

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:		COMUNICACIÓN		TURISMO		ANUAL		ANUAL 2017		NOV		NOVIEMBRE		% TECNICO de proyecto ANUAL		
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	80% ENE-NOV			81%			
Gestión de COMUNICACIÓN (MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE	COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	Comunicación de acciones y sobre el destino a Nivel nacional	Comunicar a Nivel nacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la tractividad de Quito a nivel nacional.	Pautar en medios Nacionales	Isabel Oñate				112,50%	4,00	4,50			97,92%	
					Realizar relaciones publicas Nacionales	Isabel Oñate	Entrevistas en cuanto al tema experimental de la ciudad	5	6,00	131,67%	60,00	79,00	100,00%	Teleamazonas, TC Televisión, Ecuavisa, El Comercio, Metrohoy		
						Isabel Oñate	Envio de Newsletter a bases	1	1,00	91,67%	12,00	11,00	100,00%	TTOO, Hoteles, Distitntivo Q, gremios, etc		
					Generar contenidos - nacionales	Isabel Oñate	Generación de boletines	5	5,00	100,00%	60,00	60,00	100,00%	Quito en WTM, Feriado de Finados, Fiestas de Quito 2017, Autos clásicos, Festival La Yapa		
		Comunicación de acciones y sobre el destino a nivel Internacional	Comunicar a nivel Internacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la tractividad de Quito a nivel internacional.	Pautar en medios Internacionales	Director/a Comunicación	Generación de pauta en medios de difusión a nivel internacional	1	1,00	133,33%	3,00	4,00	100,00%	Revista Abordo	94,44%	
					Realizar relaciones públicas Internacionales	Director/a Comunicación			166,67%	3,00	5,00					
					Generar contenidos - internacionales	Director/a Comunicación	Newsletter Internacional	1	1,00	83,33%	12,00	10,00	100,00%	A través de New Link		
		COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Comunicación sobre gestión Institucional - Nacional	Informar sobre gestión Institucional - Nacional	Comunicar y difundir mensualmente sobre la gestión de Quito Turismo a nivel nacional.	Realizar relaciones Públicas de gestión institucional	Isabel Oñate	Entrevistas en tornos al tema institucional	2	8,00	229,17%	24,00	55,00	100,00%	Majestad, Radio Quito, Platinum, Distrito FM, América, Latina, Centro, Ecuador TV	59,38%
						Generar contenidos de gestión institucional	Isabel Oñate	Generación de boletines basados en tema institucional	3	3,00	105,56%	36,00	38,00	100,00%	Atención calidad, reunión Texturas y Colores, programa Embajadores	
	Director/a Comunicación									150,00%	1,00	1,50				
	Director/a Comunicación									0,00%	1,00	-				
	Isabel Oñate						Quitosfera - periodico institucional	1	-	75,00%	12,00	9,00	0,00%	fue reemplazado por la pantalla		
	Director/a Comunicación									0,00%	1,00	-				
	Director/a Comunicación						Taducción de textos	3	3,00	141,67%	36,00	51,00	100,00%	BOLETINES 2 ENTREVISTA		
	Director/a Comunicación									0,00%	3,00	-				
	Gestión de COMUNICACIÓN			Implementar al menos 5 acciones promocionales de inbound marketing	Director/a Comunicación					37,50%	4,00	1,50				
					Director/a Comunicación	Campañas digitales orgánicas y/o pagadas en redes sociales / Medios Digitales	1	1,00	71,43%	7,00	5,00	100,00%	Campaña de autos clásicos			
					Área de Sistemas				75,00%	2,00	1,50					

METAS INTERMEDIAS



PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO										CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMA QT:		COMUNICACIÓN		PROYECTO QT	METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	80%	ENE-NOV	81%	NOVIEMBRE	
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT														
QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	PROMOCIÓN DIGITAL	Acciones de Inbound Marketing	Acciones de Inbound Marketing		Coordinar las acciones promocionales de Inbound Marketing en mercados nacionales e internacionales	Director/a Comunicación	Desarrollo de contenidos para Web, Redes Sociales y/o campañas digitales en base al perfil del buyer persona de Quito	1	1,00	79,17%	12,00	9,50	100,00%	Trabajo realizado diariamente en el estudio, conceptualización y desarrollo de la marca ciudad.	80,88%
						Director/a Comunicación	Envío de correo electrónico a mercados estrategicos	1	1,00	83,33%	12,00	10,00	100,00%	Newlink	
						Director/a Comunicación	Manejo de Twitter institucional. Crecimiento de 50 seguidores mensuales	50	61,00	127,17%	600,00	763,00	100,00%	4,348 seguidores Este mes existe un aumento en el número de seguidores producto de la promoción del evento de autos clásicos (este crecimiento es orgánico)	
						Director/a Comunicación	Tasa de interacción	2,0%	1,7%	92,92%	0,24	0,22	85,00%		
						Director/a Comunicación	Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de 800 seguidores	800	132,00	64,29%	9.600,00	6.172,00	16,50%	120,172 seguidores	
						Director/a Comunicación	Manejo de Twitter Promocional Inglés. Crecimiento de 30 seguidore organicos mensuales	30	-	31,67%	360,00	114,00	0,00%	La cantidad de seguidores de la cuenta en inglés (Twitter) se mantiene estables debido a que, aunque ganan seguidores, también los pierden como consecuencia de la compra de seguidores que realizó una agencia que fue contratada a finales del año pasado para que realizara pautaje y promoción de campañas promocionales de QT.	
						Director/a Comunicación	Tasa de interacción	1,8%	1,0%	86,11%	0,22	0,19	55,56%	El nivel de interacción bajó un poco con relación a octubre. Es importante tener el tiempo para generar más contenidos para la cuenta y sumarlos al número de todos los meses.	
						Director/a Comunicación	Manejo de Facebook Promocional Inglés	50	27,00	74,33%	600,00	446,00	54,00%	3.941 seguidores	
						Director/a Comunicación	Engagement	4,0%	9,0%	111,46%	0,48	0,54	100,00%		
						Director/a Comunicación	Manejo de Facebook Promocional Español	300	1.430,00	179,17%	3.600,00	6.450,00	100,00%	127,140 seguidores	
						Director/a Comunicación	Engagement	8,0%	2,8%	81,58%	0,96	0,78	34,50%		
						Director/a Comunicación	Manejo orgánico de Instagram	1000	957,00	97,69%	12.000,00	11.723,00	95,70%	38,823 seguidores	
						Director/a Comunicación	Fotografías	10	20,00	183,33%	120,00	220,00	100,00%	Coladas Moradas Embajadores Foto grafías nuevos funcionarios	
						Director/a Comunicación	Artes promocionales	20	36,00	132,92%	240,00	319,00	100,00%	FedacAutos Redes Sociales 4 Folleto de Seguridad 1 Guía de Oro 1 Invitaciones para eventos 3 Manos en la Ronda 13 Presentación TMLA 1 Revista Abordo 1 Revista This is Ecuador 1 Fiestas de Quito 1 Rutas de la Colada Morada 6 Tarjetas Quito Turismo 1 Banner Web Institucional 3	
MARCA CIUDAD	Marca Ciudad de Quito	Marca Ciudad de Quito	1. Posicionamiento y asociación de ideas a Quito como un todo 2. En la mente del consumidor nacional y por mercados internacionales 3. Entre los operadores turísticos, especialmente TTOO (turoperadores). 4. Entre la población local	Desarrollo de la marca y posicionamiento turístico de Quito	Dir. Mercadeo y Dir. Comunicación	Coordinación entre Mercadeo y Comunicación	-		100,00%	1,00	1,00			100,00%	
ACCIONES COMUNES		Acciones comunes	Acciones comunes		Acciones comunes						-	-			

METAS INTERMEDIAS

PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO												CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMA QT:		COMUNICACIÓN										NOV	NOVIEMBRE				
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	NOV	Meta mensual	Avance Mensual	80%	ENE-NOV	81%					
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	Gestión 100%								-	-				

Responsable: Director de Comunicación
SANTIAGO SAA