

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL - 2016



3 COMUNICACIÓN

3 COMUNICACIÓN									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016						MAY		
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	38,7%			83%		
3 COMUNICACIÓN	GESTION COMUNICACIONAL	Material comunicacional	Llegar a los actores turísticos, prensa internacional y usuarios con información actualizada sobre el destino	Impresión de productos	Francisco Veintimilla	Diseño y diagramación de al menos 10 piezas comunicacionales a difundir	10	10	33,33%	105,00	35,00	100,00%	Artes para temas de promoción y temas institucionales: Bidding Book , Postales para RS.	40,37%
					Francisco Veintimilla				0,00%	1,00	-	Se reduce la actividad y se deja un saldo para materiales del evento de Comunicación Turística		
			Producir fotografías y video desde el área, con estándares de calidad vigentes	Compra de cámara fotográfica, memorias SD	Francisco Veintimilla				100,00%	2,00	2,00	No se compró la cámara pero se continua trabajano con la anterior. Salida a La Carolina nueva laguna; Se cancela esta actividad por falta de ppto. Para comprar el equipo requerido.		
				Servicio	Carla Martínez				100,00%	1,00	1,00			
									0,00%	1,00	-	No se compra este equipo por reducción de ppto; Se cancela esta actividad por falta de ppto. Para comprar el equipo requerido.		
		Producción editorial en varios idiomas	Tener disponible en varios idiomas los contenidos generados por el área	Traducir los contenidos editoriales varios idiomas	Carla Martínez	1 traducción de contenido generales	1	1	30,00%	10,00	3,00	100,00%	boletines traducidos por New Links sobre carreras últimas Noticias, ICCA	
		Contenido editorial	Generación de material/ insumos comunicacionales (textos, fotos, videos), para la promoción de Quito	Servicio de generación de contenidos editoriales (textos, fotografía o videos)	Carla Martinez	Definición de metas	1	1	100,00%	2,00	2,00	100,00%	Se reformó en última reforma	
					Carla Martínez				0,00%	1,00	-			
					Carla Martínez				0,00%	4,00	-	RESOLUCION PRESUPUESTARIA N° EPMGDT-DF-008-GS-2016; 24may2016; Se aumenta este presupuesto para contar con recursos, de la misma dirección para el cumplimiento de esta meta, importante para la experiencia del visitante. De esta actividad podría recibirse 20000		
	ECOSISTEMA DIGITAL (los avances para sistema MC están en Fortalecimiento también)	Optimización del ecosistema digital	Posicionamiento de la web y redes sociales; implementación de estrategias de difusión	Actualización y optimización web para atender stakeholders de QT	Carla Martínez	Desarrollo o actualización web	1	1	30,00%	10,00	3,00	100,00%	Agenda y noticias semanales	46,07%
					Carla Martinez	Porceso de contratación de e-marketing terminado	1	0	0,00%	1,00	-	0,00%	Se reformó y se analiza posible contratación	
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: ENGAGEMENT Facebook	7%	7%	28,99%	0,69	0,20	100,00%		



3 COMUNICACIÓN

3 COMUNICACIÓN									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016						MAYO		
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	38,7%		83%			
				Lograr alcance e interactividad	Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: LIKES Facebook	2.000	1085	89,05%	128.318,00	114.272,00	54,25%		
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: TASA DE INTERACCIÓN Twitter INSTITUCIONAL	2,50%	1,60%	23,79%	0,25	0,06	64,00%		
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: SEGUIDORES Twitter INSTITUCIONAL	150	129	73,29%	3.991,00	2.925,00	86,00%		
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: TASA DE INTERACCIÓN Twitter PROMOCIONAL	1,80%	1,20%	25,00%	0,18	0,04	66,67%		
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: SEGUIDORES Twitter PROMOCIONAL	2.500	1116	84,34%	114.500,00	96.565,00	44,64%		
					Soledad Cevallos	Seguidores en INSTAGRAM (Línea base para meta)	11.200	11.200	44,44%	25.200,00	11.200,00	100,00%		
				Estrategia Digital	Soledad Cevallos			0,00%	1,00	-				
				Gestión Entorno Digital y Redes Sociales	Soledad Cevallos			0,00%	7,00	-				
				Implementación de web en otros idiomas	Erick Játiva			100,00%	1,00	1,00				
					Erick Játiva			100,00%	1,00	1,00				
	RELACIONES PÚBLICAS Y FREE PRESS	Monitoreo noticioso de Quito Turismo	Medir la presencia noticiosa y publicitaria de la gestión informativa	Reporte mensual del alcance noticioso	Isabel Oñate	Gestionar boletines y espacios free press en medios de comunicación temas institucionales y del destino.	45	150	86,29%	496,00	428,00	100,00%	El tema que más se activó fue el Feriado.	48,50%
					Isabel Oñate	Desarrollo y envío de al menos 8 boletines al mes (a medios)	8	9	35,00%	80,00	28,00	100,00%	Se enviaron 9 boletines, sobre la convenio con Despegar, trabajo con New Link, Feriado, Convenios con Portoviejo, Reservalia capacitación, Calidad capactiación, entre otros.	
					Isabel Oñate	Valor Noticioso Gestionado por QT (no usado como meta)		998.333	no se usa como meta	No es una meta	1.707.686,00		El tema más activo fue el feriado.	
					Isabel Oñate	Valor Publicitario Gestionado por QT (no usado como meta)		332.777	no se usa como meta	No es una meta	569.228,00			

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL - 2016



3 COMUNICACIÓN

3 COMUNICACIÓN									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016						MAY		
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual				38,7%		
		Incluir a la prensa en eventos o actividades de QT	Realizar eventos o actividades que requieran convocatoria de medios	Eventos actividades con prensa	Isabel Oñate				0,00%	2,00	-			
		Información para los medios de Comunicación, proveer insumos (fotos, videos, cifras), realizar visitas, acompañamientos a los medios en eventos/temas especializado	Proveer de información a los medios de comunicación, realizar visitas	Envio de material noticioso, soporte digital	Isabel Oñate	Enviar invitaciones a los medios a eventos y/o insumos solicitados	1	5	72,73%	11,00	8,00	100,00%	Mas de 5 entrevistas realizadas a nivel internacional con isumos Ide área.	
	PUBLICIDAD ON LINE Y OFF LINE	Publicidad en medios	Presencia en medios con temas relevantes de la gestión QT	Pautaje publicitario	Isabel Oñate	Pautaje publicitario	1	1	33,33%	6,00	2,00	100,00%	Revista Ñan, de manera gratuita, presencia en revista Aves.	33,33%
	COMUNICACIÓN INTERNA	Asesoría para la comunicación interna	Definir las prioridades para la comunicación interna	Elaboración e implementación de un plan para la comunicación interna	Isabel Oñate	Elaboración y envío de Quitósfera 2 veces al mes	2	2	30,00%	20,00	6,00	100,00%	Dos carteleras para la comunicación interna.	65,00%
		Implementación de Intranet	Ampliar la participación de los colaboradores	Montar un sistema informático de intranet	Erick Játiva				100,00%	1,00	1,00			