

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: MERCADERO

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT			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
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO						AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2021			AGO				
							metas intermedias (descripción)	AGO	Meta mensual	Avance Mensual	64,35%	100,00%			100%				
MERCADOS PRIORITARIOS TURISTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADERO 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 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 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 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 PROMOCION 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.	01. PROMOCION INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) QT: MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ 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 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				75,81%	69,70%			
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito	67%	100,00%	3,00	2,00								
							Estrategia City Placement	0%		1,00	-								
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	125%	100,00%	4,00	5,00								
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Norteamérica	1,00	1,00	67%	100,00%	12,00	8,00	100,00%	Envío de 4 boletines dirigidos a los países de Usa, Canadá y México, estos fueron: - Día Internacional de la cerveza - Turismo de Aventura - Quito Romance - Relatos de Quito Alcance aproximado Norteamérica: 9.252.090 Media Value aproximado: US\$ 85.581,85	\\172.16.1.43\\Publica\\PLANIFICACI ON\\POAs QT\\QT-POA2021- APROBADO\\Avances_POA_2021\\0 8_AGO metas_ 2021\\Medios de Verificación\\2_Mercadeo		
							Marketing de Influencers	0%		2,00	-								
							Eventos BTL	67%	100,00%	3,00	2,00								
							Capacitaciones de destino	Ciclo de Capacitaciones virtuales en México	1,00	133%	100,00%	6,00	8,00		Se realizó un ciclo de capacitación de destino para el mercado mexicano, en donde se capacitó a 6 empresas y un total de 79 agentes de viajes	\\172.16.1.43\\Publica\\PLANIFICACION \\POAs QT\\QT-POA2021- APROBADO\\Avances_POA_2021\\08. AGO_ metas_ 2021\\Medios de Verificación\\2_Mercadeo			
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino				100%	100,00%	4,00	4,00					
											67%	100,00%	3,00	2,00					
							Membresías				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	Medio de Verificación	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL	
							metas intermedias (descripción)	AGO	Meta mensual	Avance Mensual	64,35%	100,00%			AGO	100%				
																				AGOSTO
			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 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)	. Elaboración y Distribución de Contenido Noticioso para Europa	1,00	500%	100,00%	1,00	5,00	Envío de 2 boletines dirigidos a los países de Europa, estos fueron: Quito Romance - Relatos de Quito Alcance aproximado Europa: 13.782.547 Media Value aproximado: US\$ 127.488,56	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION VPOAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\08. AGO_metas- 2021\Medios de Verificación\2_ Mercadeo			100,00%		
							Membresías	Cuadrante Birdfair	-		100%	100,00%	1,00	1,00	JUSTIFICACIÓN DE AJUSTE DE METAS: Esta meta es un error de ingreso, en membresías únicamente se planificó la membresía de OMT, la misma que ya fue ejecutada. Los cuadrantes a lo que se hace referencia son monitoreos de resultados de participación en ferias de turismo, y este año de acuerdo a planificación técnica, no se ha participado en ferias en Europa					
							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					74,07%	
							Viajes de familiarización / prensa al destino Quito				50%			2,00	1,00					
							Campañas promocionales de destino con industria turística o medios de prensa	Campaña Awareness de Quito en el Holding de Avianca	1,00	200%	100,00%	1,00	2,00		Campaña Awareness de Quito con video inspiracional del destino - VIDEO ABORDAJE en el Holding de Avianca Duración: 1 mes Fechas: 1 al 31 de agosto - 2021 Impactos estimados: 1.498.500 pasajeros durante todo el mes de agosto Número de Vuelos: 25.578 del holding de Avianca	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION VPOAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\08. AGO_metas- 2021\Medios de Verificación\2_ Mercadeo				
							Elaboración y distribución de contenido noticioso	Elaboración y distribución de contenido noticioso mercado Sudamérica	1,00	1,00	67%	100,00%	12,00	8,00	100,00%	Envío de 4 boletines dirigidos a los países de Sudamérica, estos fueron: - Día internacional de la cerveza - Turismo de Aventura - Quito Romance - Relatos de Quito Alcance aproximado Norteamérica: 120.722.984 Media Value aproximado: US\$ 1.116.687,63	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION VPOAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\08. AGO_metas- 2021\Medios de Verificación\2_ Mercadeo			
			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 Internacional	Marketing de Influencers				50%	100,00%	2,00	1,00						
							Eventos BTL				0%		2,00	-						
							Capacitaciones de destino	Ciclo de Capacitaciones virtuales en Sudamérica	1,00	120%	100,00%		5,00	6,00	Se realizó un ciclo de capacitación de destino para los mercados de Colombia, Brasil, Chile y Perú, en donde se capacitó a 4 empresas y un total de 34 agentes de viajes	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION VPOAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\08. AGO_metas- 2021\Medios de Verificación\2_ Mercadeo				
							Ferias y Eventos de Promoción de Destino				150%	100,00%	2,00	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
											AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2021			AGO				
							metas intermedias (descripción)	AGO	Meta mensual	Avance Mensual	64,35%	100,00%			100%	AGOSTO	Medio de Verificación		
											150%	100,00%	2,00	3,00					
							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 Local y Nacional	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	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD	1,00	1,00	60%	100,00%	5,00	3,00	100,00%	Campaña de Verano 2021 "Tu Verano Comienza en Quito" con acciones de promoción digital y acciones de promoción tradicional BTL y ATL	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION VPOAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\08. AGO_metas-2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							Campaña de Reactivación de destino				67%	100,00%	6,00	4,00					
							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	125%	100,00%	4,00	5,00	100,00%	Esta meta fue adelantada en el mes de julio. Se realizó el Press Trip Rutas de Verano con la participación de 15 medios de comunicación de la ciudad de Quito.	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION VPOAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\08. AGO_metas-2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							Socialización con industria turística local				60%	100,00%	5,00	3,00					
							Activaciones de Promoción BTL o ATL	Activaciones de Promoción BTL o ATL	1,00	1,00	100%	100,00%	3,00	3,00	100,00%	* Activaciones BTL / Se realizaron 3 Chivas Quiteñas para promocionar las ofertas, actividades, recorridos y agenda de verano, con presencia en Quito, Latacunga, Ambato, Cayambe, Otavalo, Ibarra. Alcance: 179.925 personas * Publicidad ATL en outdoors/ Mupies Quito/ Alcance: 1.102.000 personas * Plan de Medios/ Radios locales y nacionales/ Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Santo Domingo/ 7.448.888 audiencia	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION VPOAs_QT\QT-POA2021- APROBADO\Avances_POA_2021\08. AGO_metas-2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							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	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					85,19%

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 AGOSTO 2021			AGO				
							metas intermedias (descripción)	AGO	Meta mensual	Avance Mensual		64,35%	100,00%			100%	AGOSTO	Medio de Verificación		
					destino Quito.		Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD medios digitales							6,00	5,00	100,00%	Campaña Tu Verano Comienza en Quito, creación de landing page con información de agenda de eventos, escapadas quiteñas y recorridos turísticos. CTR: 3,371% Engagement: 1,41% Facebook: Alcance: 889,330 Clicks: 22,505 Interacciones: 84,716 Reproducciones: 255,646 Instagram: Alcance: 413,451 Impresiones: 991,026 Interacciones: 140,287 Engagement: 0,36% Twitter: Alcance: 4,851 Interacciones: 263 Engagement: 3,12% Web: Visitas a la página: 5,266 Entradas: 3,026 Duración de la sesión: 0:02:41	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\08_AGO_metas_2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							Campañas de Promoción de Destino en Digitales							12,00	12,00	100,00%	Campaña Recorridos Turísticos, creación de landing page para registro de la ciudadanía en los recorridos y promoción a través de RRSS Facebook: Alcance: 57,301 Clicks: 13,367 Interacciones: 25,921 Reproducciones: 37,906 Engagement: 13,86% CTR: 70,99% Instagram: Alcance: 7,613 Interacciones: 11,764 Engagement: 79,90% Twitter: Alcance: 2,626 Interacciones: 120 Engagement: 2,08% Web: Visitas a la página: 4,398 Sesiones: 3,114 Duración de la sesión: 0:02:03	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\08_AGO_metas_2021\Medios de Verificación\2_Mercadeo		
							Marketing de Influencers					50%	100,00%	2,00	1,00			\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\08_AGO_metas_2021\Medios de		
							Eventos Promocionales Virtuales					300%	100,00%	1,00	3,00					
							Métricas redes sociales y plataforma digital (alcance e interacción, vistas, descargas, y otras)							12,00	8,00	100,00%	Facebook Es: Seguidores: 3,5 k / Alcance: 778,0K / Interacciones: 42,5k / Engagement: 5,46% Facebook En: Seguidores: 2,5k / Alcance: 37,9k / Interacciones: 941 / Engagement: 2,47% Instagram: Seguidores: 49,1k / Alcance: 776,1k / Interacciones: 12,2k / Engagement: 1,58% Twitter: Seguidores: 6,2k / Alcance: 12,4k / Interacciones: 276 / Engagement: 3,30% Tik Tok: Seguidores: 4,2K / Interacciones: 9,7K / Reproducciones: 146,4K Web: Usuarios: 13,136 / Sesiones: 12,725 / Visitas: 29,008 / Tiempo de sesión: 01:33	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2021-APROBADO\Avances_POA_2021\08_AGO_metas_2021\Medios de Verificación\2_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	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL			
											AVANCE ANUAL	ACUMULADO A AGOSTO 2021			AGO	Medio de Verificación					
							metas intermedias (descripción)	AGO	Meta mensual	Avance Mensual	64,35%	100,00%			100%						
							Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	Revisión, actualización y/o reestructuración WEB	1,00	1,00	117%	100,00%	6,00	7,00	100,00%	- Actualización de Agenda de eventos agosto mes de las artes - Actualización agenda actividades agosto - Actualización landing page Recorridos Turísticos - Actualización landing page Ruta Colonial	\\172.16.1.43\\Publica\\PLANIFICACION \\POAs_QT\\QT-POA2021- APROBADO\\Avances_POA_2021\\08- AGO_metas- 2021\\Medios de Verificación\\2- Mercadeo		81,25%		
							Revisión y actualización APP	Revisión app		1,00	200%	100,00%	3,00	6,00	Envío de material actualizado para la construcción y actualización integral de la App Reunión con la AN para determinar los avances con la App.	\\172.16.1.43\\Publica\\PLANIFICACION \\POAs_QT\\QT-POA2021- APROBADO\\Avances_POA_2021\\08- AGO_metas- 2021\\Medios de Verificación\\2- Mercadeo					
							Gestión de contenidos plataforma digital	Gestión de contenidos plataforma digital	1,00	1,00	67%	100,00%	12,00	8,00	100,00%	RRSS PROMOCIONALES 20 posts en Facebook Es, 17 posts Facebook En, 15 posts en Instagram, 57 stories en Instagram, 4 reels en Instagram Es, 20 tweets en Twitter. WEB VISIT QUITO: - Actualización de eventos agenda - Actualización Landing Page Recorridos turísticos - Actualización Landing Ruta Colonial	\\172.16.1.43\\Publica\\PLANIFICACION \\POAs_QT\\QT-POA2021- APROBADO\\Avances_POA_2021\\08- AGO_metas- 2021\\Medios de Verificación\\2- Mercadeo				
		05- GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Especifica) 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 varías.	Coordinación de Promoción y Operación Local y 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					
									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	100%	100,00%	7,00	7,00	100,00%			Se realizó la operación turística del Press Trip Apoyo Exotica	\\172.16.1.43\\Publica\\PLANIFICACION \\POAs_QT\\QT-POA2021- APROBADO\\Avances_POA_2021\\08- AGO_metas- 2021\\Medios de Verificación\\2- Mercadeo
									Informe de seguimiento de convenios a cargo del área				75%	100,00%	4,00	3,00					
									Informe trimestral de avances de gestión con verificadores de acciones, por área (seguimiento y evaluación)				50%	100,00%	4,00	2,00					

Coordinadora de Promoción Internacional
MARIA BELEN PACHECO

Coordinador de Promoción Internacional
RUBÉN LARA

Coordinadora de Promoción y Operación Local y Nacional
KATIA FREIRE

Coordinadora de Promoción Digital
MARIA SOL NIETO