

Programa QT		MERCADERO		   						OBSERVACIONES 2022			% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	ACTIVIDAD QT ACUMULADO A ABRIL 2022	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
PRODUCTO MC (programa QT) <i>Indicadores QT</i>	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC Actividad QT	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	METAS INTERMEDIAS 2022				ABRIL	Medio de Verificación				
						metas intermedias (descripción)	ABR	Meta mensual	Avance Mensual						
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADERO 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.	01 PROMOCIÓN INTERNACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTEAMÉRICA (USA, CANADÁ Y MÉXICO) QT: 01 MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO)	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Norteamérica (USA, Canadá)	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	Contratación de una oficina de representación y relaciones públicas, para la promoción de Quito a nivel internacional						\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metas 2022\1_Medios de Verificación\2_Mercader	18.36%	50.00%	9.17%
Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito a nivel internacional						Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito	1	1	Se llevó a cabo el viaje de prensa con el medio Estilo de Vida de Colombia, quien cubrió las principales actividades de Semana Santa, descubrieron porque esta actividad es única en el mundo.	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR					
Campañas promocionales de destino dirigido a trade, prensa y/o consumidor final internacional						<i>Arrastre:</i> Campañas promocionales de destino dirigido a trade, prensa y/o consumidor final	1		Arrastre para el mes de junio, esta acción está ligada a la contratación internacional, la misma que se encuentran en fase de adjudicación y próxima a la firma.						
Elaboración y Distribución de Contenido noticioso a nivel internacional						Elaboración y Distribución de Contenido noticioso	1	1	Envío de Boletín de Cifras de Semana Santa Quiteña 2022, alcance 4000 contactos	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR					
Capacitaciones, webinars o presentaciones de destino a nivel internacional															
Road Show con la industria para la promoción de Quito a nivel internacional															
Membresías asociaciones internacionales															
Participación en ferias y eventos de promoción de destino a nivel internacional															
ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO EUROPA (ALEMANIA, REINO UNIDO, FRANCIA, PAISES BAJOS) Y RESTO DEL MUNDO QT: 02 MERCADO EUROPA (ALEMANIA, REINO UNIDO, FRANCIA, PAISES BAJOS) Y RESTO DEL MUNDO						Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Europa (Alemania, 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	Contratación de una oficina de representación y relaciones públicas, para la promoción de Quito a nivel internacional						
		Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito a nivel internacional	Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito	1	1				Viaje de prensa medio Zondang de Bélgica						
		Campañas promocionales de destino dirigido a trade, prensa y/o consumidor final internacional													
		Elaboración y Distribución de Contenido noticioso a nivel internacional	Elaboración y Distribución de Contenido noticioso	1	1				Envío de Boletín de Cifras de Semana Santa Quiteña 2022, alcance 4000 contactos	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR					
		Capacitaciones, webinars o presentaciones de destino a nivel internacional	<i>Arrastre:</i> Capacitaciones, webinars o presentaciones de destino	1	0				<i>Arrastre:</i> No se realizó esta acción ya que la contratación internacional se encuentra en proceso.						
		Road Show con la industria para la promoción de Quito a nivel internacional													
		Membresías asociaciones internacionales	<i>Arrastre:</i> Membresía Red de Turismo Creativo	1	0				<i>Arrastre:</i> No se realizó esta acción ya que la contratación internacional se encuentra en proceso.						
		Participación en ferias y eventos de promoción de destino a nivel internacional													

	Metas del plan estratégico al 2023	Metas del plan estratégico al 2023	Metas del plan estratégico al 2023	Directoría de Mercadeo	Mejorar el Media Value INTERNACIONAL al 20% Alcanzar el 10% del media value anual (Línea base 10%)	Arrastre: Alcanzar el 10% del media value anual (Línea base 10%)	0.12		Arrastre: Este monitoreo está ligado a la contratación internacinal, la misma que está en proceso	
	Metas del plan estratégico al 2023	Metas del plan estratégico al 2023	Metas del plan estratégico al 2023	Directoría de Mercadeo	Alcanzar USD. 4.855.066,35 Media Value INTERNACIONAL (Línea base USD. 4.413.369,68)	Arrastre: Alcanzar USD. 4.855.066,35 Media Value INTERNACIONAL (Línea base USD. 4.413.369,68)	4501701		Arrastre: Este monitoreo está ligado a la contratación internacinal, la misma que está en proceso	
	Indicadores 2022 (metas)	Indicadores 2022 (metas)	Indicadores 2022 (metas)	Directoría de Mercadeo	Mantener la imagen de la ciudad en los 8 principales mercados internacionales, logrando con ello conseguir permanencia de la Ciudad en la mente del posible consumidor. (post pandemia)	MANTENER EN 8 DE LOS PRINCIPALES MERCADOS INTERNACIONALES OBJETIVOS. LA IMAGEN TURISTICA DE LA CIUDAD	8	8	Se mantuvo la promoción en al menos 8 mercados prioritarios para Quito: Estados Unidos, Canadá, México, España, Francia, Reino Unido, Alemania, Países Bajos y Bélgica	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs. QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances _POA_2022\04_ABR metas 2022\1. Medios de Verificación\2. Mercadeo
	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUDAMÉRICA QT: 03 MERCADO SUDAMERICA	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Sudamérica	Reactivación turística del Mercado Sudamérica a través de al menos 5 acciones de difusión y promoción del destino Quito.	Coordinación de Promoción y Operación Internacional	Gestión de un plan de acciones promocionales de destino en mercado Sudamérica a través de las alianzas vigentes con destinos cercanos como la Ruta Colonial y la Red de Destinos Urbanos Latinoamericanos.	Gestión de un plan de acciones promocionales de destino en mercado Sudamérica a través de las alianzas vigentes con destinos cercanos como la Ruta Colonial y la Red de Destinos Urbanos Latinoamericanos.		1.00	Se ha mantenido reuniones de coordinación con la Red de Destinos Latinoamericanos y la Ruta Colonial, para analizar posibles acciones de promoción conjunta en los mercados prioritarios.	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs. QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances _POA_2022\04_ABR metas 2022\1. Medios de Verificación\2. Mercadeo
02 PROMOCIÓN NACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NACIONAL (ECUADOR) QT: 01 PROMOCIÓN NACIONAL				Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD (medios tradicionales)	Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD (Semana Santa)	1	1	Campaña promocional reportada en el mes de marzo de hito de ciudad Semana Santa Quiteña, que promocionó toda la oferta turística de la ciudad de Quito para la temporada de la semana mayor, donde se resaltaron los eventos hitos como Arrastre de Caudas, Procesión Jesús del Gran Poder, Procesión de las Andas, Bendición de Fuego, Festival de Fanescas, y el Festival de Música Sacra, los Recorridos Turísticos, entre otros. RESULTADOS: Alcance Digital: 548.981 Actividad Turística: Ocupación Hotelera: 33% Media Value Noticias: \$1'130.863,52 Arribo pasajeros aeropuerto: 24.470 Arribo pasajeros terminales terrestres: 58.428 Gasto turístico: \$8,2 millones de dólares	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs. QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances _POA_2022\04_ABR metas 2022\1. Medios de Verificación\2. Mercadeo
					Campaña de Promoción de Destino (medios tradicionales)					
					Campaña de Promoción Cooperada	Campaña de Promoción Cooperada	1	0	ARRASTRE, no se ha realizado campaña cooperada, se están gestionando acciones para poder buscar actores estratégicos para impulsar la campaña del bicentenario a la Carta.	
					Ferias y/o Eventos de Promoción Turística					
					Caravanas de Promoción de Destino	Caravana de Promoción de destino	1		La Caravana de Promoción Turística "Tu Historia Comienza en Quito" se realizó en el mes de marzo, todas las actividades y resultados fueron reportadas como adelanto en este mes.	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs. QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances _POA_2022\04_ABR metas 2022\1. Medios de Verificación\2. Mercadeo
					Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito	ARRASTRE (MAR) (1) + Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito	1	2	Se realizaron dos viajes de prensa para impulsar las actividades y la oferta cultural de la Semana Santa, se presentó el significado de los actos litúrgicos y ceremonias únicas que hacen especial y única a la semana mayor de Quito, adicionalmente se incluyó una degustación gastronómica de la tradicional fanesca. Resultados: - 14 medios de prensa locales y nacionales de variedades, turismo y cobertura nacional: ECUAVISA, EL COMERCIO, EL MERCURIO, EL UNIVERSO, EXPRESO, GAMATV, PRIMICIAS, RTU, TC, TVC, TRAVESÍA, ELEMENTS Y TRANSPORT. - 10 corresponsales internacionales: API, AP, EFE, RADIO FRANCIA INTERNACIONAL, TVCUBANA, AFP, CRONISTAS GRÁFICOS, BLUNBERG, PRENSA LATINA	\\172.16.1.43\Publica\PLANIFICACION\POAs. QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances _POA_2022\04_ABR metas 2022\1. Medios de Verificación\2. Mercadeo

						Activaciones de Promoción BTL o ATL	Activaciones de Promoción BTL o ATL	1		No se realizó una activación BTL específica para Semana Santa, debido a que toda la promoción y oferta del destino se centró en las actividades religiosas y únicas que se hacen en la ciudad: Arrastre de Caudas, Procesiones, Bendición del Fuego, desarrolladas en las parroquias urbanas y rurales de la ciudad.	\\172.16.1.43\\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metac-2022\1			
						Estrategia Promocional Bicentenario	Campaña Promocional Bicentenario a la Carta			Al momento se han recibido 31 menú bicentenario, los mismos que han sido actualizados en el landing page especial que se creó para este proyecto: https://visitquito.ec/bicentenario-a-la-carta/ , se realizó una primera expectativa digital para el lanzamiento oficial de la campaña promocional de destino.	\\172.16.1.43\\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metac-2022\1_Medios de Verificación\2_Mercadeo			
						Evento Hito de Ciudad					\\172.16.1.43\\Publica\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metac-2022\1_Medios de Verificación\2_Mercadeo			
		ACCIONES PROMOCIONALES EN MEDIOS DIGITALES QT: 01 MARKETING DIGITAL				Mejoras y actualizaciones web	Actualización web	1	1	Actualización página web de Semana Santa con catálogo del Quinde y Agenda	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR		78.03%	21.15%
						Mejoras y actualizaciones app	Actualización app	1	1	Actualización App de Semana Santa con catálogo del Quinde y Agenda	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
						Pautaje digital para posicionar a las RRSS de Visit Quito	Pautaje semana santa	1	1	Pauta de \$500 en las RRSS de Visit Quito	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
						Estrategia creativa	ARRASTRE (MAR) (1) Campaña creativa	1	1	Propuesta creativa de CP de Semana Santa para promocionar los Hitos de Ciudad	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
						Gestión de contenidos de RRSS	Plan de contenidos	1	1	Plan de contenidos por cada evento de QT	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
						Incremento de seguidores de RRSS								
						Videos promocionales de RRSS								
						Contenidos HERO								
						Marketing de influencers	Arrastre Viaje de influencer	1		Arrastre, esto va ligado a la contratación internacional que se encuentra en proceso. En el mes de mayo se reportará la gestión de influencers por el Bicentenario a la Carta				
						Alianzas estratégicas para posicionamiento de destino	Arrastre (FEB+MAR): Boletín Club Miles (1) + Boletín Club Miles (TOTAL 2)	1	0	No se promocionó en el boletín de Club Miles porque no tenemos oferta de promoción nacional				
						Monitoreo Métricas de RRSS	Monitoreo de indicadores de plataforma digital	1	1	Monitoreo de RRSS presentado en las metas intermedias. Facebook: Seguidores: 5,594, Alcance: 1,319,130, Interacciones: 9,703, Engagement: 36,63% / Instagram: Seguidores: 53,703, Alcance: 30,318, Interacciones: 4,293, Engagement: 64,50% / Twitter: Seguidores: 6,296, Alcance: 8,421, Interacciones: 68, Engagement: 2,5% /	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
						Número de páginas vistas (flujo de usuarios) Alcanzar 250.000 vistas en visitquito.ec	Alcanzar 250.000 vistas en visitquito.ec	31.250	26.273	Total de vistas a Abril: 26,273	\PLANIFICACION\POAs_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metac-2022\1_Medios de			

						Número de enlaces externos y referentes (hacia visitquito.ec) Alcanzar el 25% de enlaces externos y referentes hacia la web	Alcanzar el 25% de enlaces externos y referentes hacia la web	2		No aplica ítem de acuerdo al reporte del mes de marzo	\PLANIFICACION\POA s_QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metas 2022\1_ Medios de			
						Seguidores en redes sociales de @visitquito (facebook, Twitter, instagram, tiktok) Alcanzar a 131.673 seguidores totales en redes sociales de Visit Quito (Línea de base 100.000)	Alcanzar 131.673 seguidores totales en redes sociales de Visit Quito (línea base 100.000)	108,637	70859	Al mes de Abril se alcanzó a 70.859 seguidores	\PLANIFICACION\POA s_QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metas 2022\1_ Medios de			
						Alcance total redes Visit Quito Aumentar al menos 1.512.755 el alcance total de las redes sociales de Visit Quito	Alcanzar al menos 1.512.755 el alcance total de las redes sociales de Visit Quito	412,569	2331148	Al mes de Abril se alcanzó a 2.331.148 personas	\PLANIFICACION\POA s_QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metas 2022\1_ Medios de			
						Engagement total redes VisitQuito Alcanzar el 60% el engagement total de las RRSS de Visit Quito (Línea base 18.82%)	Alcanzar el 60% el engagement total de las RRSS de Visit Quito (Línea base 18.82%)	0.4631	64.50%	Engagement alcanzado al mes de abril es de 64.50%	\PLANIFICACION\POA s_QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR metas 2022\1_ Medios de			
						Ecosistema digital de turismo del destino Quito para comunicación de marketing turístico exclusivamente (independiente del ecosistema institucional/corporativo) (actualización y mantenimiento) Actualizar periódicamente el ecosistema digital Visit Quito								
						Interacción del público: páginas por sesión Alcanzar 120.000 la interacción del público (Línea base 77.500)	Alcanzar 120.000 la interacción del público (Línea base 77.500)	89,050.8	33362	Al mes de Abril obtuvimos 33.362 interacciones de Facebook, Instagram, Twitter y Tik Tok	\PLANIFICACION\POA s_QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
						Número de usuarios: Alcanzar a 120.000 el número de usuarios de visit quito (Línea base 88.966)	Actualizar periódicamente el ecosistema digital Visit Quito	97,429.8	2	Actualizaciones: Semana Santa y Bicentenario a la Carta	\PLANIFICACION\POA s_QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
						Posicionamiento WEB	Estrategia SEO	1		La página web, se encuentra en proceso de desarrollo de contenido				
05 GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS INDIVISIBLES DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS INDIVISIBLES DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Específica)	Apoyo logístico para la actividad de promoción local, nacional e internacional a través de al menos 3 acciones varias.	Coordinación de Promoción y Operación Local Nacional	Estudio de los perfiles de turistas de mercados prioritarios del DMQ Llevar en conjunto con Desarrollo 1 estudio de perfil de turistas prioritarios								100.00%	16.67%
	QT: 01 GASTOS COMUNES	QT: GASTOS COMUNES DE MERCADEO			Servicio de Operación Turística a nivel nacional e internacional	Servicio de Operación Turística a nivel nacional e internacional	1	1		Servicio de coordinación y operación turística de los viajes de prensa: nacional, corresponsales internacionales, Revista Estilo de Vida, Zondang y fam trip participantes Reina del Cacao 2022.	\PLANIFICACION\POA s_QT\QT-POA2022- APROBADO\Avances_POA_2022\04_ABR			
ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO	ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO	ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO	ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO	Jefe de Talento Humano										
QT: 06 TALENTO HUMANO MERCADEO	QT: 01 TALENTO HUMANO MERCADEO	QT: 01 TALENTO HUMANO MERCADEO												

Meta intermedia mensual
Indicadores 2022 (metas) MI Ciudad
Metas del plan estratégico al 2023
Metas Plan Gobierno Alcaldía 2023
Eventos Bicentenario
Información

Directora de Mercadeo
MARÍA BELEN HEREDIA