

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021		% TÉCNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TÉCNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021			JUN	JUNIO			
PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL - COMUNICACIÓN QT: 4 COMUNICACION Estrategias y acciones comunicacionales que permitan difundir la gestión de la empresa y posicionar a Quito como destino Específicos: Implementación de nuevas herramientas que permitan mejorar la comunicación con los públicos objetivos. Insumos comunicacionales para fortalecer el posicionamiento de la imagen de la institución. Recursos comunicacionales que posee la empresa, desarrollándolos de la mejor manera. Asesoramiento a autoridades en contexto político y mediático.	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.	01 COMUNICACION DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	COMUNICACIÓN DE ACCIONES SOBRE EL DESTINO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QT: 01 COMUNICACION NACIONAL e internacional	Estrategia Comunicacional de Quito Turismo	Contratación de una agencia de comunicación y/o publicidad para fortalecer las acciones de QT	Director de Comunicación	Contratación de una agencia de comunicación y/o publicidad para el fortalecimiento de la imagen empresarial				57,64%	92,64%					67,05%	69,18%	
				Informes de clipping	Medir el impacto de la presencia de la empresa en medios de comunicación	Director de Comunicación	Contratación de una empresa de monitoreo de medios de comunicación tradicionales para el seguimiento de las publicaciones y menciones que se hagan de la empresa y Quito como destino				100%	100,00%	1,00	1,00					
				Equipos	Producción de piezas audiovisuales	Director de Comunicación	Compra de equipos de registro audiovisual para la difusión de productos comunicacionales sobre la gestión empresarial y Quito como destino	Arrastre de FEB-MAR-ABR-MAY (1):			0%		1,00	-	Por recomendación de Compras Públicas se realizará una reforma al PAC para adquirir los equipos por Subasta Inversa Corporativa				
				Equipos	Producción de piezas audiovisuales	Director de Comunicación	Compra de equipos de registro aéreo de imágenes para la difusión de productos comunicacionales sobre la gestión empresarial y Quito como destino	Arrastre de MAR-ABR-MAY (1):			0%		1,00	-	Por recomendación de Compras Públicas se realizará una reforma al PAC para adquirir los equipos por Subasta Inversa Corporativa				
					Medir el impacto de la presencia de la empresa en medios de comunicación	Director de Comunicación	Generación de reporte sobre la aparición de Quito Turismo y Quito como destino en medios de comunicación	Generación de reporte sobre la aparición de Quito Turismo y Quito como destino en medios de comunicación	1,00	1,00	45%	100,00%	11,00	5,00	100,00%	Media Value nacional e internacional de la aparición de Quito Turismo y Quito como destino en medios de comunicación			
					No es meta - Valoración de presencia en medios	Director de Comunicación	Medición del media value noticioso (insumo de información mensual)	Medición del media value noticioso (insumo de información mensual)				NO ES META		-	1.234.243,59	Media value noticioso de junio 2021: US\$ 1'202.119,50			
					No es meta - Valoración de presencia en medios	Director de Comunicación	Medición del media value publicitario (insumo de información mensual)	Medición del media value publicitario (insumo de información mensual)				NO ES META		-	411.414,53	Media value publicitario de junio 2021: US\$ 400.706,50			
				Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)	Director de Comunicación	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)	Valor: Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)				NO ES META				Valor: Media value Noticioso (acumulado a la fecha): \$ 3'738.021,53			
							Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)	Valor: Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)				NO ES META			Valor: Media value Publicitario (acumulado a la fecha): \$ 1'246.007,18				
				Pauta en medios	Difusión de la imagen institucional y los objetivos empresariales	Director de Comunicación	Pauta publicitaria en medios de comunicación tradicionales					0%		1,00	-				
				Difusión de material editorial turístico en medios impresos	Entregar material de apoyo sobre el destino	Director de Comunicación	Publicación de insertos para difusión en medios sobre atractivos turísticos de Quito					0%		3,00	-				
				Contenido institucional	Difundir la gestión empresarial	Director de Comunicación	Redacción de boletines de prensa para su difusión en redes sociales y a medios de comunicación	Redacción de boletines de prensa para su difusión en redes sociales y a medios de comunicación	8,00	14,00	61%	100,00%	96,00	59,00	100,00%	9 boletines elaborados de forma interna para difusión local e internacional 3 boletines elaborados y difundidos a través de la agencia EFE 2 boletines elaborados y difundidos a través de GMS			

PRODUCTO MC (PROGRAMA QT)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD MC ACTIVIDAD QT				METAS INTERMEDIAS 2021				CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL JUN	OBSERVACIONES 2021 JUNIO	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A JUNIO 2021						
							metas intermedias (descripción)	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	57,64%	92,64%						
				Imagen	Difundir la imagen y gestión empresarial	Director de Comunicación	Elaboración de artes gráficas para la difusión de contenidos institucionales en redes sociales	Elaboración de artes gráficas para la difusión de contenidos institucionales en redes sociales	100,00	185,00	108%	100,00%	1.200,00	1.291,00	100,00%	Producción de 185 piezas gráficas para redes sociales sobre actividades institucionales, atractivos turísticos, la feria destination Quito 2021 y la campaña Quito, destino diverso.		
				Fotos	Incrementar el archivo fotográfico de la Institución	Director de Comunicación	Producción de material fotográfico para la difusión de gestión y logros empresariales, y promoción de Quito como destino	Producción de material fotográfico para la difusión de gestión y logros empresariales, y promoción de Quito como destino	20,00	30,00	670%	100,00%	240,00	1.609,00	100,00%	Captura de 400 fotografías que reposan en archivo y uso de 30 fotos en distintos productos.		
				Video	Difusión de la imagen institucional y los objetivos empresariales	Director de Comunicación	Producción de piezas audiovisuales para la difusión de la gestión y logros institucionales y la promoción de Quito como destino	Producción de piezas audiovisuales para la difusión de la gestión y logros institucionales y la promoción de Quito como destino	3,00	21,00	583%	100,00%	36,00	210,00	100,00%	Grabación de 105 tomas que reposan en archivo y producción de 21 videos.		
				Redes sociales	Incremento de seguidores de las cuentas institucionales	Director de Comunicación	Gestión efectiva de redes sociales institucionales para el incremento de seguidores	Gestión efectiva de redes sociales institucionales para el incremento de seguidores	80,00	-	170%	100,00%	960,00	1.629,00	0,00%	En el mes de junio la cuenta de twitter sufrió una suspensión de parte de Twitter y se realizó la gestión necesaria para recuperar los accesos. En ese sentido, no se puede visualizar el incremento de los usuarios.		

Director de Comunicación
 Eduardo Guamilamá