



3 COMUNICACIÓN

3 COMUNICACIÓN						TURISMO			CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	%TECNICO del proyecto ANUAL		
POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016						JUN	JUNIO			
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	38,7%			53%				
3 COMUNICACIÓN	GESTION COMUNICACIONAL	Material comunicacional	Llegar a los actores turísticos, prensa internacional y usuarios con información actualizada sobre el destino	Impresión de productos	Francisco Veintimilla	Diseño y diagramación de al menos 10 piezas comunicacionales a difundir	10	10	42,86%	105,00	45,00	100,00%	Imagen piezas Bird Fair, I Encuentro de Comunicación Turística, invitaciones, Imagen Programa Embajadores MICE	52,54%		
					Francisco Veintimilla	Una contratación de imprenta	1	1	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se contrató por 1500 dólares para realizar material para I Encuentro de Comunicación Turística: roll-ups, agendas, etc.			
			Producir fotografías y video desde el área, con estándares de calidad vigentes	Compra de cámara fotográfica, memorias SD	Francisco Veintimilla			100,00%	2,00	2,00						
				Servicio	Carla Martínez			100,00%	1,00	1,00						
				Compra de un trípode profesional	Francisco Veintimilla			0,00%	1,00	-						
		Producción editorial en varios idiomas	Tener disponible en varios idiomas los contenidos generados por el área	Traducir los contenidos editoriales varios idiomas	Carla Martínez	1 traducción de contenido generales	1	0	30,00%	10,00	3,00	0,00%				
		Contenido editorial	Generación de material/ insumos comunicacionales (textos, fotos, videos), para la promoción de Quito	Servicio de generación de contenidos editoriales (textos, fotografía o videos)	Carla Martínez				100,00%	2,00	2,00					
					Carla Martínez	Producir un video promocional de Quito para el evento de osos.	1	0	0,00%	1,00	-	0,00%				
					Carla Martínez				0,00%	4,00	-					
		ECOSISTEMA DIGITAL (los avances para sistema MC están en Fortalecimiento también)	Optimización del ecosistema digital	Posicionamiento de la web y redes sociales; implementación de estrategias de difusión	Actualización y optimización web para atender stakeholders de QT	Carla Martínez	Desarrollo o actualización web	1	0	30,00%	10,00	3,00	0,00%			49,31%
					Contratación de empresa que implemente acciones de marketing digital con las herramientas manejadas por Quito Turismo	Carla Martínez			0,00%	1,00	-					
	Soledad Cevallos				Alcance e interactividad de Redes Sociales: ENGAGEMENT Facebook	7%	6%	37,68%	0,69	0,26	85,71%					



3 COMUNICACIÓN

3 COMUNICACIÓN									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016						JUN	JUNIO		
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	38,7%			53%			
				Lograr alcance e interactividad	Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: LIKES Facebook	2.000	850	89,72%	128.318,00	115.122,00	42,50%	Este mes no se creció en el volumen promedio de los meses, uno de lo factores pudiera ser la web afectada por virus, La web quito.com.ec		
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: TASA DE INTERACCIÓN Twitter INSTITUCIONAL	2,50%	0,00%	23,79%	0,25	0,06	0,00%			
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: SEGUIDORES Twitter INSTITUCIONAL	150	1054	99,70%	3.991,00	3.979,00	100,00%			
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: TASA DE INTERACCIÓN Twitter PROMOCIONAL	1,80%	0,00%	25,00%	0,18	0,04	0,00%			
					Soledad Cevallos	Alcance e interactividad de Redes Sociales: SEGUIDORES Twitter PROMOCIONAL	2.500	0	84,34%	114.500,00	96.565,00	0,00%			
					Soledad Cevallos	Seguidores en INSTAGRAM	2.000	1600	50,79%	25.200,00	12.800,00	80,00%	Instagram creció y se activa de manera interesante		
				Estrategia Digital	Soledad Cevallos			0,00%	1,00	-					
				Gestión Entorno Digital y Redes Sociales	Soledad Cevallos	Posicionamiento internacional de RS	1	0	0,00%	7,00	-	0,00%			
				Implementación de web en otros idiomas	Erick Játiva				100,00%	1,00	1,00				
					Erick Játiva				100,00%	1,00	1,00				
	RELACIONES PÚBLICAS Y FREE PRESS	Monitoreo noticioso de Quito Turismo	Medir la presencia noticiosa y publicitaria de la gestión informativa	Reporte mensual del alcance noticioso	Isabel Oñate	Gestionar boletines y espacios free press en medios de comunicación temas institucionales y del destino.	45	73	101,01%	496,00	501,00	100,00%	De estas 73 notas, 51 publicaciones gratuitos en los medios de Comunicación Internacionales sobre la gestio nde Qt como institución o destino Quito	69,20%	
					Isabel Oñate	Desarrollo y envío de al menos 8 boletines al mes (a medios)	8	8	45,00%	80,00	36,00	100,00%	Quito promoción en México, Finalista en el Desafío de las Ciudades para la Sostenibilidad 2016; Convenio Lima.Uio; Quito en Londres; FIEXPO, La Mariscal OPUS Habitat Village y Quito finalista en los 'Oscar del turismo',I Encuentro de Comunicación Turística		
					Isabel Oñate	Valor Noticioso Gestionado por QT (no usado como meta)		114004	no se usa como meta	No es una meta	1.821.690,00		En dolares		
					Isabel Oñate	Valor Publicitario Gestionado por QT (no usado como meta)		114004	no se usa como meta	No es una meta	683.232,00		En dolares		



3 COMUNICACIÓN

3 COMUNICACIÓN									CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL			Meta numérica Anual 2016	Meta CUMPLIDA anual 2016	MENSUAL	OBSERVACIONES 2016	% TECNICO del proyecto ANUAL
POA 2016						Metas Intermedias - POA 2016						JUN	JUNIO			
PROGRAMAS OM 309	PROYECTOS	PRODUCTOS	METAs ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	38,7%			53%				
		Incluir a la prensa en eventos o actividades de QT	Realizar eventos o actividades que requieran convocatoria de medios	Eventos actividades con prensa	Isabel Oñate			1	50,00%	2,00	1,00		Se realizó un almuerzo con editores y CEO de las empresas de medios de comunicación, en el marco de I Encuentro del Simposio de Comunicación Turística			
		Información para los medios de Comunicación, proveer insumos (fotos, videos, cifras), realizar visitas, acompañamientos a los medios en eventos/temas especializado	Proveer de información a los medios de comunicación, realizar visitas	Envío de material noticioso, soporte digital	Isabel Oñate	Enviar invitaciones a los medios a eventos y/o insumos solicitados	1	1	81,82%	11,00	9,00	100,00%	Convocatoria evento I Encuentro de Com Turística y otros .			
	PUBLICIDAD ON LINE Y OFF LINE	Publicidad en medios	Presencia en medios con temas relevantes de la gestión QT	Pautaje publicitario	Isabel Oñate	Pautaje Publicitario	2	1	50,00%	6,00	3,00	50,00%	Difusión gratuita de la Feria Inclusiva en Radio Pública	50,00%		
	COMUNICACIÓN INTERNA	Asesoría para la comunicación interna	Definir las prioridades para la comunicación interna	Elaboración e implementación de un plan para la comunicación interna	Isabel Oñate	Elaboración y envío de Quitósfera 2 veces al mes	2	2	40,00%	20,00	8,00	100,00%	Enviadas y difundidas en Qt: Itemas, Luaguna Parque La Carolina y COMTurística Uio	70,00%		
		Implementación de Intranet	Ampliar la participación de los colaboradores	Montar un sistema informático de intranet	Erick Játiva				100,00%	1,00	1,00					