

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

						ABR	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable								ABR	
											39%	75%		
Comunicación	GESTION COMUNICACIONAL (AUTOSUSTENTABLE)	Folletería impresa (Ej. Mapas, guías)	Impresión de 10 a 12 productos de difusión y promoción de la ciudad (Español e Inglés)	definir el concepto, producirContenidos, Diseño	Francisco Veintimilla	Se imprimen materiales turísticos	5,00	-	24,15%	0,00%	10,00	-	0,00%	A la espera de asignación presupuestos
				Publicación de materiales impresos		Se pobla la herramienta		-		0,00%	1,00	-	Revisión de meta	
				Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e		Productos diseñados	5,00	5,00		14,00%	50,00	7,00	100,00%	Quito en Cifras, Brando Aeropuerto,, Presentación Desayuno Emprearial, Imagen UNESCO, NATGEO
				Diseño						100,00%	1,00	1,00	No se ha requerido	
		Storyteling	2 mensuales	Contrata los narradores		Productos entregados	2,00	-		0,00%	6,00	-	0,00%	
		Videos	1 video y 6 clips temáticos productos de Desarrollo, Inversiones	pre, produccción y post Contratación	Carla Martínez					0,00%	1,00	-		A la espera de presupuesto
		Fotos promocionales	Desarrollo de Software para administración de fotos	Contratar licencias	Francisco Veintimilla					100,00%	1,00	1,00		
		Fotos promocionales	100 fotografías	definir temáticas, pre, producción y post.						0,00%	50,00	-		
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Textos traducidos a Inglés, Alemán o Portugués.	Definir contenidos a traducir.						0,00%	2,00	-	Inicia el contrato Servicio: traducción de textos a idioma alemán	
		Guía Multimedia de Quito		Diseño, Contenidos, Programación						0,00%	1,00	-	Orden de servicio: 173-IC	
		Manual de Estilo para contenidos		Definir la línea editorial web y RS				100,00%		1,00	1,00			
		Producción editorial: textos o conceptos	12 paquetes de contenidos para diferentes publicaciones.	Creación de textos editoriales, periodísticos sobre Quito.	Ramiro Garrido					0,00%	1,00	-		
		Manual de Imagen-gráfica institucional y promocional del destino		Aplicación y difusión de usos de la marca	Francisco Veintimilla					0,00%	1,00	-		
		ECOSISTEMA DIGITAL	Optimización de la web (autosustetable)	Incremento de alcance e interactividad	Posicionamiento web en buscadores	Erick Játiva					50,92%	0,00%	1,00	-
	Implementación técnica de nuevos idiomas								0,00%	2,00		-		jun-15
	Optimización y renovación licencias App								0,00%	2,00		-		nov-15
	Renovar hosting análisis d e webs								0,00%	1,00		-		nov-15
	Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas (googlengine,									-		-		
	Blogs turísticos (interno y Externo)								200,00%	1,00		2,00		Se actualiza una vez cada semana

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
										39%	75%	ABR	ABRIL	
		Creación y/o rediseño de sitios web	Proporcionar nuevas plataformas a esos productos de la empresa	Definición de estructura y contenidos. (Blog, guía multimedia, CCEE, El Quinde, Inversiones)		Actualización web	1,00	1,00		33,33%	12,00	4,00	100,00%	Press Room Web promocional : Inversiones Quito, Nueva web institucional
		Posicionamiento de las RS	Alcance e interactividad en RS Linea base Facebook: 74,836 Meta 2015: Linea base Twitter: 54,300 Meta 2015:	Pauta temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar. Medición de RS por seguidores e interactividad	Erick Játiva					100,00%	1,00	1,00		Se ha crecido en FB, tema Semana Santa
					Gabriela Aguirre	fans en Red Social FaceBook	1.000,00	1.720,00		91,81%	88.836,00	81.556,00	100,00%	Se ha crecido en TW , tema Semana Santa
					Gabriela Aguirre	Seguidores en red Social Twitter	1.500,00	1.586,00		84,02%	73.300,00	61.586,00	100,00%	
		Estudio de integración del Sistema de Información Turística ON LINE y OFF LINE	Producir noticias del quehacer de la empresa QT en el Desarrollo, Promoción, Calidad, Comercial.	Definir temáticas, desarrollar boletines, enviar a los medios y gestionarlos,	Isabel Oñate					100,00%	1,00	1,00		
	RELACIONES PÚBLICAS Y FREE PRESS	Información para los medios de Comunicación, proveer insumos (fotos, videos, cifras), realizar visitas, acompañamientos a los medios en eventos/temas especializados ,	Alcance a través de free press por número de publicaciones y boletines en los medios locales y nacionales.	Contratar el servicio de clipping		Noticias en los medios	100,00	218,00	54,75%	52,33%	1.200,00	628,00	100,00%	218 noticias publicadas en los medios de manera free press por 1700.000 dolares en media value noticioso, se han producido 15 boletines informativos.
					Isabel Oñate	Media Value ABRIL	-			no se usa como meta	no se usa como meta	3.141.892,00		
				Enviar souvenirs						100,00%	1,00	1,00		
				Enviar material periódico a los medios		Adelanto: Envío el material		1,00		66,67%	3,00	2,00		15 boletines enviados durante el mes de abril
		Plan de Crisis								0,00%	1,00	-		
	PUBLICIDAD ON LINE y OFF LINE	Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y sobre programas estratégicos de la empresa: Agenda de Comunicación Interna	Difundir temas estratégicos para el mejoramiento del destino	Contratar una agencia de medios	Ramiro Garrido	Se contratan 4 medios para difusión del destino	4,00	1,00	48,15%	44,44%	9,00	4,00		Se pauta en Revista A bordo de TAME 1 arte publicitario
					Isabel Oñate					100,00%	1,00	1,00		
		Vocerías	Identificar y Capacitar en manejo de vocerías		Isabel Oñate					0,00%	1,00	-		

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

Comunicación 2015 						IV A DE PRESUPUESTO								
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	ABR	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
													ABR	
													39%	
		Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y temas relacionados a la agenda local del destino según temporadas	Difundir los temas estratégicos relacionados al destino para disfrute de quiteños		Ramiro Garrido						-	-		A la espera de Presupuesto
	SENSIBILIZACIÓN AL CIUDADANO DEL DMQ PARA COMPRENSIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA	Campaña local de sensibilización turística y orgullo quiteño.	Acciones en campaña de valores y convivencia ciudadana para que la ciudad cuenta con quiteños más comprometidos.	Contratar una agencia Coordinar con SECOM	Carla Martínez				0,00%	0,00%	2,00	-		Se lo realiza en MAYO por 184.500
	COMUNICACIÓN INTERNA	Plan de comunicación interna		Definir contenidos, estategias, ejes de ttabajo	Francisco Veintimilla				0,00%	0,00%	1,00	-		
	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		Pago de IVA	1,00	1,00	33,33%	33,33%	12,00	4,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto