

**INFORME DE SEGUIMIENTO Y RESULTADOS DE ACTIVIDADES POA 2024 – AGOSTO 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. INDICADORES - AGOSTO**

**2.1 Número de análisis del impacto de las noticias y publicaciones gratuitas de Quito Turismo en medios nacionales.**

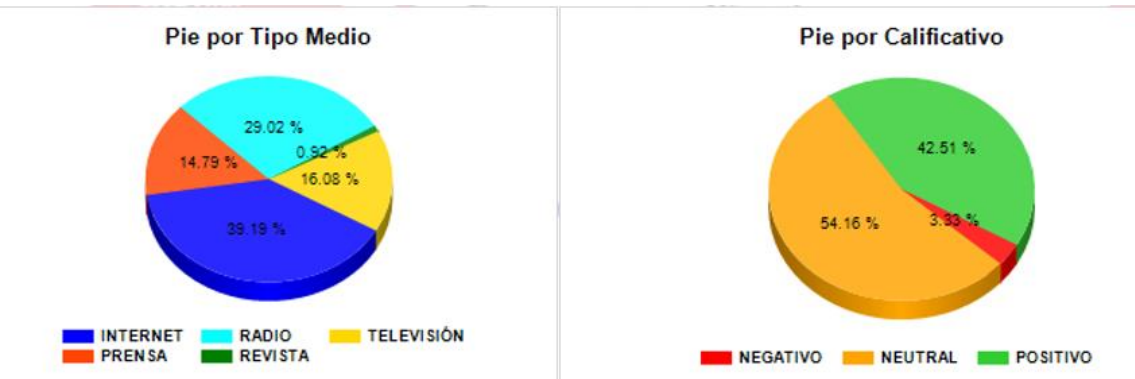
Desde el 12 de marzo contamos con el servicio de Monitoreo de Medios, el cual nos brinda un informe de media valium de impacto mensual, con notas publicadas en medios escritos, radiales y televisivos, las cuales promocionan el destino Quito y su diversa oferta.

La Dirección de Comunicación, de acuerdo con el Plan Operativo Anual 2024, tiene la contratación del 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).

Número de notas realizadas en medios de comunicación: 541 notas en radio, televisión y prensa (incluye medios digitales). De ellas, 293 de calificación neutral, 230 positivas y 18 negativas, con un Media Value Noticioso (valor comercial) por USD 968.745,34 y Free Press de USD 2'906.236,02.

Período: 01/08/2024 al 31/08/2024

| TIPO MEDIO | NEGATIVO |                 |            | NEUTRAL |                 |              | POSITIVO |                 |              | Total |                 |              |
|------------|----------|-----------------|------------|---------|-----------------|--------------|----------|-----------------|--------------|-------|-----------------|--------------|
|            | NOTAS    | VALOR COMERCIAL | FREE PRESS | NOTAS   | VALOR COMERCIAL | FREE PRESS   | NOTAS    | VALOR COMERCIAL | FREE PRESS   | NOTAS | VALOR COMERCIAL | FREE PRESS   |
| INTERNET   | 10       | \$10640,40      | \$31921,20 | 105     | \$41746,36      | \$125239,08  | 97       | \$62363,34      | \$187090,02  | 212   | \$114750,10     | \$344250,30  |
| PRENSA     | 0        | \$0,00          | \$0,00     | 49      | \$97633,06      | \$292899,18  | 31       | \$66255,78      | \$198767,34  | 80    | \$163888,84     | \$491666,52  |
| RADIO      | 6        | \$1371,07       | \$4113,21  | 86      | \$71089,37      | \$213268,11  | 65       | \$47206,55      | \$141619,65  | 157   | \$119666,99     | \$359000,97  |
| REVISTA    | 0        | \$0,00          | \$0,00     | 3       | \$14841,12      | \$44523,36   | 2        | \$4817,97       | \$14453,91   | 5     | \$19659,09      | \$58977,27   |
| TELEVISIÓN | 2        | \$15980,77      | \$47942,31 | 50      | \$304367,99     | \$913103,97  | 35       | \$230431,56     | \$691294,68  | 87    | \$550780,32     | \$1652340,96 |
| Total      | 18       | \$27992,24      | \$83976,72 | 293     | \$529677,90     | \$1589033,70 | 230      | \$411075,20     | \$1233225,60 | 541   | \$968745,34     | \$2906236,02 |



El informe mensual con todas las notas está en poder del equipo de Comunicación de Quito Turismo.

## 2.2 Número de acciones comunicacionales específicas, sobre la gestión institucional de Quito Turismo, a nivel nacional e internacional: Implementar 8 acciones comunicacionales específicas, sobre la gestión institucional de Quito Turismo en 2024.

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.

Las 8 acciones comunicacionales específicas que implementaremos desde la Dirección refieren a 8 campañas comunicacionales de difusión en distintos periodos o temporadas del año para dar a conocer de forma eficaz la gestión institucional de Quito Turismo, a nivel nacional e internacional.

Al finalizar agosto, la meta cumplida responde a la realización de 5 de las 8 acciones, respaldadas externamente por un trabajo publicitario que facilita la difusión de los mensajes que quiere posicionar la Empresa Pública Quito Turismo a través de los distintos canales de transmisión como medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, televisión), además de las nuevas tendencias (plataformas, medios de comunicación digitales y redes sociales).

En ese sentido, cabe resaltar que las redes sociales están a la vanguardia en la difusión de mensajes de posicionamiento de la gestión de las entidades. Y en el caso de Quito Turismo, el trabajo realizado en redes sociales se enfoca en tres plataformas: X, antes Twitter; Facebook e Instagram.

Sin embargo, esa labor impulsada desde la Dirección tiene el aditamento del trabajo diario efectuado por el equipo de comunicación, para fortalecer las acciones comunicacionales específicas en mención y que las mencionaremos a continuación, pero solo las principales que sean referenciales a las acciones de comunicación específicas.

La quinta campaña responde a la difusión en redes sociales, radios FM y programas digitales de la campaña de difusión denominada "Mapping", cuyos resultados o alcances en redes sociales son los siguientes:

### ALCANCE INTERACCIONES MAPPING

| RED SOCIAL   | ALCANCES       | IMPRESIONES    | INTERACCIONES |
|--------------|----------------|----------------|---------------|
| FACEBOOK     | 474914         | 479193         | 10181         |
| INSTAGRAM    | 322475         | 323897         | 4166          |
| X (TWITTER)  | 326173         | 326173         | 537           |
| <b>TOTAL</b> | <b>1123562</b> | <b>1129263</b> | <b>14884</b>  |

IMÁGENES ESTÁTICAS PAUTADAS 8  
VIDEOS PAUTADOS 1

**ALCANCE 1.123.562**  
**IMPRESIONES 1.129.263**  
**INTERACCIÓN 14.884**

Desde marzo está en marcha el contrato de Servicio de Publicidad (pautaje), lo cual brinda mejores resultados en nuestros canales de difusión, esencialmente redes sociales.

La Dirección de Comunicación, de acuerdo con el Plan Operativo Anual 2024, tiene la contratación de una 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).

### **2.3 Número de publicaciones generadas desde Quito Turismo:**

- Elaboración y difusión de contenidos noticiosos – inspiracionales sobre atractivos y experiencias turísticas en la ciudad:

#### ➤ Boletines de agosto:

1. El arte, el turismo y la reactivación económica son el centro del Festival Quito Luz de América
2. El Festival Quito Luz de América brindará su espectáculo en siete puntos del centro histórico
3. El Festival de mapping rendirá tributo a ‘Quito Luz de América’, dice el alcalde Pabel Muñoz
4. Alcaldes de mancomunidades de Honduras visitan Quito para abordar temas relacionados al turismo
5. Lo que debe saber si asiste al Festival Quito Luz de América
6. ‘Quito, Luz de América’ albergó a 50 mil personas que disfrutaron de las luces y colores del festival
7. 160 huecas brindarán sus mejores sabores en el Bicentenario
8. Festivales de mapping y huecas impulsa Quito Turismo para el feriado
9. Los dos primeros días del Festival ‘Quito, Luz de América’ recibieron a 150 mil personas
10. Cerca de USD 1,9 millones generaron las ventas en las tres noches del Festival ‘Quito, Luz de América’
11. Cerca de 270 mil personas asistieron en los tres días del Festival ‘Quito, Luz de América’
12. El arte de la capital ecuatoriana viajó a Ciudad del Vaticano
13. Quito acoge la edición 53 del Congreso Eucarístico Internacional
14. 40 mil comensales llegaron al Hueca Fest
15. 88 mil personas arribaron durante el feriado por el 10 de Agosto
16. Quito se convierte en referente del turismo religioso en América del Sur
17. Quito impulsa el turismo con estrategias innovadoras y mayor inversión en seguridad
18. Periodistas disfrutaron una experiencia turística urbana

- Agosto: difusión de 18 boletines institucionales y de promoción de destino.

### **2.4 Número de programas radiales**

El programa radial tu historia comienza en Quito tuvo 4 programas durante agosto de 2024. El programa se transmite en vivo cada viernes a las 14:00.

### **2.5 Número de Plan de comunicación interna**

El Plan de Comunicación Interna está elaborado y su versión digital está en la carpeta Pública.

## 2.6 Número de Plan estratégico de comunicación

El Plan de Comunicación Estratégica está elaborado y su versión digital está en la carpeta Pública.

## 2.7 Número de fichas técnicas de avanzada para los eventos de Quito Turismo

Durante agosto de 2024 se elaboraron 2 fichas técnicas para evento festival Quito Luz de América (mapping), que están en la carpeta pública.

### 3. Principales Actividades

- Seguimiento de los contratos para obtener los servicios de agencias de publicidad y monitoreo.
- Seguimiento del precontractual para adquirir material promocional.
- Elaboración y difusión de boletines de prensa sobre las actividades que desarrolla la Empresa Pública Quito Turismo.
- Elaboración y difusión de boletines de prensa inspiracionales sobre el impulso que da la Empresa Pública Quito Turismo al turismo local, con el objetivo de traducir los boletines a otros idiomas y difundirlos internacionalmente.
- 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 diversos 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 su tercera fase, se desarrolló del 26 de julio al 1 de agosto; y en su cuarta y última fase del 16 al 22 de agosto.
- Monitoreo de medios, con el servicio de la empresa contratada para esta actividad.

### 4. Difusión de contenidos informativos 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   |
| JULIO  | 188 | 8.179  | 1'893.084 | 14.651 | 0   |
| AGOSTO | 249 | 10.633 | 1'269.318 | 18.550 | 106 |

| 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               |
| JULIO     | 103               | 39.100      | 9.840          | -         | 235               |
| AGOSTO    | 99                | 45.000      | 8.357          | -         | 240               |

- 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.
- La campaña de difusión en redes sociales (X, Facebook e Instagram) denominada 'Mapping', para promocionar el evento Quito Luz de América, que se realizó en el Centro Histórico, en el marco del feriado del 10 de Agosto con pauta de publicidad, permitió obtener cifras significativamente altas y que implicó una retroalimentación positiva para el sector turístico de Quito.
- Alcance en redes sociales solamente con la campaña 'Mapping': 479.193 impresiones en Facebook; 323.897 impresiones en Instagram y 326.173 en X. TOTAL: 1'129.263 impresiones en las 3 redes sociales.
- Además, la campaña de difusión se extendió a tres emisoras radiales, Francisco Stereo, FM Mundo y FB Radio; y un programa de noticias y entrevistas en YouTube: Primera Plana.

| 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               |
| JULIO     | 131           | 1.808         | 1'195.408 | 232               |
| AGOSTO    | 155           | 3.585         | 555.786   | 444               |

\* Solo de campaña pautaada: **4.885**

## 5. 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.

## 6. 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.

7. **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/>

Elaborado por:

**Robertson Vinuesa, jefe de Comunicación**

Revisado por:

**Fabricio Cevallos, director de Comunicación**

Aprobado por:

**Óscar López, gerente técnico**