

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 2021	Meta CUMPLIDA anual 2021	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021		% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	DIC	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2021			DIC	DICIEMBRE			
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 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 turístico en medios y redes sociales. 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			96,43%	96,43%						97,50%	100,00%	
				Informes de clipping	Medir el impacto de la presencia de la empresa en medios de comunicación	Director de Comunicación	Contratación de una empresa de monitores de medios de comunicación tradicionales para el seguimiento de las publicaciones y menciones que se hagan de la empresa y Quito como destino			200,00%	100,00%	1,00	2,00		Contrato en ejecución desde febrero de 2021				
				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			100,00%	100,00%	1,00	1,00		Por recomendación de la Gerencia Administrativa Financiera no se ejecutó el proceso debido a que los tiempos estaban fuera del periodo fiscal.				
				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			100,00%	100,00%	1,00	1,00		Por recomendación de la Gerencia Administrativa Financiera no se ejecutó el proceso debido a que los tiempos estaban fuera del periodo fiscal.				
					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	1,00	1,00	100,00%	100,00%	11,00	11,00	100,00%	Media value nacional e internacional de la aparición de Quito Turismo y Quito como destino en medios de comunicación				
				Media Value Nacional	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)	8.933.603,91	NO ES META	-	20.655.030,90		Media value noticioso de diciembre 2021: US\$ 8'933.603,91					
					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)	2.977.867,97	NO ES META	-	6.885.010,30		Media value publicitario de diciembre 2021: US\$ 2'977.867,97					
				Media Value Internacional	No es meta - Valoración de presencia en medios	Director de Comunicación	Medición del media value noticioso (insumo de información mensual)	INTERNACIONAL - Medición del media value noticioso (insumo de información mensual)	4.946.885,85	NO ES META	-	8.960.582,53		Media value noticioso de diciembre 2021: US\$ 4'546.885,58					
					No es meta - Valoración de presencia en medios	Director de Comunicación	Medición del media value publicitario (insumo de información mensual)	INTERNACIONAL - Medición del media value publicitario (insumo de información mensual)	1.515.628,53	NO ES META	-	2.986.860,76		Media value publicitario de diciembre 2021: US\$ 1'515.628,53					
				Media value Noticioso (no es meta, es información ACUMULADA)	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)	Director de Comunicación	Valor: Media value Noticioso (no es meta, es información ACUMULADA)	Valor: Media value Noticioso (no es meta, es información ACUMULADA)	13.480.489,76	NO ES META	-	29.615.613,43		Valor: Media value Noticioso (acumulado a la fecha): US\$ 29'615.613,43					
							Valor: Media value Publicitario (no es meta, es información ACUMULADA)	Valor: Media value Publicitario (no es meta, es información ACUMULADA)	4.493.496,50	NO ES META	-	9.871.871,06		Valor: Media value Publicitario (acumulado a la fecha): US\$ 9'871.871,06					
				Pauta en medios	Difusión de la imagen institucional y los objetivos empresariales	Director de Comunicación	Pauta publicitaria en medios de comunicación tradicionales		1,00	300,00%	100,00%	1,00	3,00		Ejecutado en el mes de octubre (radios América, Alfa, FM Mundo, Francisco Stereo y Blue), noviembre y diciembre (radios Exa, Zaracay y Sonorama; y, canales Ecuavisa, Teleamazonas, TC y TVC).				
				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	Publicación de insertos para difusión en medios sobre atractivos turísticos de Quito	1,00	1,00	100,00%	100,00%	3,00	3,00	100,00%	Difusión del Festival Más Allá de la vida en octubre (Metro); del Visit Quito Fest en noviembre (El Comercio); y, de la Feria Destination Quito en diciembre (Últimas Noticias).			

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 2021	Meta CUMPLIDA anual 2021	MENSUAL	OBSERVACIONES 2021	% TECNICO PROGRAMA QT ANUAL	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL
				PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto					AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2021			DIC			
							metas intermedias (descripción)	DIC	Meta intermedia	Avance Mensual	96,43%	96,43%			88,89%			
				Contenido institucional	Diffundir 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	16,00	134,38%	100,00%	96,00	129,00	100,00%	Elaboración y difusión de boletines: 1. Visit Quito Fest dinamizó la economía de los sectores turístico y cultural de la capital 2. Exitosa participación de Quito en el Congreso USTOA 2021 3. Quito promociona su oferta como destino para congresos y convenciones 4. UNESCO designa al Pasillo como Patrimonio de la Humanidad 5. Espectáculo cívico revive la Navidad en Quito 6. Medidas adoptadas por el COE Metropolitano para el sector turístico en Quito 7. UNESCO designa al Pasillo como Patrimonio de la Humanidad (agencia internacional) 8. Exitosa participación de Quito en el Congreso USTOA 2021 (agencia internacional) 9. Los peseres coloniales dan la bienvenida a la Navidad en Quito (agencia internacional) 10. Quito espera un 40 % más de turistas en 2022 (agencia internacional)		
				Imagen	Diffundir 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	156,00	214,50%	100,00%	1.200,00	2.574,00	100,00%	Elaboración de artes para redes sociales y página web institucional		
				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	536,00	2312,92%	100,00%	240,00	5.551,00	100,00%	Fotografías de gestión institucional		
				Vídeo	Diffusión 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	3,00	644,44%	100,00%	36,00	232,00	100,00%	Videos de gestión institucional		
				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	865,00	465,63%	100,00%	960,00	4.470,00	100,00%	Incremento de 781 seguidores en facebook y 86 en Twitter		
		03 GASTOS COMUNES	RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL QT: 01 GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES	Gastos comunes	Director de Comunicación	Informe de seguimiento de convenios a cargo del área	Informe de seguimiento de convenios a cargo del área	1,00		50,00%	50,00%	4,00	2,00	0,00%	en ejecución		75,00%
							Informe trimestral de avances de gestión con verificadores de acciones, por área (seguimiento y evaluación)	Informe trimestral de avances de gestión con verificadores de acciones, por área (seguimiento y evaluación)	1,00	1,00	100,00%	100,00%	4,00	4,00	100,00%	Cumplido		

Dirección de Comunicación
FABRICIO CEVALLOS