

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

					AGO	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015	
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable								AGO	AGOSTO	
												60%		89%
Comunicación	GESTION COMUNICACIONAL (AUTOSUSTENTABLE)	Folletería impresa (E). Mapas, guías)	definir el concepto, producirContenidos, Diseño	Francisco Veintimilla	Se imprimen materiales turísticos	5,00	2,00	50,26%	20,00%	10,00	2,00	40,00%	se ha impreso folletería de promoción de aves del distrito y fundas promocionales	
			Publicación de materiales impresos						0,00%	1,00	-			
			Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e iconografía											
			Diseño		Productos diseñados	5,00	8,00		104,00%	50,00	52,00	100,00%	Son: 1. Agenda conferencia MIC: portada, contraportada y 23 avisos internos. 2. Aquicito (reedición) 3. Aviso fam trip AVIANCA 4. Plegable AVES, Birdffair Feria UK 2015 5. Quitósfera 6. Señalética AVES urbanas parques – Unidad Espacio Público	
		Diseño free lance				100,00%	1,00		1,00					
		Storyteling	Contrrata los narradores						33,33%	6,00	2,00			
		Videos	pre, produccción y post Contratación	Carla Martínez						0,00%	1,00	-		
		Fotos promocionales	Contratar licencias	Francisco Veintimilla						100,00%	1,00	1,00		
		Fotos promocionales	definir temáticas, pre, producción y post.							0,00%	50,00	-		
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Definir contenidos a traducir.							0,00%	2,00	-		
		Guía Multimedia de Quito	Diseño, Contenidos, Programación							100,00%	1,00	1,00		
		Manual de Estilo para contenidos	Definir la línea editorial web y RS	Ramiro Garrido						100,00%	1,00	1,00		
		Producción editorial: textos o conceptos	Creación de textos editoriales, periodísticos sobre Quito.							0,00%	1,00	-		
		Manual de imagen-gráfica institucional y promocional del destino	Aplicación y difusión de usos de la marca	Francisco Veintimilla	CON LA NUEVA MARCA TURÍSTICA; NO REALIZADO POR NO ESTUDIO DE MARCA CIUDAD	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	No se ha realizado por falta de presupuesto y porque no se hará el estudio de marca ciudad	
	ECOSISTEMA DIGITAL	Optimización de la web (autosustetable)	Posicionamiento web en buscadores	Erick Játiva				60,61%	0,00%	1,00	-			
			Implementación técnica de nuevos idiomas						50,00%	2,00	1,00			
			Optimización y renovación licencias App						0,00%	2,00	-			
			Renovar hosting análisis d e webs						0,00%	1,00	-			

					AGO	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015			
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable											AGO	AGOSTO
															60%	
			Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas [googlengine,							-	1,00					
		Blogs turísticos (interno y Externo)							200,00%	1,00	2,00					
		Creación y /o redseño de sitios web	Definición de estructura y contenidos. (Blog, guía multimedia, CCEE, El Quinde, Inv ersiones)		Actualización web	1,00	1,00		66,67%	12,00	8,00	100,00%	Contenidos editoriales, blog EN/ES; micro sitio de inversiones			
		Posicionamiento de las RS	Pauta temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar.	Erick Játiva					100,00%	1,00	1,00					
			Medición de RS por seguidores e interactividad	Gabriela Aguirre	fans en Red Social FaceBook	1.000,00	4.023,00		108,48%	88.836,00	96.368,00	100,00%				
				Gabriela Aguirre	Seguidores en red Social Twitter	1.500,00	3.248,00		102,11%	73.300,00	74.848,00	100,00%				
		Estudio de Internacionalización de Redes Sociales (RS)	Contratar persona natural o jurídica que realice este estudio de Internacionalización de Redes Sociales (RS)	Carla Martínez					50,00%	2,00	1,00					
		Estudio de integración del Sistema de Información Turística ON LINE y OFF LINE	Definir temáticas, desarrollar boletines, enviar a los medios y gestionarlos,	Isabel Oñate					100,00%	1,00	1,00					
	RELACIONES PUBLICAS Y FREE PRESS	Información para los medios de Comunicación, proveer insumos (fotos, videos, cifras), realizar visitas, acompañamientos a los medios en eventos/temas especializados ,	Contratar el servicio de clipping	Isabel Onate	Noticias en los medios	100,00	59,00	72,67%	90,67%	1.200,00	1.088,00	59,00%	Temas destacados: Verano de las Artes de Quito, turismo en la ciudad, ideas sugeridas para recorrido autoguiado, gastronomía de Quito. Rutas turísticas a recorrer en Quito y sus alrededoresQuito Turismo marca agenda en los medios (locales, nacionales, públicos, municipales) es fuente abierta, efectiva y permanente de información			
			Análisis de media Value NOTICIOSO		Media Value acumulado NOTICIOSO AGOSTO	-	217.766,88		no se usa como meta	No es una meta	3.351.631,46					
			Análisis de media Value PUBLICITARIO		Media Value acumulado PUBLICITARIO		72.588,96		no se usa como meta	No es una meta	6.947.248,26					
			Enviar souvenirs						100,00%	1,00	1,00					
			Enviar material periódico a los medios		Envío el material	1,00	1,00		133,33%	3,00	4,00	100,00%	Material enviado relacionado a: Verano de las Artes de Quito, turismo en la ciudad, ideas sugeridas para recorrido autoguiado, gastronomía de Quito. Rutas turísticas a recorrer en Quito y sus alrededoresQuito Turismo marca agenda en los medios (locales, nacionales, públicos, municipales) es fuente abierta, efectiva y permanente de información			

					AGO	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					AGO	AGOSTO			
											60%		
		Plan de Crisis						0,00%	1,00	-			
	PUBLICIDAD ON LINE Y OFF LINE	Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y sobre programas estratégicos de la empresa: Calidad, Desarrollo	Contratar una agencia de medios	Carla Martínez			58,33%	75,00%	8,00	6,00			
		Agenda de Comunicación Interna		Isabel Oñate					100,00%	1,00	1,00		
		Vocerías		Isabel Oñate					0,00%	1,00	-		
		Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y temas relacionados a la agenda local del destino según temporadas								-	-		
	SENSIBILIZACIÓN AL CIUDADANO DEL DMQ. PARA COMPRESIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA	Campaña local de sensibilización turística y orgullo quiteño.	Contratar una agencia Coordinar con SECOM	Carla Martínez			100,00%	100,00%	2,00	2,00			
	COMUNICACIÓN INTERNA	Plan de comunicación interna	Definir contenidos, estartegias, ejes de ttabajo	Francisco Veintimilla			0,00%	0,00%	1,00	-			
	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		Pago de IVA	1,00	1,00	66,67%	66,67%	12,00	8,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto