

METAS INTERMEDIAS 2019
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT: COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN

PROGRAMA QT PRODUCTO MC	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2019	Meta CUMPLIDA anual 2019	MENSUAL	OBSERVACIONES 2019	% TECNICO
							OCT	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2019			OCT	OCTUBRE	ACTIVIDAD QT ANUAL
										64,2%	69,59%					
COMUNICACIÓN MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	Objetivos del Programa QT General: Plantear y ejecutar estrategias junto con acciones comunicacionales que permitan difundir la gestión de la empresa y posicionar a Quito como destino Específicos: Implementar nuevas herramientas que permitan mejorar la comunicación con los públicos objetivos. Generar insumos comunicacionales para fortalecer el posicionamiento de la imagen de la institución. Optimizar los recursos comunicacionales que posee la empresa, desarrollándolos de la mejor manera. Asesora a las autoridades en contexto político y mediático.	GESTION DE COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL MC: COMUNICACIÓN DE ACCIONES SOBRE EL DESTINO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL (Trimestral)	Servicio de pautaje en diferentes medios.	Llegar a medios de gran difusión, impacto y alcance a nivel local y nacional.	Dir. Comunicación	Pautaje en medios especializados	1,00	1,00	120,00%	120,00%	10,00	12,00	100,00%	No se pauto en ningún medio especializado este mes.	64,17%
				Impresión e instalación de vallas y eleantnerafias	Promoción de diferentes campañas	Dir. Comunicación			0,00%		1,00	-				
				Impresión de material editoria - turístico para promoción y difusión del destino	Entregar al turista material de apoyo para que pueda conocer nuestro destino.	Dir. Comunicación			100,00%		1,00	1,00				
				Servicio de impresión material publicitario.	Promocionar y posicionar la nueva imagen de la marca Quito.	Dir. Comunicación			50,00%	50,00%	2,00	1,00				
				Equipos	Mejorar la calidad de trabajo y optimización del recurso tiempo.	Dir. Comunicación	Arrastre (FEB y JUN y JUL y AGO). (1) Adquisición de equipos técnicos para la Dirección (ver observaciones de junio)	-	-	0,00%		1,00	-	Proceso no se realizó presupuesto se reformo		
				Imagen	Fotografías que permitirán un mejor desarrollo de piezas comunicacionales para promoción y difusión.	Dir. Comunicación			100,00%	100,00%	2,00	2,00				
				Vídeo	Tener mayor impacto en el público por ser una pieza comunicacional de alto valor.	Dir. Comunicación			0,00%		1,00	-				
				Informes de clipping	Conocer el impacto del destino Quito y de la Institución a nivel local y nacional tanto en medios tradicionales como en medios digitales.	Dir. Comunicación	Monitoreo de medios	1,00	1,00	108,33%	108,33%	12,00	13,00	100,00%	Monitoreo temas: Quito Turístico, Quito Turismo , Carla Cárdenas y Torneo Quito Mitad del Mundo	
							total MEDIA VALUE NOTICIOSO		4.305.614,61		No es meta	21.685.739,30				
							Total MEDIA VALUE PUBLICITARIO		1.435.204,37		No es meta	7.327.752,82				
Capacitación	Formación y actualización para un mejor desempeño del personal.	Dir. Comunicación	Arrastre de MAR y SEP : (2): Capacitación personal (ver observación de marzo y septiembre)	-	1,00	20,00%		5,00	1,00	100,00%	Proceso de capacitación media training recibido el 22 de octubre por los dos principales voceros de QT.					

PROGRAMA QT			ACTIVIDAD QT				AVANCE ANUAL	ACUMULADO A OCTUBRE 2019	Meta numérica	Meta CUMPLIDA	OCT		% TECNICO							
				Gestión	Incrementar la eficiencia comunicacional interna y externa	Dir. Comunicación								ACTIVIDAD QT						
						Dir. Comunicación	Boletines de prensa enviados	6,00	8,00	104,17%	104,17%	72,00	75,00	100,00%	En Europa, Quito Turismo invita a descubrir el Centro del Mundo; El mercado norteamericano descubre las experiencias únicas del Centro del Mundo; Rueda de prensa Torneo Mitad del Mundo; Quiteños expresan el amor por su ciudad uniéndose en minga; Coladas Moradas 2019: celebración de la muerte como continuación de la vida; Cuatro días de feriado para descubrir el misticismo del Centro del Mundo; La verdadera experiencia del Día de Difuntos en el 'Festival Más Allá de la Vida'; Premiando a las mejores coladas moradas y guaguas de pan celebramos las tradiciones del Centro del Mundo.					
						Dir. Comunicación	Nuevos seguidores en redes FB y TW	200,00	2.418,00	245,29%	245,29%	2.400,00	5.887,00	100,00%						
							Seguidores totales de FB		642,00			no es meta	no es meta							
							Seguidores totales de TW		1.776,00			No es meta	No es meta							
						Dir. Comunicación	Publicaciones realizadas en las redes sociales FB y TW	60,00	376,00	285,00%	285,00%	720,00	2.052,00	100,00%						
							Publicaciones Totales de FB		160,00			No es meta	No es meta							
							Publicaciones Totales de TW		216,00			No es meta	No es meta							
						GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	Dir. Comunicación					-		-			#(DIV/OI)
						Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	TTHH					-		-			#(DIV/OI)

Responsable: Directora de Comunicación
PAULINA ESPINOSA