

ANTEPROYECTO POA
PLAN OPERATIVO ANUAL 2020 - POA QT
SECTOR: DESARROLLO PRODUCTIVO
DEPENDENCIA EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO - QUITO TURISMO
PROFORMA 2020
Programa QT COMUNICACIÓN

PROGRAMACIÓN											CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2020	Meta CUMPLIDA anual 2020	MENSUAL	OBSERVACIONES 2020
PROGRAMA QT PRODUCTO MC (obra no aplica)	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO	METAS DEL PRODUCTO	Responsable del Producto	metas intermedias (descripción)	FEB	Meta mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A FEBRERO 2020			FEB	FEBRERO
											27,9%	100%			85%	
COMUNICACIÓN MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	Objetivos del Programa QT Incrementar la presencia de QUITO como destino turístico y la gestión institucional de Quito Turismo A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL en un 2%	GESTION DE COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	Agencia de publicidad y comunicación: Impresión e instalación de vallas, señaletica y gigantografías; Impresión de material editorial - turístico para promoción y difusión del destino Fotos y producción audiovisual Impresión de material promocional publicitario	Promoción de diferentes campañas de la empresa a través de material impreso, vallas y gigantografías, fotos, producción audiovisual y material promocional	Dir. Comunicación	Servicio de pauta en medios tradicionales y revistas especializadas	Plan de medios(tradicionales y revistas especializadas)	1,00	1,00	16,67%	100%	6,00	1,00	100,00%	Se ejecutó plan de medios ATL para la campaña de Carnaval, en tv, radio y prensa
						Dir. Comunicación	Contratación agencia de Comunicación y/o Publicidad	Arrastre ENE (1).- Contratación de agencia de Comunicación y/o Publicidad		1,00	100,00%		1,00	1,00		Se elevó a concurso y se adjudicó el contrato
						Dir. Comunicación	Brandeo de buses para eventos institucionales	Brandeo de buses para eventos institucionales	1,00	1,00	16,67%	100%	6,00	1,00	100,00%	Se brandearon 30 buses para la campaña Carnaval, por 1 semana
						Dir. Comunicación	Pauta en redes sociales institucionales	Pauta en redes sociales institucionales	1,00	1,00	16,67%	100%	6,00	1,00	100,00%	Se asignaron recursos para pauta general y segmentada por el Carnaval
						Dir. Comunicación	Transmisiones en vivo de eventos institucionales	Transmisiones en vivo de eventos institucionales	1,00	1,00	16,67%	100%	6,00	1,00	100,00%	Se coordinó con SECOM para la transmisión en vivo de los desfiles de carnaval.
						Dir. Comunicación	Desarrollo de material POP	Desarrollo de material POP			0,00%		3,00	-		
			COMUNICACIÓN DE ACCIONES SOBRE EL DESTINO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL (Trimestral)	Equipos	Mejorar la calidad de trabajo y optimización del recurso tiempo.	Dir. Comunicación	Compra de equipos para registro audiovisual, almacenamiento digital de imágenes	Adquisición de equipos técnicos para la Dirección	1,00		0,00%		1,00	-	0,00%	Se determinó que se requiere más presupuesto, por lo que se necesitaba adjudicar los dos contratos para re programar fondos a la compra de equipos
						Dir. Comunicación	Monitoreo de medios	Monitoreo de medios	1,00	1,00	9,09%	100%	11,00	1,00	100,00%	Se adjudicó el contrato y se inició el monitoreo de medios Quito Turístico Quito Turismo
						Dir. Comunicación	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)		1,00			-	1,00		USD 2' 986.375,92
				Monitoreo de medios y clipping noticioso	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	Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)	Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)		1,00			-	1,00		USD 695.458,64
						Dir. Comunicación	Número Boletines de Prensa enviados a los Medios de Comunicación local, regional y nacional con información relevante de la EPMQT	Boletines de prensa enviados	6,00	3,00	11,11%	67%	72,00	8,00	50,00%	Quinde Visitors Center La Capital del Centro del Mundo participa en ANATO El Centro del Mundo presente en
						Dir. Comunicación	Número de seguidores en las redes sociales de la EPMQT	Nuevos seguidores en redes FB y TW	100,00	535,00	49,90%	524%	2.100,00	1.048,00	100,00%	TW 113 FB 422
				Gestión	Incrementar la eficiencia comunicacional interna y externa	Dir. Comunicación	Número de publicaciones realizadas en las redes sociales de la EPMQT	Número de publicaciones realizadas en redes sociales de la EPMQT	50,00	365,00	131,67%	132%	600,00	790,00	100,00%	En este mes se apoyó la campaña de carnaval, generando tendencias, así como la siembra de árboles, y prevención de drogas

PROGRAMACIÓN										CONTROL Y SEGUIMIENTO				MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	
						Dir. Comunicación	Desarrollo de artes	Desarrollo de artes	40,00	140,00	48,13%	289%	480,00	231,00	100,00%	Anato, chalecos, ITB, Letras, puentes, carnaval, vallas, invitaciones, insertos, web, notadas de redes, etc.
						Dir. Comunicación	Desarrollo de fotografías para banco	Desarrollo de fotografías para banco		1.802,00			-	1.925,00		Beacons centro histórico, carnaval, puentes, letras quito
		GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	Dir. Comunicación							-	-		
Administración del Talento Humano COMUNICACIÓN	Administración del Talento Humano COMUNICACIÓN	Administración del Talento Humano COMUNICACIÓN	Administración del Talento Humano COMUNICACIÓN	Administración del Talento Humano COMUNICACIÓN	Administración del Talento Humano COMUNICACIÓN	TTHH							-	-		

Directora de Comunicación (E)
 GABRIELA SUAREZ