

		ACCIONES PROMOCIONALES EN MEDIOS DIGITALES QT: 01 PROMOCIÓN 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 Nacional	Campana de Promoción Cooperada	1				100.00%	100.00%	100.00%	1.00	1.00	100%	Res	
						Ferias y/o Eventos de Promoción Turística	1				50.00%	100.00%	100.00%	2.00	1.00			
						Caravanas de Promoción de Destino	1				100.00%	100.00%	100.00%	3.00	3.00			
						Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito	1				66.67%	57.14%	57.14%	6.00	4.00	100%		
						Activaciones de Promoción BTL o ATL	1	Activaciones de Promoción BTL o ATL	1		60.00%	60.00%	60.00%	5.00	3.00	0%	Las activaciones de promoción BTL Y ATL, se articularán al Evento Hito Festival Más Allá de la Vida, como una estrategia de fortalecimiento de alcance y proyección mediática.	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Estrategia Promocional Escenario	5				83.33%	80.00%	80.00%	6.00	5.00	0%		
	03. PROMOCIÓN DIGITAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN MEDIOS DIGITALES QT: 01 MARKETING DIGITAL	Promoción turística del destino Quito en todos los mercados prioritarios a través de medios y herramientas digitales	Reactivación turística de acciones de difusión y promoción digital del destino Quito	Coordinación de Promoción Digital	Evento Hito de Ciudad	1				33.33%	0.00%	0.00%	3.00	1.00			
						Mejoras y actualizaciones web	1	1	1	1	120.00%	125.00%	100.00%	5.00	6.00		Actualización de agendas y contenido	
						Mejoras y actualizaciones app	1	1	1	1	120.00%	125.00%	100.00%	5.00	6.00		Actualización de agendas y contenido	
						Pautaje digital para posicionar a las RRSS de Visit Quito	1	0	0	0	66.67%	100.00%	100.00%	9.00	6.00		No se ejecutó por proceso de contratación agencia nacional	
						Estrategia creativa	1	Campana creativa	1	1	71.43%	57.14%	57.14%	7.00	5.00	100%	Campana Más Allá de la Vida	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Gestión de contenidos de RRSS	1	Plan de contenidos	1	1	75.00%	90.00%	90.00%	12.00	9.00	100%	Campana Más Allá de la Vida	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Incremento de seguidores de RRSS	1			599	413.50%	551.33%	100.00%	200.00	827.00		Mata, twitter y tiktok	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Videos promocionales de RRSS	1	Video promocional RRSS	1	8	466.67%	466.67%	100.00%	3.00	14.00	100%	Estrategia de contenido basada en video	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Contenidos HERO	1							-	-	100%		
						Marketing de influencers	1		1	1	120.00%	125.00%	100.00%	4.00	5.00		Invitación Influencers al Festival Más Allá de la Vida	
						Avances estrategias para posicionamiento de contenidos	1			0	33.33%	25.00%	25.00%	3.00	1.00	100%	No se ejecutó por proceso de contratación agencia nacional	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Monitoreo Métricas de RRSS	1	Monitoreo de indicadores de posicionamiento de contenidos	0	0	70.00%	85.71%	85.71%	10.00	7.00	0%	webapp	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Número de páginas vistas (fujo de usuarios) Alcanzar 250.000 vistas en visitquito.ec	3	Alcanzar 250.000 vistas en visitquito.ec	6.250	3462	33.43%	53.49%	53.49%	250.000.00	83.581.27	55%	En Proceso	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Número de enlaces externos y referentes (hacia visitquito.ec) Alcanzar el 25% de enlaces externos y referentes hacia la web	3	Alcanzar el 25% de enlaces externos y referentes hacia la web	2	10	80.00%	100.00%	100.00%	25.00	20.00	100%	En Proceso	\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						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)	3	Alcanzar 131.673 seguidores totales en redes sociales de Visit Quito (Línea base 100.000)	125.911	73.000	107.84%	135.12%	100.00%	1.290.018.00	1.391.108.00	58%		\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Alcance total redes Visit Quito Aumentar al menos 1.512.755 el alcance total de las redes sociales de Visit Quito	3	Alcanzar al menos 1.512.755 el alcance total de las redes sociales de Visit Quito	1.237.707	122620	136.48%	200.16%	100.00%	9.076.520.00	12.387.278.00	10%		\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Engagement total redes VisitQuito Alcanzar el 60% el engagement total de las RRSS de Visit Quito (Línea base 18.82%)	3	Alcanzar el 60% el engagement total de las RRSS de Visit Quito (Línea base 18.82%)	56.57%	0.73	104.84%	132.54%	100.00%	5.68	5.93	100%		\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Ecosistema reglas de usuario de destino Quito	3			1	100.00%	100.00%	100.00%	4.00	4.00			
						Interacción del público: páginas por sesión Alcanzar 120.000 la interacción del público (Línea base 77.500)	3	Alcanzar 120.000 la interacción del público (Línea base 77.500)	112.362.4	0	44.43%	56.48%	56.48%	1.107.223.00	491.969.05	0%		\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Número de usuarios Alcanzar a 120.000 el número de usuarios de visit quito (Línea base 88.966)	3	Actualizar periódicamente el ecosistema digital Visit Quito	114.367.4	1	293.88%	368.99%	100.00%	1.164.829.85	3.422.978.00	0%		\\172.16.1.51\\Publica\PLANIFICACION\POA_s_QT\QT-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\10-OCTUBRE metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
Posicionamiento WEB	1			1	FALSO	28.57%	100.00%	-	1.00	2.00	100%	Actualización de agendas y contenido						

154.01%	82.86%
---------	--------

	05 GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS INDIVISIBLES DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS QT: 01 GASTOS COMUNES DE MERCADERO	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS INDIVISIBLES DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Específicas) QT: GASTOS COMUNES DE MERCADERO			Estudio de los perfiles de turistas de mercados prioritarios del DMQ Llevar en conjunto con Desarrollo 1 estudio de perfil de turistas prioritarios	3		0	0,00%			1,00	-			90,00%	37,50%
				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	Servicio de Operación Turística a nivel nacional e internacional	1	Servicio de Operación Turística a nivel nacional e internacional	1	0	75,00%	90,00%	90,00%	12,00	9,00	0%		
						Contratación de un conjunto de acciones de promoción y difusión del destino Quito, a través de un evento turístico - deportivo de exhibición que Rafael Nadal jugará en Quito - Ecuador		Elaborar metas intermedias una vez que se tenga listo el contrato (lo descrito no es meta) (solicitar ajuste a GG para incluirlas)		0	0,00%			1,00	-		Elaborar metas intermedias una vez que se tenga listo el contrato (lo descrito no es meta) (solicitar ajuste a GG para incluirlas)	
	ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO	ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO	ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO	ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO	Jefe de Unidad Mercadería													

Meta intermedia mensual	1
Indicadores 2022 (metas) del Ciudad	2
Plan de Operación 2022	3
Metas Plan Gobierno Alcalde 2022	4
Evento Bicentenario	5
Información	6

Objetivo GDP 2022	Avance 0-69,9%
	Avance 70% - 84,9%
	Avance 85% - 99%
	Avance 100%

Directora de Mercadería
MARIA BELEN HEREDIA