

METAS INTERMEDIAS															
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	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	70% ENE-SEP			92%	SEPTIEMBRE	
										SEP					
Gestión de COMUNICACIÓN (MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL)	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				62,50%	4,00	2,50		80,21%	
				Realizar relaciones publicas Nacionales	Isabel Oñate	Entrevistas en cuanto al tema experimental de la ciudad	5	8,00	113,33%	60,00	68,00	100,00%			
					Isabel Oñate	Envio de Newsletter a bases	1	1,00	75,00%	12,00	9,00	100,00%			
				Generar contenidos - nacionales	Isabel Oñate	Generación de boletines	5	5,00	83,33%	60,00	50,00	100,00%			
		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				66,67%	3,00	2,00		80,56%	
				Realizar relaciones públicas Internacionales	Director/a Comunicación	Entrevista con un medio internacional	1	3,00	166,67%	3,00	5,00	100,00%	En los Marcos: WTA, TMvisita a españa		
				Generar contenidos - Internacionales	Director/a Comunicación	Newsletter Internacional	1	1,00	75,00%	12,00	9,00	100,00%			
	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	5,00	187,50%	24,00	45,00	100,00%	56,94%	
					Isabel Oñate	Generación de boletines basados en tema institucional	3	3,00	88,89%	36,00	32,00	100,00%			
					Director/a Comunicación	Adicional: Generación de contenidos de la oferta turística		1,00	150,00%	1,00	1,50		Una vez aporbadó el paln de comunicación se iniciará la producción.		
					Director/a Comunicación	Entregar el justificativo del cambio o eliminacion de meta: ORGANIZACIÓN Y LOGÍSTICA DEL ENCUENTRO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA			0,00%	1,00	-		Traspaso de presupuesto a MICE por soliciturd de gerencias. Cambias de Meta.		
					Isabel Oñate	Quitosfera - periodico institucional	1	1,00	66,67%	12,00	8,00	100,00%	Este es un peridico mural mensual que se los emite en Quito Turismo 2 y El Quinde 1		
					Director/a Comunicación	Arrastre de JUNIO (1) Guía Multimedia	0		0,00%	1,00	-		Por ser parte de la creción de la nueva plataforma se espera la entrega del producto.		
					Director/a Comunicación	Taducción de textos	3	5,00	125,00%	36,00	45,00	100,00%	Traduccion de contenidos para web y para envios opoedores.		
					Director/a Comunicación	Arrastre de AGO (1) Producto comunicacional (revista digital o insumos similares)	1		0,00%	3,00	-		Dentro del marco de la nueva plataforma WEB se analiza su creación y utilidad.		
				Implementar al menos 5 acciones promocionales de inbound marketing		Director/a Comunicación				12,50%	4,00	0,50			
						Director/a Comunicación	Campañas digitales orgánicas y/o pagadas en redes sociales / Medios Digitales	1	-	28,57%	7,00	2,00	0,00%		
					Área de Sistemas				75,00%	2,00	1,50				

METAS INTERMEDIAS										CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2017	Meta CUMPLIDA anual 2017	MENSUAL	OBSERVACIONES 2017	% TECNICO del proyecto ANUAL
PROGRAMA QT	SUBPROGRAMA QT	PROYECTO QT		METAS DE PRODUCTO	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	SEP	Meta mensual	Avance Mensual	70% ENE-SEP			SEP	SEPTIEMBRE		
	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	70,83%	12,00	8,50	100,00%		70,53%	
						Director/a Comunicación	Envío de correo electrónico a mercados estrategicos	1	1,00	75,00%	12,00	9,00	100,00%			
						Director/a Comunicación	Manejo de Twitter institucional. Crecimiento de 50 seguidores mensuales	50	75,00	107,33%	600,00	644,00	100,00%			
						Director/a Comunicación	Tasa de interacción	2,0%	2,3%	78,75%	0,24	0,19	100,00%			
						Director/a Comunicación	Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de 800 seguidores	800	299,00	61,14%	9.600,00	5.869,00	37,38%	119.613		
						Director/a Comunicación	Manejo de Twitter Promocional Inglés. Crecimiento de 30 seguidore organicos mensuales	30	30,00	23,33%	360,00	84,00	100,00%			
						Director/a Comunicación	Tasa de interacción	1,8%	1,5%	75,46%	0,22	0,16	83,33%			
						Director/a Comunicación	Manejo de Facebook Promocional Inglés	50	50,00	61,50%	600,00	369,00	100,00%			
						Director/a Comunicación	Engagement	4,0%	5,0%	82,29%	0,48	0,40	100,00%			
						Director/a Comunicación	Manejo de Facebook Promocional Español	300	341,00	131,19%	3.600,00	4.723,00	100,00%			
						Director/a Comunicación	Engagement	8,0%	7,8%	75,52%	0,96	0,73	97,50%			
						Director/a Comunicación	Manejo orgánico de Instagram	1000	1.000,00	80,00%	12.000,00	9.600,00	100,00%			
						Director/a Comunicación	Fotorgrafias	10	45,00	158,33%	120,00	190,00	100,00%	Producción de fotografías para contenido de web y usos varios. Contratacion y compra. Se analizan presupuestos.		
						Director/a Comunicación	Artes promocionales	20	20,00	99,17%	240,00	238,00	100,00%	Apoyo a todos las direcciones.		
	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		Se realiza el diseño integrando los insumos inhuse con la contratacion de de Cristian Toapanta a la nómina.	100,00%	
	ACCIONES COMUNES	Acciones comunes	Acciones comunes		Acciones comunes						-	-				
	Talento Humano	Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	Gestión 100%								-	-			