

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				
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)	MAR			Meta mensual	Avance Mensual		AVANCE ANUAL	ACUMULADO A MARZO 2020	MAR	MARZO
																			39,5%	100%	70%	
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 MC: COMUNICACIÓN DE ACCIONES SOBRE EL DESTINO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL (Trimestral)	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	Plan de medios(tradicionales y revistas especializadas)	1,00	-	16,67%	50%	6,00	1,00	0,00%	Se tenía destinado para promocionar Semana Santa, pero con la crisis sanitaria, se suspendió	35,34%					
						Dir. Comunicación	Contratación agencia de Comunicación y/o Publicidad		-	100,00%	1,00	1,00	La Dirección de Comunicación cuenta con una agencia de Comunicación.									
						Dir. Comunicación	Brandeo de buses para eventos institucionales	Brandeo de buses para eventos institucionales	1,00	-	16,67%	50%	6,00	1,00	0,00%	Se tenía destinado para promocionar Semana Santa, pero con la crisis sanitaria, se suspendió						
						Dir. Comunicación	Pauta en redes sociales institucionales	Pauta en redes sociales institucionales	1,00	1,00	33,33%	100%	6,00	2,00	100,00%	Se pautó en redes sociales institucionales para promocionar al Carnavallff 2020						
						Dir. Comunicación	Transmisiones en vivo de eventos institucionales	Transmisiones en vivo de eventos institucionales	1,00	1,00	33,33%	100%	6,00	2,00	100,00%	Se transmitió en vivo el desfile del Sur de Quito del Carnavallff 2020						
						Dir. Comunicación	Desarrollo de material POP	Desarrollo de material POP	1,00	-	0,00%	3,00	-	0,00%	Se tenía destinado ejecutarlo para este mes. Se tiene aprobación del diseño del material POP por parte de Secom pero no se aprobó la ejecución, por disposición del Alcalde, por la crisis 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	18,18%	100%	11,00	2,00	100,00%	Monitoreo de medios, de temas: Quito Turístico Quito Turismo Carla Cárdenas						
						Dir. Comunicación	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)	Media value Noticioso (no es meta, es información mensual)				-	1,00	Marzo: 149.633,40								
						Dir. Comunicación	Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)	Media value Publicitario (no es meta, es información mensual)				-	1,00	Marzo: 49.877,80								

PROGRAMACIÓN											CONTROL Y SEGUIMIENTO				MENSUAL	OBSERVACIONES 2020	
				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	Boletines de prensa enviados	6,00	21,00	40,28%	161%	72,00	29,00	100,00%	Temas: Gran participación de Quito en Anato 2020; Quito Turismo y la UDLA lanzan el primer concurso de cuentos y fotografía sobre 'La Fanesca'. Marzo es el mes del fortalecimiento y	
						Dir. Comunicación	Número de seguidores en las redes sociales de la EPMQT	Nuevos seguidores en redes FB y TW	100,00	300,00	64,19%	449%	2.100,00	1.348,00	100,00%		
						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	675,00	244,17%	244%	600,00	1.465,00	100,00%		
						Dir. Comunicación	Desarrollo de artes	Desarrollo de artes	40,00	115,00	72,08%	288%	480,00	346,00	100,00%	Comunicados y Boletines -Artes COVID 19 - Headers Mailchip- Presentación COVID 19 Quito Turismo - Artes Redes Institucionales - Productos Promocionales para Prensa - Diseño	
						Dir. Comunicación	Desarrollo de fotografías para banco	Desarrollo de fotografías para banco (mínimo 30)		150,00			-	2.075,00		50 Best, coberturas en general	
		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