

INFORME DE SEGUIMIENTO Y RESULTADOS DE ACTIVIDADES POA 2024 – JUNIO DE 2024**1. Antecedentes**

La dirección de Comunicación tiene como objetivo: plantear y ejecutar estrategias junto con acciones comunicacionales que permitan difundir la gestión de la empresa y posicionar a la ciudad de Quito como destino. La información debe presentarse de forma eficaz, transparente y entendible sobre la gestión institucional de Quito Turismo, mediante acciones comunicacionales específicas.

2. Principales Actividades**JUNIO**

- Seguimiento de los contratos para obtener los servicios de agencias de publicidad y monitoreo.
- Elaboración y difusión de boletines de prensa sobre las actividades que desarrolla la Empresa Pública Quito Turismo.
- Elaboración y difusión de posteos en las tres plataformas de redes sociales institucionales sobre las actividades que desarrolla la Empresa Pública Quito Turismo.
- Elaboración y difusión de videos sobre las actividades que desarrolla la Empresa Pública Quito Turismo.
- Coordinación, elaboración y difusión del video noticioso semanal Quito-Pro sobre las actividades que desarrolla el sector productivo del Municipio de Quito.
- Programa radial semanal 'Tu historia comienza en Quito', en Radio Municipal FM.
- Elaboración y difusión de fotografías, artes y comunicados sobre las actividades que desarrolla la Empresa Pública Quito Turismo.
- Coberturas periodísticas en el lugar del evento, en el que está vinculada la empresa pública Quito Turismo.
- Coordinación con las otras direcciones de la empresa para la elaboración de insumos informativos que deben ser difundidos por los distintos canales institucionales.
- Coordinación y cumplimiento de las disposiciones de la entidad rectora de comunicación del Municipio, SECOM.
- Difusión de la campaña comunicacional denominada "Verano en Quito" que, en una primera fase, se desarrolló del 21 al 25 de junio.
- Difusión de la campaña comunicacional Quito mi Destino, exclusivamente en redes sociales.
- Monitoreo de medios, con el servicio de la empresa contratada para esta actividad.
- Cobertura comunicacional de la caravana turística "La Noche Quiteña", realizada en Manta, Guayaquil y Cuenca.
- Coordinación con los delegados en la participación de Quito Turismo en los encuentros internacionales Road Show LATAM 2024 (Chile, Perú, Brasil) y Lata Expo 2024 (Gran Bretaña), para realizar insumos informativos (boletines y posteos en redes sociales) para promocionar a la capital como destino turístico.

3. Logros / resultados a la fecha

Desde marzo están en marcha los contratos de Servicio de Publicidad (pautaje) y de monitoreo de medios, lo cual nos brinda mejores resultados en nuestros canales de difusión, esencialmente redes sociales.

La Dirección de Comunicación, de acuerdo con el Plan Operativo Anual 2024, tiene dos contrataciones: servicio de monitoreo de medios de comunicación, adjudicado el 12 de marzo

de 2024 por un monto de USD 3.240 (tres mil doscientos cuarenta con 00/100 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica); y agencia de publicidad, adjudicado el 22 de marzo de 2024 por un monto de USD 39.662 (Treinta y nueve mil seiscientos sesenta y dos 00/100 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica).

La cuarta campaña responde a la difusión en redes sociales y radios FM de la campaña de difusión denominada “Verano en Quito”, cuyos resultados o alcances en redes sociales se los determinará en agosto, cuando se cumpla la cuarta y última fase de esta campaña, que tiene el siguiente cronograma de cuatro periodos:

- 21 al 25 de junio
- 5 al 11 de julio
- 26 julio al 1 agosto
- 16 al 22 de agosto
- Elaboración y difusión de contenidos noticiosos – inspiracionales sobre atractivos y experiencias turísticas en la ciudad:
 - **Boletines de junio:**
 1. Quito se ubica en el Top 10 de destinos sudamericanos
 2. Quito Turismo impulsa la promoción internacional con acciones conjuntas con tour operadores y hoteleros
 3. Quito Turismo impulsa la profesionalización de la industria a través de un Plan de capacitación
 4. Quito también es ideal para el turismo de aventura
 5. La ‘Noche Quiteña’ alista su caravana rumbo a Manta, Guayaquil y Cuenca
 6. Quito presentará su oferta turística en Reino Unido
 7. ‘La ciudad más linda del mundo’ promociona su capacidad de acoger encuentros internacionales en Fiexpo
 8. ¿Qué acciones emprende el Municipio de Quito para la reactivación económica?
 9. Quito promocionará su oferta turística en Chile, Brasil y Perú
 10. El Verano de las Artes también se vive con ‘Fuego y sabor’ sobre la parrilla
 11. Quito Turismo presentó su oferta de turismo de reuniones en Guayaquil
 12. Quito está nuevamente en la palestra turística sudamericana
 13. Quito: camino a convertirse en destino turístico inteligente
 - Mayo: difusión de 13 boletines institucionales y de promoción de destino.
 - Número de notas realizadas en medios de comunicación: 391 notas en radio, televisión y prensa (incluye medios digitales). De ellas, 275 de calificación neutral, 99 positivas y 17 negativas, con un Media Value Noticioso (valor comercial) por USD 630.581,19 y Free Press de USD 1’891.743,57.
 - Varias notas periodísticas responden a la reactivación turística del Centro Histórico, el turismo en la ruralidad, y el festival gastronómico y musical en el Parque Bicentenario.

Difusión de contenidos informativos, atractivos y experiencias turísticas en la ciudad en redes sociales

MES	FACEBOOK				
	POSTEOS	VISITAS	ALCANCE	INTERACCIONES	NUEVOS SEGUIDORES
DATO2023	1.610	63.039	2'405.129	71.694	3.391
ENERO	166	5.829	130.964	4.401	44
FEBRERO	111	6.389	162.600	5.001	47
MARZO	187	10.605	911.050	138.650	141
ABRIL	136	4.956	394.874	10.762	33
MAYO	253	6.136	1'246.655	12.640	0
JUNIO	155	8.176	1'023.214	22.114	0

MES	X (Antes Twitter)				
	POSTS	IMPRESIONES	INTER ACCIONES	MENCIONES	NUEVOS SEGUIDORES
DATO 2023	3.880	890.937	38.999	4.366	37.272
ENERO	233	2.982	2.270 *	224	160
FEBRERO	107	2.061	2.061	99	120
MARZO	150	879.600	2.340	718	358
ABRIL	57	32.600	910	309	359
MAYO	198	758.400	24.500	1.896	200
JUNIO	112	48.900	11.823	-	196

- Cabe indicar que las métricas de X (Twitter) ya no es posible visualizarlas en Metricool, pues solicitan adherirse al modo Premium que tiene un costo económico. Asimismo, en la plataforma propia de X, las estadísticas no permiten visualizar las métricas que tuvieron el servicio de pauta, lo cual aumenta considerablemente los resultados.

MES	INSTAGRAM			
	PUBLICACIONES	INTERACCIONES	ALCANCE	NUEVOS SEGUIDORES
DATO 2023	1.136	14.394	54.655	1.774

ENERO	62	1.473	1.319	194
FEBRERO	63	2.052	808	106
MARZO	163	3.096 *	318.855	188
ABRIL	61	937	135.030	309
MAYO	201	1.536	795.199	126
JUNIO	120	2.012	545.202	236

* Solo de campaña pautaada: **4.885**

14. Impacto en la ciudadanía

Las acciones planificadas para el 2024 dentro de la Dirección serán de alcance nacional e implementará los impactos necesarios para poder cumplir con la expectativa y alcance ejecutado en 2023. Los contratos externos permiten llevar a cabo las acciones planificadas dentro de los objetivos de la Dirección.

15. Conclusiones y recomendaciones

Quito está posicionado como destino en los medios de comunicación y es una fuente constante de noticias positivas. La gestión informativa de Quito Turismo ha posicionado a la ciudad a nivel local e internacional, como destino ideal para turismo leisure y MICE.

La mayor recomendación es adquirir nuevo equipamiento técnico para el área de Comunicación, esencialmente dos computadores Mac para edición de video y diseño gráfico.

16. Anexos

La difusión de los boletines de prensa y de los posteos de redes sociales se encuentran en los siguientes enlaces web:

Boletines: <https://www.quito-turismo.gob.ec/news-category/noticias/>

X, antes Twitter: <https://twitter.com/EPMQuitoTurismo/media>

Facebook: <https://www.facebook.com/QuitoTurismoEC>

Instagram: <https://www.instagram.com/quitoturismoec/>

Responsable:

Robertson Vinuesa P.

Jefe de Comunicación