

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	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL 40,94%
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)	ABR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A ABRIL 2020	ABR			ABRIL		
											43,1%	100%						
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 INTERNACIONA L en un 2% Plantear y ejecutar estrategias junto con acciones comunicacional es que permitan difundir la gestión de la empresa y posicionar a Quito como destino.	GESTION DE COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL		Agencia de publicidad y comunicación: Impresión e instalación de vallas, señalética y gigantografías; Impresión de material editorial - turístico para promoción y difusión del destino Fotos y produccion 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				16,67%	50%	6,00	1,00	Se tenía destinado para promocionar Semana Santa, pero con la crisis sanitaria, se suspendió			
						Dir. Comunicación	Contratación agencia de Comunicación y/o Publicidad				100,00%		1,00	1,00	La agencia fue contratada en febrero de 2020.			
						Dir. Comunicación	Brandeo de buses para eventos institucionales				16,67%	50%	6,00	1,00	Se tenía destinado para promocionar Semana Santa, pero con la crisis sanitaria, se suspendió			
						Dir. Comunicación	Pauta en redes sociales institucionales				33,33%	100%	6,00	2,00				
						Dir. Comunicación	Transmisiones en vivo de eventos institucionales				33,33%	100%	6,00	2,00				
						Dir. Comunicación	Desarrollo de material POP				0,00%		3,00	-	Se tenía previsto pero por pedido de Alcaldía, no se puede ejecutar este tipo de acciones en esta emergencia sanitaria.			
				Equipos	Mejorar la calidad de trabajo y optimización del recurso tiempo.	Dir. Comunicación	Compra de equipos para registro audiovisual, almacenamiento digital de imágenes				0,00%		1,00	-				
				Informes de clipping 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	Monitoreo de medios	Monitoreo de medios	1,00	1,00	27,27%	100%	11,00	3,00	100,00%	Monitoreo a temas: Quito, Quito Turismo y Carla Cárdenas		
						Dir. Comunicación	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)		372.609,87		no es meta	-	372.610,87		El media value noticioso de enero a abril es de USD 2.608.620,18		
						Dir. Comunicación	Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)	Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)		124.203,29		no es meta	-	124.204,29		El media value publicitario de enero a abril es de USD 869.540,06		

PROGRAMACIÓN										CONTROL Y SEGUIMIENTO				MENSUAL	OBSERVACIONES 2020		
			RML: COMUNICACIÓN DE ACCIONES SOBRE EL DESTINO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL (Trimestral)	Gestión	Incrementar la eficiencia comunicacional interna y externa	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	12,00	56,94%	171%	72,00	41,00	100,00%	El sector turístico necesita de ti para su reactivación. NO CANCELES TU VIAJE, CAMBIA LA FECHA; Destacada respuesta de Quito ante la emergencia sanitaria por Covid-19; Una Semana Santa Distinta; Turismo de reuniones: Quito desarrolla varias actividades virtuales; Quito presenta página web para promocionarse como destino de reuniones; Turismo de reuniones: Quito cuenta con una nueva herramienta digital; Latinoamérica: Situación actual de la industria de reuniones tras emergencia sanitaria; Alternativas para el pago de las obligaciones crediticias; Servicio a domicilio para empresas resilientes; Refinanciamiento o reestructuración de deudas con el sector financiero; Capacitaciones online permiten fortalecer al sector turístico; Herramientas tecnológicas: factor diferenciador de la competencia.	
						Dir. Comunicación	Número de seguidores en las redes sociales de la EPMQT	Nuevos seguidores en redes FB y TW	200,00	1.381,00	129,95%	130%	2.100,00	2.729,00	100,00%	Se debe considerar un mes atípico dado que se perdió la cuenta institucional de FB, estableciendo una página nueva para realizar el merge en cuanto se recupere la anterior.	
						Dir. Comunicación	Número de publicaciones realizadas en la redes sociales de la EPMQT	Número de publicaciones realizadas en redes sociales de la EPMQT	50,00	1.030,00	415,83%	416%	600,00	2.495,00	100,00%	Se debe tomar en cuenta que durante la emergencia sanitaria, se está apoyando el desarrollo de tendencias desde SECOM más los contenidos propios de la EPMGDT QT	
						Dir. Comunicación	Desarrollo de artes	Desarrollo de artes	40,00	81,00	88,96%	267%	480,00	427,00	100,00%	Cumpleaños, Fondos Zoom, invitaciones , Presentación, Proyectos DMQ , Semana Santa, Web Promocional, Portadas Boletines, Invitaciones Semana, MICE, Redes Semana MICE, Certificados MICE, MICE Diseño Boletín, Header Comercialización Boletines COVID 19	
						Dir. Comunicación	Desarrollo de fotografías para banco	Desarrollo de fotografías para banco		50,00			-	2.125,00		Fotografías sobre cobertura fotográfica de entrega de kits de alimentos frente a emergencia sanitaria.	
		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

PROGRAMACIÓN

CONTROL Y SEGUIMIENTO			MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	
-----------------------	--	--	---------	-----------------------	--