

METAS INTERMEDIAS 2018
PLAN OPERATIVO ANUAL - QUITO TURISMO



PROGRAMA QT:

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	47,89%	100,00%	ENE-MAY		84%		
COMUNICACIÓN 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 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	20	140,81%		838,00	1.180,00	100,00%	Free press de 333 notas entre prensa, televisión, radio, revistas y medios digitales.	
						Alejandra Arias	Pautaje en medios especializados	2	1,00	5,56%	18,00	1,00	50,00%	Pautaje en revista This is Ecuador		
						Natalia Ponce	Publicaciones en redes sociales (@EPMQuitoTurismo)	20	20	78,71%	310,00	244,00	100,00%	74 PUBLICACIONES Durante el mes de mayo se promocionaron eventos y acciones realizadas por Quito Turismo para promocionar la ciudad: Acance Centro de Convenciones, Quito Tour Bus, Amakuna Cirque Du Soleil, Actividades para el fin de semana, Firma convenio CEN, Festival Gastronómico Sal		
				Informes de clipping	Medición de impactos en medios	Alejandra Arias	Informes de clipping noticioso	2	2	40,91%	22,00	9,00	100,00%	Informes de clipping con temas: Quito Turismo, Quito Turístico, Verónica Sevilla. Adicional el informe del mercado europeo: España, Alemania y Reino Unido		
				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	1,00	28,57%	7,00	2,00	100,00%	Capacitación virtual Ética emitida por Municipio del Distrito Metropolitano de Quito(Ana Carrera)		
				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				25,00%	4,00	1,00				
						Alejandra Arias	Generación de Boletines	4	7	63,46%	52,00	33,00	100,00%	Video promocional de Quito, gana premio en el festival internacional de cine y turismo Terres en España; Quito dentro de los diez destinos de lujo para turistas chinos; Quito abre las puertas al Centro Ecuatoriano Norteamericano en 2018; Sal Quiteña, vive una		
						Alejandra Arias	Envío de Newsletter a bases NACIONAL	1	1,00	50,00%	10,00	5,00	100,00%	Video promocional de Quito, gana premio en el festival internacional de cine y turismo Terres en España; Quito dentro de los diez destinos de lujo para turistas chinos; Quito abre las puertas al Centro Ecuatoriano Norteamericano en 2018; Sal Quiteña, vive una experiencia llena de sabores; Quito Turismo invita al sector turístico a su programa de capacitación; Sal quiteña (actualización de datos); Socialización de nuevas rutas del Distrito Metropolitano a tour operadores locales.		
				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	2,00	26,32%	19,00	5,00	100,00%	28 FREE PRESS Free press de marzo (9) y free press de abril (19).		
						Alejandra Arias	Entrevista con un medio internacional	1	8	250,00%	4,00	10,00	100,00%	Entrevistas realizadas en el mes de abril: GRUPO EXCELENCIAS; 2 two Media; LATAM-Smarvel; FWV; THOMAS COOK GROUP; ICJ Mice Magazine; WORLD HERITAGE; Apl MEDIA		
						Alejandra Arias	Newsletter Internacional	1	1,00	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Temas: Día Mundial del Patrimonio; Quito se reinventa con una nueva plataforma turística digital; Quito nominada por sexta vez como destino líder de Sudamérica; LATIN Americanas; Chuslaya; Instituto Ecuatoriano de las Calles-VIDE		
				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	247	69,67%	1.375,00	958,00	100,00%
		Natalia Ponce	Manejo de Twitter institucional. Crecimiento seguidores mensuales						60	50	42,31%	761,00	322,00	83,33%	INCREMENTO 50 SEGUIDORES 4.649 SEGUIDORES ABRIL 4.699 SEGUIDORES MAYO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas	
		Natalia Ponce	Tasa de interacción						1,50%	1,00%	46,67%	18,00%	8,40%	66,67%		
		Natalia Ponce	Manejo de Twitter Promocional Español. Crecimiento de seguidores						140	80	57,43%	1.952,00	1.121,00	57,14%	INCREMENTO 80 SEGUIDORES 120.782 SEGUIDORES ABRIL 120.862 SEGUIDORES MAYO De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas mensuales aprobadas	
		Natalia Ponce	Tasa de interacción						1,50%	0,70%	37,22%	18,00%	6,70%	46,67%		



PROGRAMA QT:

COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN

										CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL		Meta numérica Anual 2018	Meta CUMPLIDA anual 2018	MENSUAL	OBSERVACIONES 2018	% TECNICO ACTIVIDAD QT ANUAL			
										PERIODO ENE-DIC	PERIODO ENE-MAY			MAY	MAYO				
PROGRAMA QT	objetivos internos de los programas QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT	PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO	Responsable		MAY	Meta mensual	Avance Mensual	47,89%	100,00%	ENE-MAY	84%					
				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	85,00	-70,83%		120,00	(85,00)			0,00%	- 85 SEGUIDORES 10.055 SEGUIDORES ABRIL 9.970 SEGUIDORES MAYO LOS SEGUIDORES DE ESTA RED SON INORGANICOS	
						Natalia Ponce		Tasa de interacción	1,00%	0,40%	34,17%		12,00%	4,10%	40,00%				
						Natalia Ponce		Manejo de Facebook Promocional Inglés	10	10,00	98,03%		1.217,00	1.193,00	100,00%	INCREMENTO DE 64 SEGUIDORES 5.291 SEGUIDORES ABRIL 5.355 SEGUIDORES MAYO <i>De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas</i>			
						Natalia Ponce		Engagement	4,00%	9,55%	79,94%		48,00%	38,37%	100,00%				
						Natalia Ponce		Manejo de Facebook Promocional Español	500	421	52,22%		6.000,00	3.133,00	84,20%	INCREMENTO DE 421 SEGUIDORES 130.163 SEGUIDORES ABRIL 130.584 SEGUIDORES MAYO <i>De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas</i>			
						Natalia Ponce		Engagement	2,00%	6,46%	179,67%		42,21%	75,84%	100,00%				
						Natalia Ponce		Manejo orgánico Instagram	600	715	51,22%		7.616,00	3.901,00	100,00%	INCREMENTO DE 715 SEGUIDORES 42.009 SEGUIDORES ABRIL 42.814 SEGUIDORES ABRIL <i>De acuerdo a línea base de inicio de año incluido metas</i>			
						Natalia Ponce		Youtube, publicación de videos			75,00%		4,00	3,00					
						Christian Toapanta		Artes promocionales	30	30	63,48%		575,00	365,00	100,00%	Sal Quileña: 17 artes WTA: 5 artes Ela: 6 artes Artes Redes Sociales: 10			
					Nueva plataforma digital	Director de Comunicación				100,00%		1,00	1,00						
					MEDIA VALUE NACIONAL							NACIONAL MEDIA VALUE NOTICIOSO		7.588.561,95		-	7.588.561,95		Valor correspondiente a mayo
												NACIONAL MEDIA VALUE PUBLICITARIO		2.529.520,65		-	2.529.520,65		Valor correspondiente a mayo
					MEDIA VALUE INTERNACIONAL							INTERNACIONAL MEDIA VALUE NOTICIOSO		136.038,75		-	136.038,75		Valor correspondiente a abril
												INTERNACIONAL MEDIA VALUE PUBLICITARIO				-	-		
					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