

ANTEPROYECTO POA
PLAN OPERATIVO ANUAL 2021 - POA QT
SECTOR: DESARROLLO PRODUCTIVO
DEPENDENCIA EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO - QUITO TURISMO
PROFORMA 2020
Programa QT MERCADEO

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	Medio de Verificación	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL				
							metas intermedias (descripción)	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A ABRIL 2021			ABR	ABRIL							
											33,94%	100,00%						81%					
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 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 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. 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 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. 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			44,80%	41,67%					
							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				75%	100,00%	4,00	3,00									
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	33%	100,00%	12,00	4,00	100,00%	Envío de 8 boletines dirigidos a los países de Usa. Canadá y México, estos fueron: - Semana Santa Quiteña en inglés - Recorre Quito en Bicicleta - Cycle Adventures en Quito - Semana MICE - Quito Bajo Las Estrellas - Quito MICE - Restaurantes de Quito - Aves Quito Alcance aproximado Norteamérica: 10'113.801 Media Value aproximado: US\$ 93.375,37	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO						
							Marketing de Influencers				0%		2,00	-									
							Eventos BTL				0%		3,00	-									
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	1,00	67%	100,00%	6,00	4,00	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 80 agentes - 1 webinar con United Airlines en el cual se capacitó a 58 agentes de viajes.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO						
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	. Adelanto - Macro Rueda de Negocios - Pro Ecuador		1,00	50%		4,00	2,00		Participación en el evento de promoción denominado "Macro rueda de Negocios sectores Flores y Turismo" - Pro Ecuador, dirigido al mercado Norteamérica y Sudamérica, del 26 al 29 de abril de 2021.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO						
								. Adelanto - Resultados Macro Rueda de Negocios - Pro Ecuador		1,00	33%		3,00	1,00		Los principales resultados de la Macro Rueda de Negocios fueron: - 2 reuniones con tour operadores de Estados Unidos y México (GT Travel y Pe-Tra Tours) a quienes se mostró un destino renovado y seguro - 1 oportunidad para realizar un Fam trip al destino para agentes de viajes aliados de GT Travel	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO						
							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	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)				100%		1,00	1,00		Envío de 3 boletines dirigidos a los países de Europa: - Quito MICE - Restaurantes de Quito - Aves Quito Alcance aproximado Europa: 36'944.737 Media Value Aproximado: US\$ 366.705,20 - Live de presentación del destino Quito para 300 tour operadores y agentes de viajes de LATA, "Latin America Travel Association" del Reino Unido desde las Cupulas de la Compañía de Jesús.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		66,67%
							Membresías				ARRASTRE DE MAR (1): Membresía OMT	1,00	1,00	33%	50,00%	3,00	1,00	100,00%	Se realizó el pago de membresía de la OMT, en base al informe técnico que justifica esta necesidad del destino.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO			
											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				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 ABRIL 2021			ABR	Medio de Verificación								
							metas intermedias (descripción)	ABR	Meta mensual	Avance Mensual							33,94%			100,00%	81%			
			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	33%	100,00%	12,00	4,00	100,00%	Envío de 7 boletines dirigidos a los países de Brasil, Colombia, Perú, estos fueron: - Recorre Quito en Bicicleta -Cycle Adventures en Quito - Semana MICE - Quito Bajo Las Estrellas - Quito MICE - Restaurantes de Quito - Aves Quito Alcance aproximado Sudamérica: 146'298.301 Media Value Aproximado: US\$ 1'353.108,50	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\1/04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO							
							Marketing de Influencers	Adelanto: Marketing de Influencers - Juan Trotamundos		1,00	50%		2,00	1,00		Coordinación de viaje al destino Quito del influencer colombiano Juan Trotamundos, de donde se despliega los siguientes resultados: - Alcance: más de 678 mil usuarios - Visualizaciones promedio de historias: 10.2 mil - Más de 1.3 mil visitas a @visit_quito - Contenido publicado 89 (reels, posts, IG Stories)	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\1/04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO							
							Eventos BTL				0%		2,00	-										
							Capacitaciones de destino	Webinars o capacitaciones de destino	1,00	-	33%	50,00%	6,00	2,00	0,00%	En el mes marzo se reportó un adelanto de las capacitaciones bimensuales, correspondientes al mes de abril .	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\1/04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO							
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino	Anato	1,00	1,00	50%	100,00%	2,00	1,00	100,00%	La planificación apuntaba a una participación en la Vitrina Turística de ANATO, la misma que por la pandemia ha sido postergada para Junio, sin embargo se participó en otro evento de promoción denominado "Macro rueda de Negocios sectores Flores y Turismo" Pro Ecuador, dirigido al mercado Norteamérica y Sudamérica, del 26 al 29 de abril de 2021.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\1/04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO							
								Cuadrante Resultados Anato	1,00	1,00	50%	100,00%	2,00	1,00	100,00%	Los principales resultados de la Macro Rueda de Negocios fueron: - 3 reuniones con tour operadores de Chile, Colombia y Perú, a quienes se mostró un destino renovado y seguro - 2 oportunidades para realizar un webinar de destino a agentes de viajes chilenos, motivados por Travel Away.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\1/04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO							
							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:	ARRASTRE DE MAR (1) .- Contratación agencia de promoción y difusión del destino Quito para el mercado local y nacional	1,00	1,00	100%	100,00%			1,00	1,00	100,00%	El proceso fue adjudicado a la agencia Mediterráneo Comunicaciones Cía.. Ltda. y se firmará el contrato en el mes de mayo.	Código de Proceso: RE-CSPS-EPMGDT-01-21
												Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios tradicionales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	-	33%	50,00%			6,00	2,00	0,00%	Se realizó el adelanto de meta en marzo reportando la Campaña de Semana Santa Quiteña	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\1/04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO
												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	Socialización con industria turística local	1,00	1,00	40%						100,00%	5,00	2,00	100,00%	Sitra de socialización a los gremios turísticos, drive para la industria con insumos de campaña Semana Santa- Emailing a catastro turístico para levantamiento de oferta Escapadas Quiteñas.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\1/04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO							
		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.				100%	100,00%	1,00	1,00															
		Evento de Hito de Ciudad				0%		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	Medio de Verificación	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
							metas intermedias (descripción)	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A ABRIL 2021			ABR	ABRIL			
											33,94%	100,00%							
		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)	ARRASTRE DE MAR (1).- Servicio de promoción y difusión del destino Quito a través de herramientas y plataformas digitales (web, APP, redes sociales y otras)	1,00	1,00	100%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	El proceso fue adjudicado a la agencia Mediterráneo Comunicaciones Cía.. Ltda. y se firmará el contrato en el mes de mayo.	Código de Proceso: RE-CSPS-EPMGDT-01-21		
							Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales	1,00	-	33%	50,00%	6,00	2,00	0,00%	Se realizó el adelanto de meta en marzo reportando la Campaña de Semana Santa Quiteña	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales	Campañas de Promoción de Destino Digitales	1,00	1,00	58%	175,00%	12,00	7,00	100,00%	Activación campaña audiencia e interacción en el Fan Page visitquito.en = 1.225 nuevos seguidores Activación Campaña de audiencia e interacción en Instagram @visit_quito = 16% Engagement	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		
							Marketing de Influencers			1,00	50%		2,00	1,00		Visita de influencer colombiano Juan Trotamundos ha generado los siguientes resultados: - Alcance: más de 678 mil usuarios - Visualizaciones promedio de historias: 10.2 mil - Más de 1.3 mil visitas a @visit_quito - Contenido publicado 89 (reels, posts, IG Stories)	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		
							Eventos Promocionales Virtuales			1,00	300%		1,00	3,00		Activaciones virtuales a través de Instagram Live para promoción de destino Quito Natural - Quito Natural Views: 1752 / Likes: 20 / Comments: 1 /Engagement: 3,82%	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		
							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	33%	100,00%	12,00	4,00	100,00%	Facebook Es: Seguidores: 3,165 / Alcance: 31,8k / Interacciones: 3,5k / Engagement: 11,15% Facebook En Seguidores: 1,2k/ Alcance: 15,2k/ Interacciones: 710/ Engagement: 4,65% Instagram Seguidores: 47,6k / Alcance: 35,0k / Interacciones: 6,67k / Engagement: 19,05% Twitter Seguidores: 6,4k / Alcance: 21,3k / Interacciones: 355 / Engagement: 1,66% Web: Usuarios: 2,202 / Sesiones: 2,806 / Visitas: 6,990 / Tiempo de sesión: 02:09	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		
							Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	1,00	1,00	50%	100,00%	6,00	3,00	100,00%	- Optimización de la web en general. - Actualización de agenda mes de abril. - Optimización de la página y revisión de cada sección.	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		
							Revisión y actualización APP				100%	100,00%	3,00	3,00					
							Gestión de contenidos plataforma digital	Gestión de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	33%	100,00%	12,00	4,00	100,00%	RRSS PROMOCIONALES 19 posts en Facebook Es, 18 posts Facebook En, 16 posts en Instagram, 17 stories en Instagram, 24 tweets en Twitter WEB VISIT QUITO: - Actualización de eventos agenda APP VISIT QUITO: - Generación de 11 textos para notificaciones push confinamiento Mayo	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO		62,04%

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	Medio de Verificación	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A ABRIL 2021			ABR				
											33,94%	100,00%			81%				
		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				100%	100,00%	1,00	1,00					48,21%
			Operación turística para prensa, trade y personalidades a la ciudad de Quito Mercado Europa, Sudamérica, Norteamérica, Nacional y otros						1,00	43%	7,00	3,00	Servicio de operación turística: Viaje Influencer Juan Trotamundos, Fam Trip Apoyo Epmsa	\\172.16.1.43\Pública\PLANIFICACIÓN\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\04.ABR_metas-2021\Medios_verificación-ABR-2021\02 MERCADEO					
			Informe de seguimiento de convenios a cargo del área							25%	100,00%	4,00	1,00						
			Informe trimestral de avances de gestión con verificadores de acciones, por área (seguimiento y evaluación)							25%	100,00%	4,00	1,00						

Directora de Mercadeo
MARÍA BELEN PACHECO