

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

PROGRAMA QT: COMUNICACIÓN										CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL	
COMUNICACIÓN													MAR				
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	MAR	Meta mensual	Avance Mensual	33,92%	ENE-MAR		95%	MARZO			
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	502	136,04%	838,00	1.140,00	100,00%	Free press de 502 notas entre prensa, televisión, radio, revistas y medios digitales.	27,50%		
						Alejandra Arias				0,00%	18,00	-					
				Difusión - publicaciones en redes sociales		Natalia Ponce	Publicaciones en redes sociales Quito Turismo (@EPMQuitoTurismo)	20	63	55,81%	310,00	173,00	100,00%	TOTAL 63 CAMPAÑA #QUITOESTINOSEGURO/ AVANCE CENTRO DE CONVENCIONES/ PROMOCIÓN EVENTOS SEMANA SANTA/ FLORECIMIENTO DE LA FANESCA/ FELICITACIÓN AEROPUERTO QUITO/ REAPERTURA PLAZA DE SAN FRANCISCO/ QUITO TOUR BUS/ VIDEO CLIP CNCO 100 MILLONES DE VISTAS/ PREMIACIÓN			
						Alejandra Arias	Informes de clipping	Medición de impactos en medios	2	2	18,18%	22,00	4,00	100,00%	Informes de clipping con temas: Quito Turismo, Quito Turístico, Verónica Sevilla		
				Fotografía	Incrementar el banco de fotografías	Christian Toapanta				36,67%	600,00	220,00					
				Soporte	Formación y actualización para el personal	Director de Comunicación				0,00%	7,00	-					
				VIDEO	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales	Christian Toapanta				0,00%	1,00	-					
				Noticias en medios	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales	Alejandra Arias	Entrevistas en cuanto al tema experimental de la ciudad	1	1,00	25,00%	4,00	1,00	100,00%	Total 8 Entrevistas en cuanto a la Nueva Plataforma Digital de Quito: página web, aplicación GO UIO, video turístico, nueva marca Ciudad.			
						Alejandra Arias	Generación de Boletines	4	7	36,54%	52,00	19,00	100,00%	Quito se proyecta como ciudad inteligente en ITB; Premio al turismo responsable en Maquipucuna al Noroccidente de Quito; Video turístico de la capital "Tu Historia comienza en Quito" gana premio en la feria ITB en Alemania; Pronunciamento de QT en referencia a publicación del NYT; Legado Histórico y gastronomía sostenible presentes en el concurso "Fanesca 2018"; Vive una experiencia entre la tradición y la fe en la Semana Santa Quiteña 2018; Procedimiento QT en referencia al Proceso Público de Selección del CCMQ.			
						Alejandra Arias	Envío de Newsletter a bases NACIONAL	1	3,00	30,00%	10,00	3,00	100,00%	Quito se proyecta como ciudad inteligente en ITB; Video turístico de la capital "Tu Historia comienza en Quito" gana premio en la feria ITB en Alemania; Vive una experiencia entre la tradición y la fe en la Semana Santa Quiteña 2018. Enviado a bases de datos de: autoridades, gremios, tour operadores, hoteles, distintivo Q, agencias de servicios turísticos.			
						Alejandra Arias											
				Publicaciones	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales en el exterior	Alejandra Arias	Generación de free press en medios de difusión a nivel internacional	1	1,00	5,26%	19,00	1,00	100,00%	TOTAL 3 Todavía no se contrata las oficinas de representación en mercados de LA y Norteamérica. Únicamente se contrató en el mercado de Europa pero desde el 21 de marzo. Con todo la Agencia EFE fue convocada y asistió a eventos como: Florecimiento de la Fanesca, Arrastre de Caudas y Procesión Jesús del Gran Poder. De esta manera se publicaron noticias free press a nivel internacional.			
						Alejandra Arias				50,00%	4,00	2,00					
						Alejandra Arias				0,00%	2,00	-					
				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	34,55%	1.375,00	475,00	100,00%	TOTAL 295 CAMPAÑA #QUITOESTINOSEGURO/ AVANE CENTRO DE CONVENCIONES/ PROMOCIÓN EVENTOS SEMANA SANTA/ FLORECIMIENTO DE LA FANESCA/ FELICITACIÓN AEROPUERTO QUITO/ REAPERTURA PLAZA DE SAN FRANCISCO/ QUITO TOUR BUS/ VIDEO CLIP CNCO 100 MILLONES DE VISTAS/ PREMIACIÓN GOLDEN CITY GATE AL VIDEO PROMOCIONAL DE QUITO/ FERIA TURISTICA ITB BERLIN 2018/ AMALLUNA/ GOUIO/ 10 RAZONES PARA VISITAR QUITO. De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas	48,51%
								Natalia Ponce	Manejo de Twitter institucional. Crecimiento seguidores mensuales	60	65	29,70%	761,00	226,00	100,00%	4.538 SEGUIDORES FEBRERO 4.603 SEGUIDORES MARZO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas	
								Natalia Ponce	Tasa de interacción	1,50%	2,20%	37,22%	18,00%	6,70%	100,00%		
								Natalia Ponce	Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de seguidores	140	206	38,83%	1.952,00	758,00	100,00%	120.293 SEGUIDORES FEBRERO 120.499 SEGUIDORES MARZO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas	
								Natalia Ponce	Tasa de interacción	1,50%	1,70%	29,44%	18,00%	5,30%	100,00%		

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

PROGRAMA QT: COMUNICACIÓN										CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL					
COMUNICACIÓN													MAR	MARZO						
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	MAR	Meta mensual	Avance Mensual				33,92%			ENE-MAR	95%			
				Incremento de followers y visitas a la web	Difusión de imagen institucional y objetivos empresariales en redes	Natalia Ponce	Manejo de Twitter Promocional Inglés. Crecimiento de 30 seguidores organicos mensuales	10	-	0,00%	120,00	-	0,00%	(-68 SEGUIDORES) 10.196 SEGUIDORES FEBRERO 10.128 SEGUIDORES MARZO						
						Natalia Ponce	Tasa de interacción	1,00%	1,20%	26,67%	12,00%	3,20%	100,00%							
						Natalia Ponce	Manejo de Facebook Promocional Inglés	10	10,00	91,78%	1.217,00	1.117,00	100,00%	SE INCREMENTO 185 SEGUIDORES 5.040 SEGUIDORES FEBREO 5.225 SEGUIDORES MARZO <i>No acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales</i>						
						Natalia Ponce	Engagement	4,00%	11,15%	39,90%	48,00%	19,15%	100,00%							
						Natalia Ponce	Manejo de Facebook Promocional Español	500	992	39,63%	6.000,00	2.378,00	100,00%	128.837 SEGUIDORES FEBRERO 129.829 SEGUIDORES MARZO						
						Natalia Ponce	Engagement	2,00%	28,59%	119,62%	42,21%	50,49%	100,00%							
						Natalia Ponce	Manejo orgánico Instagram	600	655	31,93%	7.616,00	2.432,00	100,00%	40.600 SEGUIDORES FEBRERO 41.255 SEGUIDORES MARZO						
						Natalia Ponce	Youtube, publicación de videos	-	-	75,00%	4,00	3,00		6 VIDEOS VIDEOS FLORECIMIENTO DE LA FANESCA/ ENTREVISTAS GERENTE GENERAL VERÓNICA SEVILLA						
						Christian Toapanta	Artes promocionales	30	30	53,04%	575,00	305,00	100,00%	TOTAL 70: DISTINTIVO Q REDES SOCIALES EDICIÓN DE VIDEOS						
					Nueva plataforma digital	Director de Comunicación				100,00%	1,00	1,00								
				MEDIA VALUE NACIONAL										-		-			-	
																-	-			-
				MEDIA VALUE INTERNACIONAL												-	-			-
																-	-			-
				GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	GASTOS COMUNES	GASTOS COMUNES	Director de Comunicación								-	-			
				Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN									-	-			

Responsable: Director de Comunicación
SANTIAGO SAA