

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	JUN	Meta mensual	Avance Mensual	CORTE AVANCE METAS ENE-JUN 2015			% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
									Meta PLANIFICADA ene-jun (corte)	Meta cumplida ene-jun (corte)	% de avance corte ene-jun					JUN	
													46%			100%	JUNIO
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				5,00	-	0,00%	28,31%	0,00%	10,00	-		A la espera de asignación presupuestos
				Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e iconografía					1,00	-	0,00%		0,00%	1,00	-		Actividad paralizada por falta de presupuesto
				Diseño			5,00	10,00	20,00	34,00	170,00%		68,00%	50,00	34,00	100,00%	Ceramicatos turismo religioso; aviso - revista xoboroo a publicarse en julio, banner web copa airlines, artes para parque bicentenario - evento papa, salvapantalla obras en plaza chica, postal día del padre, plegable aves de Quito para Bird Fair Inglaterra agosto 2015, imagen para conferencia
				Diseño free lance					1,00	1,00	100,00%		100,00%	1,00	1,00		
		Storyteling	2 mensuales	Contrata los narradores					4,00	-	0,00%		0,00%	6,00	-		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, producción y post Contratación	Carla Martínez				-	-	0,00%		0,00%	1,00	-		
		Fotos promocionales	Desarrollo de Software para administración de fotos	Contratar licencias	Francisco Veintimilla				1,00	1,00	100,00%		100,00%	1,00	1,00		
		Fotos promocionales	100 fotografías	definir temáticas, pre, producción y post.					50,00	-	0,00%		0,00%	50,00	-		
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Textos traducidos a Inglés, Alemán o Portugués.	Definir contenidos a traducir.					2,00	-	0,00%		0,00%	2,00	-		
		Guía Multimedia de Quito		Diseño, Contenidos, Programación					-	-	0,00%		0,00%	1,00	-		
		Manual de Estilo para contenidos		Definir la línea editorial web y RS					1,00	1,00	100,00%		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%		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%		0,00%	1,00	-		
	ECOSISTEMA DIGITAL	Optimización de la web (autosustentable)	Incremento de alcance e interactividad	Posicionamiento web en buscadores	Erick Játiva				1,00	-	0,00%	53,82%	0,00%	1,00	-		A la espera de presupuesto
				Implementación técnica de nuevos idiomas		Implementación técnica de nuevos idiomas	1,00	1,00	2,00	1,00	50,00%		50,00%	2,00	1,00	100,00%	Contenidos de la web promocional al idioma alemán, se subirán actualizaciones en agosto
				Optimización y renovación licencias App					1,00	-	0,00%		0,00%	2,00	-		
				Renovar hosting análisis d e webs					-	-	0,00%		0,00%	1,00	-		
		Blogs turísticos (Interno y Externo)		Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas (googleglengine,					-	-	0,00%			-	-		
									1,00	2,00	200,00%		200,00%	1,00	2,00		
		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, Inv ersiones)		Actualización web	1,00	1,00	6,00	6,00	100,00%		50,00%	12,00	6,00	100,00%	Creación del micro sitio papafrancisco.quito.com.ec
		Posicionamiento de las RS	Alcance e interactividad en RS Linea base Facebook: 88.836	Pausa temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar.	Erick Játiva				1,00	1,00	100,00%		100,00%	1,00	1,00		

RELACIONES PÚBLICAS Y FREE PRESS		Meta 2015: Linea base Twitter: 73,300 Meta 2015:	Medición de RS por seguidores e interactividad	Gabriela Aguirre	Fans en Red Social FaceBook	1.000,00	6.469,00	82.836,00	91.101,00	109,98%		102,55%	88.836,00	91.101,00	100,00%	
				Gabriela Aguirre	Seguidores en red Social Twitter	1.500,00	3.078,00	64.300,00	67.484,00	104,95%		92,07%	73.300,00	67.484,00	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				-	-	0,00%		0,00%	1,00	-		
	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	Definir temáticas, desarrollar boletines, enviar a los medios y gestionarlos,	Isabel Oñate				1,00	1,00	100,00%		100,00%	1,00	1,00		
	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	Isabel Onate	Noticias en los medios	100,00	164,00	600,00	909,00	151,50%	68,94%	75,75%	1.200,00	909,00	100,00%	Reconocimiento internacional del premio Traveler's choice 2015 -Tripadvisor, visita del Papa y turismo en la ciudad, Puntos de seguridad turística. QT marca agenda en los medios (locales, nacionales, públicos, municipales) es fuente abierta, efectiva y permanente de información.
			Análisis de media Value NOTICIOSO		Media Value acumulado NOTICIOSO JUNIO	-	946.100,79	-	2.852.509,14	#DIV/0!		no se usa como meta	No es una meta	2.852.509,14		Temas destacados: Reconocimiento internacional del premio Traveler's choice 2015 de Tripadvisor, visita del Papa Francisco y el turismo en la ciudad, Puntos de seguridad turística. Quito Turismo marca agenda en los medios (locales, nacionales, públicos, municipales) es fuente abierta, efectiva y permanente de información
			Análisis de media Value PUBLICITARIO		Media Value acumulado PUBLICITARIO		315.366,93	-	6.030.592,98	#DIV/0!		no se usa como meta	No es una meta	6.030.592,98		
			Enviar souvenirs					1,00	1,00	100,00%		100,00%	1,00	1,00		
			Enviar material periódico a los medios		Envío el material	1,00	1,00	2,00	3,00	150,00%		100,00%	3,00	3,00	100,00%	20 boletines con información relativa a la coyuntura, preparación del parque bicentenario por visita del papa; regulaciones turísticas para el mismo evento.
	Plan de Crisis							-	-	0,00%		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: Calidad, Desarrollo	Difundir temas estratégicos para el mejoramiento del destino	Contratar una agencia de medios	Carla Martínez				7,00	5,00	71,43%	54,17%	62,50%	8,00	5,00		
	Agenda de Comunicación Interna			Isabel Oñate				1,00	1,00	100,00%		100,00%	1,00	1,00		
	Vocerías	Identificar y Capacitar en manejo de vocerías		Isabel Oñate				-	-	0,00%		0,00%	1,00	-		
	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						-	-	0,00%			-	-		
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				1,00	1,00	100,00%	50,00%	50,00%	2,00	1,00		
COMUNICACIÓN INTERNA	Plan de comunicación interna		Definir contenidos, estrategias, ejes de trabajo	Francisco Veintimilla				1,00	-	0,00%	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	6,00	6,00	100,00%	50,00%	50,00%	12,00	6,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto