

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN



PROGRAMA QT:						CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018		Meta CUMPLIDA anual 2018		MENSUAL		OBSERVACIONES 2018		% TECNICO		
COMUNICACIÓN						PERIODO ENE-DIC		ACUMULADO A JULIO 2018						JUL			JULIO	ACTIVIDAD QT ANUAL
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT					PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	63,96%	100,00%			
MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	Objetivos del Programa QT Promover que al menos 670,000 personas, visitantes no residentes, vengan a la ciudad Comunicar e informar sobre el destino turístico y la gestión institucional de Quito Turismo	Gestión de COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL MC: COMUNICACIÓN DE ACCIONES SOBRE EL DESTINO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL (Trimestral)	Pauta publicitaria	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales	Alejandra Arias	Notas free press nacional	20	306	205,73%		838,00	1.724,00	100,00%	Free press de 306 notas entre prensa, televisión, radio, revistas y medios digitales.	73,88%		
						Alejandra Arias	Pautaje en medios especializados	2	1,00	22,22%		18,00	4,00	50,00%	Pautaje en This is Ecuador			
				Difusión - publicaciones en redes sociales		Natalia Ponce	Publicaciones en redes sociales Quito Turismo (@EPMQuitoTurismo)	20	20	91,61%		310,00	284,00	100,00%	116 PUBLICACIONES Durante el mes de julio se informó sobre eventos y acciones realizadas por Quito Turismo para promocionar el turismo en la ciudad y fortalecer su potencial turístico: Fiesta de la Luz, WTA, Centro de Convenciones, difusión de eventos, difusión de reuniones y encuentros de Gerencia			
				Informes de clipping	Medición de impactos en medios	Alejandra Arias	Informes de clipping noticioso	2	3	68,18%		22,00	15,00	100,00%	1) Informes de clipping con temas: Quito Turismo, Quito Turístico, Verónica Sevilla. 2) Informe de clipping del mercado europeo: España, Alemania y Reino Unido. 3) Informe de clipping del mercado de Sudamérica: Argentina, Brasil y Colombia.			
				Fotografía	Incrementar el banco de fotografías	Christian Toapanta			36,67%		600,00	220,00						
				Soporte	Formación y actualización para el personal	Director de Comunicación	Capacitación personal	1	1	57,14%		7,00	4,00	100,00%	Capacitación código de ética para servidores municipales			
				VIDEO	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales	Christian Toapanta	ARRASTRE jun (1) : Video promocional hoteles			0,00%		1,00	-		Debido a una reforma que se realizó en el presupuesto, no se dispone de fondos para la realización de este producto			
				Noticias en medios	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales	Alejandra Arias			1,00	100,00%		4,00	4,00		Sobre campaña final World Travel Awards (15)			
						Alejandra Arias	Generación de Boletines	4	5	84,62%		52,00	44,00	100,00%	Taller: Inducción a la Gestión para la Reducción de Riesgos; Se cierra el primer semestre del año con un incremento del 6,9% de turistas en comparación a 2017; Quito se promociona en mercados internacionales; Webinar Destino Turístico Quito; El verano se vive en Quito.			
						Alejandra Arias	Envío de Newsletter a bases NACIONAL	1	4	150,00%		10,00	15,00	100,00%	Se cierra el primer semestre del año con un incremento del 6,9% de turistas en comparación a 2017; Quito se promociona en mercados internacionales; Webinar Destino Turístico Quito; El verano se vive en Quito.			
				Publicaciones	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales en el exterior	Alejandra Arias	Generación de free press en medios de difusión a nivel internacional	2	2	373,68%		19,00	71,00	100,00%	27 publicaciones FREE PRESS: Europa (17), Sudamérica (10)			
						Alejandra Arias			1	275,00%		4,00	11,00		Entrevista tusdestinos.net			
						Alejandra Arias			1	150,00%		2,00	3,00		Europa: 6 rincones para filosofar, Quito capital de la buena mesa, Eco corredor de osos, Fiesta de la Luz. Sudamérica: Fiesta de la Luz, Plataforma Digital Turística, Eco corredor de osos, Quito capital de la buena mesa.			

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO

PROGRAMA QT:
 COMUNICACIÓN



PROGRAMA QT:		COMUNICACIÓN		COMUNICACIÓN												CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO	
												PERIODO ENE-DIC	ACUMULADO A JULIO 2018							JUL			
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable		JUL	Meta mensual	Avance Mensual		63,96%	100,00%	ENE-JULIO			84%		JULIO				
			COMUNICACIÓN EN MEDIOS DIGITALES			Natalia Ponce		Desarrollo de contenidos para Web, Redes Sociales y/o campañas digitales en base al perfil del buyer persona de Quito	100	100		84,22%		1.375,00	1.158,00	100,00%		617 PUBLICACIONES		World Travel Awards, Fiesta de la Luz, Amaluna, Summer Camp, Jornadas religiosas, Ruco Ultra Trail, app GOUIO, aerolínea GOL, evento EFT, Chocó Andino, Seguridad turística			
						Natalia Ponce		Manejo de Twitter institucional. Crecimiento seguidores mensuales	60	42		51,91%		761,00	395,00	70,00%		INCREMENTO 39 SEGUIDORES 4730 SEGUIDORES JUNIO 4 772 SEGUIDORES JULIO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas					
						Natalia Ponce		Tasa de interacción	1,50%	2,30%		70,56%		18,00%	12,70%	100,00%							
						Natalia Ponce		Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de seguidores	140	-		59,07%		1.952,00	1.153,00	0,00%		PÉRDIDA 2 307 SEGUIDORES 120.894 SEGUIDORES JUNIO 118.587 SEGUIDORES JULIO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas					
						Natalia Ponce		Tasa de interacción	1,50%	1,60%		53,89%		18,00%	9,70%	100,00%							
						Natalia Ponce		Manejo de Twitter Promocional Inglés. Crecimiento de 30 seguidore organicos mensuales	10	-		0,00%		120,00	-	0,00%		PÉRDIDA 2 849 SEGUIDORES 9 919 SEGUIDORES JUNIO 7.072 SEGUIDORES JULIO LOS SEGUIDORES DE ESTA RED SON INORGÁNICOS					
						Natalia Ponce		Tasa de interacción	1,00%	1,80%		56,67%		12,00%	6,80%	100,00%							
				Incremento de followers y visitas a la web	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales en redes	Natalia Ponce		Manejo de Facebook Promocional Inglés	10	10,00		100,90%		1.217,00	1.228,00	100,00%		INCREMENTO 54 SEGUIDORES 5.380 SEGUIDORES JUNIO 5.434 SEGUIDORES JULIO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobada					
						Natalia Ponce		Engagement	4,00%	13,30%		130,98%		48,00%	62,87%	100,00%							
						Natalia Ponce		Manejo de Facebook Promocional Español	500	219		63,87%		6.000,00	3.832,00	43,80%		INCREMENTO 219 SEGUIDORES 131.064 SEGUIDORES JUNIO 131.283 SEGUIDORES JULIO De acuerdo a línea base de inicio de año					
						Natalia Ponce		Engagement	2,00%	19,40%		249,56%		42,21%	105,34%	100,00%							
						Natalia Ponce		Manejo orgánico Instagram	600	949		63,68%		7.616,00	4.850,00	100,00%		INCREMENTO 949 SEGUIDORES 42.321 SEGUIDORES JUNIO 43.270 SEGUIDORES JULIO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas					
						Natalia Ponce		Youtube, publicación de videos				75,00%		4,00	3,00								

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

PROGRAMA QT:						CONTROL Y SEGUIMIENTO		Meta numérica Anual 2018		Meta CUMPLIDA anual 2018		MENSUAL		OBSERVACIONES 2018		% TECNICO	
COMUNICACIÓN		COMUNICACIÓN														ACTIVIDAD QT	
PROGRAMA QT		objetivos internos de los programas QT		PROYECTO QT		ACTIVIDAD QT		PRODUCTO QT		METAS DEL PRODUCTO		Responsable				JUL	
																ANUAL	

% TECNICO
ACTIVIDAD QT
ANUAL