

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

						DETALLE DE EJECUCIÓN								
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	JUL	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
													JUL	
										55%			79%	JULIO
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 Publicación de materiales impresos	Francisco Veintimilla				40,10%	0,00%	10,00	-		A la espera de asignación presupuestos
				Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e iconografía				0,00%		1,00	-		Actividad paralizada por falta de presupuesto	
				Diseño		Productos diseñados	5,00	10,00		88,00%	50,00	44,00	100,00%	Asumimos la administración, contenidos, rediseño de: 1. Backing feria de aves 2. Infografía para revista NatGeo Traveller 3. 10 Postales Word Travel Awards 4. Meeting XXII CONGRESO LATINOAMERICANO DE ESTUDIANTES DE INGENIERÍA S. S. QUÍMICA EN QUITO 2016 6. Quito en cifras - Edición Julio 2015 7. Cabezo Newsletter (portugués)
				Diseño free lance				100,00%		1,00	1,00			
		Storyteling	2 mensuales	Contrata los narradores		Productos entregados	2,00	2,00		33,33%	6,00	2,00	100,00%	Actualización del blog experimenta Quito: capilla del Hombre y visita a la comunidad de Yunguilla; Se revisará la actividad ya que se repite con: Creación de textos editoriales, periodísticos sobre Quito
		Videos	1 video y 6 clips temáticos productos de Desarrollo, Inversiones	pre, producccón y post Contratación	Carla Martínez	A la espera de presupuesto (definir metas)	1,00	-		0,00%	1,00	-	0,00%	No hubo los recursos necesarios por temas de reajuste de presupuesto y pedido de austeridad desde alcaldía.
		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	-		
		Guía Multimedia de Quito		Diseño, Contenidos, Programación		A la espera de presupuesto (definir metas)	1,00	1,00		100,00%	1,00	1,00	100,00%	No hubo los recursos necesarios por temas de reajuste de presupuesto y pedido de austeridad desde alcaldía.
		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				59,64%	0,00%	1,00	-		A la espera de presupuesto
				Implementación técnica de nuevos idiomas						50,00%	2,00	1,00		
				Optimización y renovación licencias App						0,00%	2,00	-		
				Renovar hosting análisis d e webs						0,00%	1,00	-		
				Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas [googlesitelo, google analytics]		A la espera de presupuesto (definir metas)	-	1,00			-	1,00		No hubo los recursos necesarios por temas de reajuste de presupuesto y pedido de austeridad desde alcaldía.
				Blogs turísticos (interno y Externo)									200,00%	1,00

	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		58,33%	12,00	7,00	100,00%	actualizado blog; web de inversiones: conferencia de trusimo de inversiones
	Posicionamiento de las RS	Alcance e interactividad en RS Linea base Facebook: 88.836 Meta 2015: Linea base Twitter: 73.300 Meta 2015:	Pauta temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar.	Erick Játiva					100,00%	1,00	1,00		
			Medición de RS por seguidores e interactividad	Gabriela Aguirre	fans en Red Social FaceBook	1.000,00	1.244,00		103,95%	88.836,00	92.345,00	100,00%	
				Gabriela Aguirre	Seguidores en red Social Twitter	1.500,00	4.116,00		97,68%	73.300,00	71.600,00	100,00%	
	Estudio de Internacionalización de Redes Sociales (RS)		Contratar persona natural o jurídica que realice este estudio de Internacionalización de Redes Sociales (RS)	Carla Martínez	Contratación de estudio de internacionalización de redes sociales (meta incluida)	1,00	1,00		50,00%	2,00	1,00	100,00%	Contrato efectuado, definición de metas
	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	120,00	71,44%	85,75%	1.200,00	1.029,00	100,00%	Lo destacado fue: visita del papa Francisco (datos, ruta, gasto estimado por visitantes, ocupación hotelera); Rutas y actividades de verano; expectativa de la conferencia de inversiones a realizarse en septiembre; VAQ.
			Análisis de media Value NOTICIOSO	Isabel Onate	Media Value acumulado NOTICIOSO JULIO	-	281.355,44		no se usa como meta	No es una meta	3.133.864,58		
			Análisis de media Value PUBLICITARIO		Media Value acumulado PUBLICITARIO		844.066,32		no se usa como meta	No es una meta	6.874.659,30		
			Enviar souvenirs						100,00%	1,00	1,00		
			Enviar material periódico a los medios						100,00%	3,00	3,00		
	Plan de Crisis				A la espera de presupuesto (definir metas)	1,00	-		0,00%	1,00	-	0,00%	A la espera de presupuesto
PUBLICIDAD ON LINE Y OFF LINE	Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y sobre programas estratégicos de la empresa: Calidad, Desarrollo	Difundir temas estratégicos para el mejoramiento del destino	Contratar una agencia de medios	Carla Martínez	Se contratan medios para difusión del destino	1,00	1,00	58,33%	75,00%	8,00	6,00	100,00%	2 páginas de publicidad en el anuario de turismo: "Guía de Oro", de circulación a nivel nacional
	Agenda de Comunicación Interna			Isabel Oñate					100,00%	1,00	1,00		
	Vocerías	Indefatigar y Capacitar en manejo de vocerías		Isabel Oñate	Capacitación	1,00	-		0,00%	1,00	-	0,00%	por definir nueva fecha
	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								-	-		

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	De acuerdo a SI EXISTE PRESUPUESTO	1,00	1,00	100,00%	100,00%	2,00	2,00	100,00%	En paralelo con la visita del papa Francisco, se realizó la campaña "compromiso Quiteño"; spot de video y brandeo en distintos espacios de la ciudad.
COMUNICACIÓN INTERNA	Plan de comunicación interna		Definir contenidos, estrategias, 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	58,33%	58,33%	12,00	7,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto