos de Promoción de Destino				0%		4,00	-					
Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional.	Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para el fortalecimiento del mercado interno como estrategia de reactivación turística del destino.										0%		3,00	-					
Promocionar a la ciudad de Quito a nivel local y nacional.							Membresías	Membresía USTOA	1,00	1,00	100%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se realizó el pago respectivo de la membresía USTOA como estrategia de promoción turística de Quito en el mercado de Estados Unidos.		0,00%	
Gestionar la operatividad del área de Mercadeo.	Mayor acercamiento con la industria turística local para lograr al menos que 20 establecimientos turísticos generen oferta de la ciudad para turismo interno.		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	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)			0%		1,00	-						
Gestión del Talento Humano del área de Mercadeo.			QT: MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA, REINO UNIDO, FRANCIA, PAISES BAJOS) Y RESTO DEL MUNDO				Membresías				0%		3,00	-					
Metas Especificas																			
Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional.							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			0%		2,00	-						
							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	17%	100,00%	12,00	2,00	100,00%	Se realizó el envío de un boletín para los mercados internacionales, referente a los 5 lugares que no te puedes perder en Quito.			
							Marketing de influencers			0%		2,00	-						
							Eventos BTL			0%		2,00	-						
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	17%	100,00%	6,00	1,00	100,00%	Se llevó a cabo una capacitación virtual de destino que tuvo 43 asistentes del mercado Braslerio			
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino			0%		2,00	-						
										0%		2,00	-						
							Membresías					-	-						
							Servicio de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional:			0%		1,00	-						
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	1,00	17%	100,00%	6,00	1,00	100,00%	Campaña de Carnavalf 2021			
							Campaña de Reactivación de destino	Campaña de Reactivación de Destino	1,00		33%	100,00%	6,00	2,00	0,00%	Se reportó en el mes de enero 2 campañas Turismo Deduce Impuestos y Campaña AAVV y TTOO por lo que se adelantó el cumplimiento de esta meta.			

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			
		02 PROMOCION NACIONAL	EN EL MERCADO NACIONAL (ECUADOR) QT: MERCADO LOCAL Y NACIONAL	FAMILIARIZACIÓN TURÍSTICA del destino Quito para la reactivación turística del mercado local y nacional	METAS INTERMEDIAS 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 @visit_quito		
							Marketing de Influencers				0%		2,00	-					
							Eventos Promocionales Virtuales				0%		1,00	-					
							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	17%	100,00%	12,00	2,00	100,00%		Fan Page @visitquito.ec: Seguidores: 3k, Alcance: 381,9k, interacciones: 44,2k, Engagement: 11,57% Fan Page @visitquito.en: Seguidores: 918, Alcance: 22,3k, Interacciones: 1,8k, Engagement: 8,07%, Instagram @visit_quito: Seguidores: 46,8k, Alcance: 117,5k, Interacciones: 8,3k, Engagement: 7,06% 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 Quitellas 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 Planes con Servicios Turísticos, Escapadas Quitellas 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 Quitellas 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 MERCADO	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	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A FEBRERO 2021			FEB	FEBRERO		
							metas intermedias (descripción)	FEB	Meta mensual	Avance Mensual	12,85%	100,00%			92%			
							Informe de seguimiento de convenios a cargo del área				0%		4,00	-				
							Informe trimestral de avances de gestión con verificadores de acciones, por área (seguimiento y evaluación)				0%		4,00	-				

Directora de Mercadeo
 MARÍA BELEN PACHECO