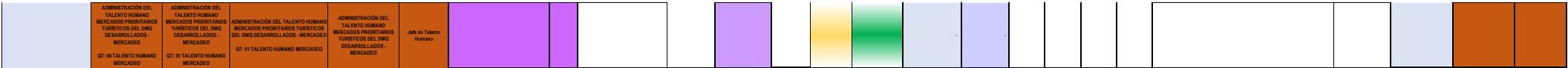


PRODUCTO MC (Programa QT)	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC Actividad QT	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	METAS INTERMEDIAS 2022					CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2022	CUMPLIDO ANUAL 2022	MENSUAL				OBSERVACIONES 2022	Medio de Verificación	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	ACTIVIDAD QT ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2022	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL	
						metas intermedias (descripción)		SEP	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACTIVIDAD QT ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2022			ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2022	SEPT	OCT	NOV						DICI

| MERCADOS PRIORITARIOS TURISTICOS DEL DMO DESARROLLADOS - MERCADO QT: 2 MERCADO | 01 PROMOCIÓN INTERNACIONAL | ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NORTAMÉRICA (USA, CANADA Y MÉXICO) QT: 01 MERCADO NORTAMÉRICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MÉXICO) General: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel nacional e internacional en busca de una reactación turística del destino. Especificos: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional. Promocionar a la ciudad de Quito a nivel local y nacional. | Promoción turística del destino Quito para la reactación turística del Mercado Norteamérica (USA, Canada) | Reactación turística del Mercado Norteamérica a través de al menos 10 acciones de difusión y promoción del destino Quito. | Coordinación de Promoción y Operación Internacional | |

		Indicadores 2022 (metas)	Indicadores 2022 (metas)	Indicadores 2022 (metas)	Directorio de Mercados	Mantener la imagen de la ciudad en los 6 principales mercados internacionales, logrando con ello conseguir permanencia de la Ciudad en la mente del público consumidor. (post pandemia)	2	MANTENER EN 6 DE LOS PRINCIPALES MERCADOS INTERNACIONALES OBJETIVOS, LA IMAGEN TURISTICA DE LA CIUDAD	8	8	73,00%	100,00%	100,00%	96,35	72,35	100%	0%	0%	0%	Se mantiene la promoción del destino en los 6 mercados prioritarios para Quito, Canadá, Estados Unidos, España, Países Bajos, Alemania, Reino Unido y Francia México	\\172.16.1.51\Public\PLANIFICACION\POA_Alt_QT\QT1-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\09-septiembre metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
		ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO SUBAMERICA QT- 03 MERCADO SUBAMERICA	Promoción turística del destino Quito para la reactivación turística del Mercado Subamérica	Reactivación turística del Mercado Subamérica a través de al menos 5 acciones de difusión y promoción del destino Quito.	Coordinación de Promoción y Operación Internacional	Creación de un plan de acciones promocionales de destino en mercado Subamérica a través de las alianzas vigentes con destinos asociados con la Ruta Colonial y la Red de Destinos Urbanos Latinoamericanos	1	Creación en Subamérica	1	1	100,00%	100,00%	100,00%	4,00	4,00	100%		0%	0%	Se ha tenido acercamientos con la Red de Destinos Latinoamericanos con la finalidad de generar promoción conjunta de los destinos de la región.	\\172.16.1.51\Public\PLANIFICACION\POA_Alt_QT\QT1-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\09-septiembre metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
	02 PROMOCIÓN NACIONAL	ACCIONES PROMOCIONALES EN EL MERCADO NACIONAL (ECUADOR) 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																
						Campaña de Promoción HITO DE CIUDAD (medios tradicionales)	1				66,67%	100,00%	100,00%	6,00	4,00			0%	0%		
						Campaña de Promoción de Destino (medios tradicionales)	1	Campaña de Promoción de Destino	1		73,00%	100,00%	100,00%	4,00	3,00	0%	0%				\\172.16.1.51\Public\PLANIFICACION\POA_Alt_QT\QT1-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\09-septiembre metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Campaña de Promoción Cooperativa	1				33,33%	50,00%	50,00%	3,00	1,00			0%			
						Ferias y Eventos de Promoción Turística	1	Feria Turística DESTINATION QUITO	1	1	100,00%	100,00%	100,00%	1,00	1,00	100%				La feria Destination Quito por estrategia de las autoridades se enfocará en la realización de una rueda de negocios para los establecimientos reconocidos con el Destino Q, la misma, se realizará el último bimestre del 2022. Sin embargo, como parte de las estrategias promocionales en torno a participación en ferias de turismo, el destino Quito estuvo presente en la Feria de Turismo Visa Ecuador, organizado por el programa Transavia y que se desarrolló en la ciudad de Barro el 9, 10 y 11 de septiembre. En marco de la celebración del Día del Turismo, la ciudad de Quito estuvo presente el ENCUENTRO DE MUNICIPIOS TURISTICOS® organizado por la AME, Asociación de Municipios de Ecuador, en la que se expone el modelo de gestión turística de Quito y el programa Destino Q como modelo de calidad turística.	\\172.16.1.51\Public\PLANIFICACION\POA_Alt_QT\QT1-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\09-septiembre metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Caravanas de Promoción de Destino	1				73,00%	75,00%	75,00%	4,00	3,00			0%			
						Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito	1	Viajes de familiarización / prensa / influencers al destino Quito	1		40,00%	57,14%	57,14%	10,00	4,00	0%	0%	0%	0%	Los viajes de familiarización están en pausa debido a que el servicio de operación turística ha alcanzado su máximo porcentaje de cumplimiento, por tanto se están realizando las gestiones administrativas necesarias para una nueva contratación. La acción promocional, se retomará una vez se tengan todos los requerimientos necesarios.	\\172.16.1.51\Public\PLANIFICACION\POA_Alt_QT\QT1-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\09-septiembre metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Activaciones de Promoción BTL o ATL	1				60,00%	75,00%	75,00%	5,00	3,00			0%			
						Estrategia Promocional Biorientario	5			1	500,00%	400,00%	100,00%	1,00	5,00					La Campaña Biorientario a la Carta se sigue realizando de forma mensual, como una estrategia específica de campaña, puesto que es una iniciativa que estará activa hasta diciembre del 2022. Parte de las acciones promocionales que se realizaron en este mes son: Campaña Digital redes sociales Marketing de influencers	\\172.16.1.51\Public\PLANIFICACION\POA_Alt_QT\QT1-POA2022-APROBADO\Avances_POA_2022\09-septiembre metas 2022\1. Medios de verificación\2. Mercadeo
						Evento Hito de Ciudad	1				33,33%	0,00%		3,00	1,00			0%	0%		
		ACCIONES PROMOCIONALES EN MEDIOS DIGITALES QT- 01 MARKETING DIGITAL				Mejoras y actualizaciones web	1				100,00%	100,00%	100,00%	5,00	5,00			0%	0%		
						Mejoras y actualizaciones app	1				100,00%	100,00%	100,00%	5,00	5,00			0%	0%		

03. PROMOCIÓN 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	Paquete digital para posicionar a las RRSS de Visit Quito	1			66,67%	100,00%	100,00%	9,00	6,00			0%	0%			
				Estrategia creativa	1	Arrastre a diciembre: Campaña Creativa	1		57,14%	50,00%	30,00%	7,00	4,00	0%	0%			esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Gestión de contenidos de RRSS	1	Arrastre a diciembre: Plan de contenidos	1		66,67%	88,89%	88,89%	12,00	8,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Incremento de seguidores de RRSS	1	Arrastre a diciembre: Nuevos seguidores	38		114,00%	152,00%	100,00%	200,00	220,00	0%		0%		esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Videos promocionales de RRSS	1				200,00%	300,00%	100,00%	3,00	6,00		0%				
				Contenidos HERO	1				0,00%	0,00%		2,00	-		0%				
				Marketing de influencers	1	Arrastre a diciembre: Influencer	1		80,00%	133,33%	100,00%	5,00	4,00	0%		0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Alcances estadísticas para posicionamiento de destino	1				20,00%	25,00%	25,00%	5,00	1,00			0%			
				Monitoreo Métricas de RRSS	1	Arrastre a Diciembre: Monitoreo de indicadores de plataforma digital	1		70,00%	85,71%	85,71%	10,00	7,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Número de páginas vistas (flujo de usuarios) Alcanzar 250.000 vistas en visitquito.ec	3	Arrastre a diciembre: Alcanzar 250.000 vistas en visitquito.ec	6.250		32,00%	53,41%	53,41%	250.000,00	86.119,27	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Número de enlaces externos y referencias (hacia visitquito.ec) Alcanzar el 25% de enlaces externos y referidos hacia la web	3	Arrastre: Alcanzar el 25% de enlaces externos y referidos hacia la web	2		40,00%	55,56%	55,56%	25,00	10,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Seguidores en redes sociales de @visitquito, Facebook, Twitter, Instagram, linked Alcanzar a 131.071 seguidores totales en redes sociales de Visit Quito (Línea de base 100.000)	3	Arrastre: Alcanzar 131.071 seguidores totales en redes sociales de Visit Quito (Línea base 100.000)	123.832		102,16%	143,87%	100,00%	1.290.018,00	1.318.108,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Alcanza todas redes Visit Quito Aumentar al menos 1.512.750 el alcance total de las redes sociales de Visit Quito	3	Arrastre: Alcanzar al menos 1.512.750 el alcance total de las redes sociales de Visit Quito	1.106.184		135,12%	247,73%	100,00%	9.076.520,00	12.264.458,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Engagement total redes VisitQuito Alcanzar el 60% el engagement total de las RRSS de Visit Quito (Línea base 18,82%)	3	Arrastre: Alcanzar el 60% el engagement total de las RRSS de Visit Quito (Línea base 18,82%)	8.9486		#VALOR!	#VALOR!	#VALOR!	5,66	#VALOR!	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Ecossistema digital de turismo del destino Quito para comunicación de marketing turístico exclusivamente (independiente del ecossistema institucional/gubernamental) (actualización y mantenimiento)	3	Arrastre: Actualizar periódicamente el ecossistema digital Visit Quito	1		75,00%	100,00%	100,00%	4,00	3,00	0%			0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Actualizar periódicamente el ecossistema digital Visit Quito															
				Interacción del público: páginas por sesión Alcanzar 120.000 la interacción del público (Línea base 77.500)	3	Arrastre: Alcanzar 120.000 la interacción del público (Línea base 77.500)	108.393,8		44,42%	64,83%	64,83%	1.107.223,00	491.969,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Número de usuarios: Alcanzar a 120.000 el número de usuarios de visitquito (Línea base 88.968)	3	Arrastre: Actualizar periódicamente el ecossistema digital Visit Quito	111.538,2		293,88%	420,89%	100,00%	1.164.828,00	3.423.977,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
				Posicionamiento WEB	1	Arrastre: Estrategia SEO	1		10,00%	14,29%	14,29%	10,00	1,00	0%	0%	0%	0%	esta acción se arrastra para su cumplimiento hasta diciembre de 2022 debido a que en el mes de septiembre ya no se cuenta con una agencia nacional, al momento el proceso de contratación de una nueva agencia nacional está en marcha	
05 GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS MOVIBLES DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMO DESARROLLADOS QT: 01 GASTOS COMUNES DE MERCADERO	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS MOVIBLES DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMO DESARROLLADOS (Específico) QT: GASTOS COMUNES DE MERCADERO	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 turismo de mercados prioritarios del DMO	3		0,00%			1,00				0%				
					Llevar en conjunto con Desarrollo 1 estudio de perfil de turismo prioritarios														
					Servicio de Operación Turística a nivel nacional e internacional	1	Servicio de Operación Turística a nivel nacional e internacional	1	1	75,00%	100,00%	100,00%	12,00	9,00	100%	0%	0%	Servicio de operación turística * Paseo: Top Miranguano * Fam Trip: Apogee-Cheffy y Medios y Famosas * Fam Trip: Influencer: Bárbara de Páez	VERIFICACIÓN DE PLANIFICACIÓN Y APROBACIÓN DE AVANCES



Directora de Mercado
MARÍA BELEN HEREDIA

Meta Intermedia mensual	1
Indicadores 2022 (metas) M. Ciudad	2
Indicadores 2022 (metas) Ato B	3
Metas Plan Gobierno Alcalde 2023	4
Eventos Biorrecurso	5
Información	6

Clave: SAP 2023

Avanza 0-69,9%
Avanza 70% - 84,9%
Avanza 85% - 99%
Avanza 100%