

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)	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A MARZO 2021			MAR												
											23,84%	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 Específicas Realizar al menos 10 acciones de promoción turística de Quito para la reactivación turística del mercado internacional. 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 Específicas 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. Gestionar al 100% la operatividad del área. 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 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. Gestionar al 100% la operatividad del área. Incluye: MANTENER ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN CONSTANTES Y SOSTENIDAS EN EL TIEMPO EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS	01 PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) QT: MERCADO 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 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		Campaña con TOUR RADAR para mercados Canadá y Estados Unidos, esta meta fue reportada como adelanto en observaciones del mes de enero. - Impresiones totales: 313,800 impresiones de la campaña - Visitas al landing page: 12,000 visitas - Alcance emails promoción: 435,300 entregas - Alcance email concurso del January Expo: 1,597 entregas - Participación en el concurso del January Expo: 2,170 personas - Ventas de paquetes: 32,855 usd total - Noches vendidas: 24 Envío de 5 boletines dirigidos a los países de Usa. Canadá y México, estos fueron: - Mujeres en el Turismo - Recuperación del Turismo en Quito - Quito Rural - Semana Santa Virtual - Semana Santa quiteña, entre rituales y celebraciones únicas. Alcance aproximado Norteamérica: 463.426 Media Value Aproximado Norteamérica: \$ 4.286,69 Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo en el que se capacitó a: - 3 empresas del mercado mexicano. - 43 agentes de viajes capacitadas. Participación de Quito en la Expo Family Travel junto con dos tour operadores locales: SoleQ Travel y Quito City Tour, se presentó la oferta de Quito a mercado de Estados Unidos Alrededor de 44 contactos realizados entre Quito Turismo, SoleQ travel y Quito City Tour& Travel durante la feria virtual, entre las principales oportunidades está la posibilidad de que una familia pueda viajar a Quito en junio, se realizará el seguimiento correspondiente.	31,45%	34,09%									
							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	75%	100,00%	4,00	3,00	100,00%												
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	25%	100,00%	12,00	3,00	100,00%												
							Marketing de Influencers				0%		2,00	-													
							Eventos BTL				0%		3,00	-													
							Capacitaciones de destino	ADELANTO: Capacitaciones virtuales de destino en el mercado mexicano		1,00	50%	100,00%	6,00	3,00													
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Expo Family Travel		1,00	25%		4,00	1,00													
											0%		3,00	-													
							Membresías				100%	100,00%	1,00	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 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	01 PROMOCION INTERNACIONAL	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)			1,00	100%		1,00	1,00		1. Participación de Quito en la feria virtual ITB NOW, se mantuvo 13 reuniones entre Tour Operadores, medios y bloggers, interesados en conocer el destino del mercado alemán. 2. Envío de 4 boletines dirigidos a los países de España. Reino Unido. Alemania, Países Bajos. Francia, estos fueron: - Mujeres en el Turismo - Recuperación del Turismo en Quito - Quito Rural - Semana Santa Virtual Alcance aproximado Europa: 34'300.674 Media Value Aproximado Europa: \$ 317.281,23 3. Viaje de familiarización Documentalista español Miguel Forneiro Se solicita arrastre al mes de abril, no existe facturación por parte de la OMT.	50,00%										
							Membresías	Membresía OMT	1,00	-	0%		3,00	-	0,00%												
							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	ADELANTO: Viaje de Prensa del mercado Chile		1,00	50%		2,00	1,00													
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa				0%		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 y Operación Internacional	Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	25%				100,00%	12,00	3,00	100,00%					
							Marketing de Influencers				0%		2,00	-													
							Eventos BTL				0%		2,00	-													
																										23,15%	

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 MARZO 2021			MAR			
							metas intermedias (descripción)	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	23,84%	100,00%			77%			
							Capacitaciones de destino	ADELANTO: Capacitaciones virtuales de destino en el mercado colombiano		1,00	33%	100,00%	6,00	2,00		Capacitación virtual de destino planificada de manera bimensual, se realizó un ciclo en el que se capacitó a: - 1 empresa del mercado colombiano. - 32 agentes de viajes.		
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino				0%		2,00	-				
							Membresías				0%		2,00	-				
		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:	Contratación agencia de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional	1,00	-	0%		1,00	-	0,00%	Debido a la inhabilitación de las ofertas presentadas por no cumplir con las especificaciones requeridas en Términos de Referencia el proceso fue declarado desierto y se volverá a lanzar invitando a nuevos proveedores.		
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales	ADELANTO: Campaña de Promoción Hito de Ciudad		1,00	33%	100,00%	6,00	2,00		Campaña de Promoción Semana Santa Quiteña - Calendario litúrgico virtual: Arrastre de Andas, Exhibición de Andas, Procesión Jesús del Gran Poder, Bendición del Fuego. - Agenda de Actividades - Mapas de Fanescas, establecimientos Distintivo Q - 12 Oferta Especiales para Semana Santa - 59 Ofertas para Escanadas Quiteñas		
							Campaña de Reactivación de destino				33%	100,00%	6,00	2,00				
							Campaña de Promoción Cooperada				0%		1,00	-				
							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.	Seguimiento a contratación empresa de organización de eventos para promoción del destino Quito para el mercado local, nacional y otros	1,00	1,00	100%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Seguimiento respectivo, proceso de contratación en espera de ser publicado.		
							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)	Servicio de promoción y difusión del destino Quito a través de herramientas y plataformas digitales (web, APP, redes sociales y otras)	1,00	-	0%		1,00	-	0,00%	Debido a la inhabilitación de las ofertas presentadas por no cumplir con las especificaciones requeridas en Términos de Referencia el proceso fue declarado desierto y se volverá a lanzar invitando a nuevos proveedores.		
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	ADELANTO: Campaña de Promoción Hito de Ciudad		1,00	33%	100,00%	6,00	2,00		Adelanto Campaña de Promoción Semana Santa Quiteña Landing Page en Web Promocional Pop up Semana Santa Campaña RRSS @VisitQuito Facebook: Alcance: 283.591 / Engagement: 17,33% Instagram: Alcance: 70.733 / Engagement: 3,48% Twitter: Alcance: 30.700 / Engagement: 3,88% Asistentes Recorridos: 20 pax		
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales	Campañas de Promoción de Destino Digitales	1,00	1,00	50%	200,00%	12,00	6,00	100,00%	Campaña pre lanzamiento app: Facebook: Alcance: 218,9K / Interacciones: 9,4K / Engagement: 4,29% Instagram: Alcance: 2,8K / Interacciones: 69 / Engagement: 2,46% Twitter: Alcance: 1,2K / Interacciones: 60 / Engagement: 5%		
							Marketing de Influencers				0%		2,00	-				
							Eventos Promocionales Virtuales	Activaciones Virtuales en IG LIVE		2,00	200%		1,00	2,00		Activaciones virtuales a través de Instagram Live para promoción de destino (POST PERFORMANCE) - Quito Histórico y Moderno: Views: 908 / Likes: 33 / Comments: 3 Engagement: 3,96% - Semana Santa Quiteña: Views: 517 / Likes: 20 / Comments: N/A Engagement: 3,86%		
							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	25%	100,00%	12,00	3,00	100,00%	Facebook Es: Seguidores: 3,1k / Alcance: 254k / Interacciones: 5,6k / Engagement: 2,2% Facebook En Seguidores: 916. Alcance: 207. Interacciones: 52. Engagement: 25,12% Instagram Seguidores: 46,8k / Alcance: 84,1k / Interacciones: 9,5k / Engagement: 11,29% Twitter Seguidores: 6,5k / Alcance: 42.9k / Interacciones: 1k / Engagement: 2,36% Web: Usuarios: 1.061 / Sesiones: 1.375 / Visitas: 3.053 / Tiempo de sesión: 03:13		

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 MARZO 2021			MAR				
							metas intermedias (descripción)	MAR	Meta mensual	Avance Mensual						23,84%			100,00%
							Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	Reestructuración y actualización de la web visitquito.ec		1,00	33%	100,00%	6,00	2,00		- Optimización de apariencia general (tamaño banners). - Programación de traducción simultánea para cada sección. - Programación de links independientes para cada uno de los nueve Álbumes de experiencia de la Sección EXPLORA.			
							Revisión y actualización APP	Actualiación de la APP		1,00	100%	100,00%	3,00	3,00		- Actualización Home con nuevos nombres en cajas "Experiencias Top" y "Servicios Turísticos." - Adición de Botón Semana Santa en Home con link a Landing Page. - Actualización de Agenda de eventos de marzo actualizada.			
							Gestión de contenidos plataforma digital	Gestión de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	25%	100,00%	12,00	3,00	100,00%	RRSS PROMOCIONALE 14 posts en Facebook Es, 23 stories Facebook Es, 13 posts Facebook En, 14 posts en Instagram, 25 stories en Instagram, 19 tweets en Twitter WEB VISITQUITO.EC - Adición de atractivos turísticos al álbum Centro Histórico en inglés y español, listos para ser subidos a la sección Explora. - Corrección y actualización de Portafolio de Productos listos para subir a la sección B2B. APP VISIT QUITO: • Generación de 15 textos para notificaciones push diarias. - Generación de 12 textos para notificaciones push georreferenciadas por zonas.			
		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	Seguimiento a contratación empresa de servicio de operación turística	1,00	1,00	100%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Seguimiento respectivo, proceso de contratación en espera de ser publicado.			44,64%
		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	29%		7,00	2,00		Servicio de operación turística para Press Trip Chile Sustentable TV y Fam Trip Miguel Forneiro					
		Informe de seguimiento de convenios a cargo del área	Informe de seguimiento de convenios a cargo del área				1,00	1,00	25%	100,00%	4,00	1,00	100,00%	No se han registrado acciones en marco del convenio durante este primer trimestre					
		Informe trimestral de avances de gestión con verificadores de acciones, por área (seguimiento y evaluación)	Informe trimestral de avances de gestión con verificadores de acciones, por área (seguimiento y evaluación)				1,00	1,00	25%	100,00%	4,00	1,00	100,00%	Informe de Gestión Técnica de la Dirección de Mercadeo con el avance y ejecución de acciones de promoción turística del destino para mercados nacionales e internacionales ejecutadas en el primer trimestre del 2021.					

Directora de Mercadeo
MARÍA BELEN PACHECO