

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

QUITO TURISMO						METAS INTERMEDIARIAS				OBSERVACIONES 2015							
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TÉCNICO a productos ANUAL	% TÉCNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015		
													25%	64%		MARZO	
Comunicación	GESTIÓN COMUNICACIONAL (AUTOSUSTENTABLE)	Folletería impresa (R). Mapas, guías	Impresión de 10 a 12 productos de difusión y promoción de la ciudad (Español e inglés)	definir el concepto, producir/Contenidos, Diseño	Francisco Ventimilla				26,00%	21,71%	0,00%	10,00	-		Se definió con comité editorial: Desarrollo, Promoción y Gerencia General los materiales a imprimirse.		
			Publicación de materiales impresos	Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e iconografía		se compra la herramienta GoogleMap	1,00	-		0,00%	2,00	-	0,00%	Se realizará la compra en mayo			
			Diseño	Productos diseñados		5,00	2,00		4,00%	50,00	2,00	40,00%	Se diseña Bidding Book y Quito En Cifras				
			Diseño free lance	Arrastre: Rendición cuentas		-00	1,00		100,00%	1,00	1,00		Evento del 25 de febrero de 2015; realizado in house presupuesto a ser usado en otra contratación				
		Storytelling	2 mensuales	Contrata los narradores	Carla Martinez				0,0%		0,00%	6,00	-				
		Videos	Al menos una producción audiovisual	pre, producción y post Contratación					0,0%		0,00%	1,00	-				
		Fotos promocionales	Desarrollo de Software para administración de fotos	Contratar licencias	Francisco Ventimilla	Compra de software	1,00	1,00	33,33%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Manual de Contenidos para manejo de Redes Sociales.		
				definir temáticas, pre, producción y post.	Francisco Ventimilla	Compra y almacenamiento de fotos	50,00	-		0,00%	135,00	-	0,00%	Se realizará en Abril.			
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Textos traducidos a Inglés, Alemán o Portugués.	Definir contenidos a traducir.	Francisco Ventimilla				0,0%		0,00%	1,00	-		Se realizará en Abril.		
					Francisco Ventimilla						0,00%	1,00	-				
		Guía Multimedia de Quito		Diseño, Contenidos, Programación	Francisco Ventimilla				0,0%		0,00%	1,00	-				
		Manual de Estilo para contenidos		Definir la línea editorial web y RS	Francisco Ventimilla	Manual de Contenidos RS	1,00	1,00	100,0%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Manual de Contenidos para RS		
		Producción editorial: textos o conceptos	Contenidos editoriales, por lo menos 10 al año	Creación de textos editoriales, periodísticos sobre Quito.	Ramiro Garrido				0,0%		0,00%	10,00	-				
		Manual de imagen gráfica institucional y promocional del destino		Aplicación y difusión de usos de la marca	Francisco Ventimilla				0,0%		0,00%	1,00	-				
		ECOSISTEMA DIGITAL	Optimización de la web (autosustentable)	Incremento de alcance e interactividad	Posicionamiento web en buscadores	Erick Idrova	Contratar empresa para SEM	1,00		0,0%	37,88%	0,00%	1,00	-	0,00%	Se realizará en Abril	
	Implementación técnica de nuevos idiomas				La web en alemán		1,00			0,00%	1,00	-	0,00%	Se realizará en Abril			
	Optimización y renovación licencias App						1,00			0,00%	1,00	-	0,00%				
	Renovar hosting análisis d e web									0,00%	1,00	-					
	Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas (googleingine,				Contratar una empresa					0,00%	1,00	-					
	Blog turísticos (interno y Externo)				Erick Idrova	Arrastre: Publicar el blog	-00	2,00	20,0%		20,00%	10,00	2,00		creación del blog experimenta Quito en febrero; en marzo se realizó la actualización con 3 artículos		
	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 Químido, live versiones)		Actualización web	1,00	2,00	25,00%		25,00%	12,00	3,00	100,00%	Se actualiza el Blog que ya fue creado en febrero, se realizan dos entradas. Y actualización marzo: pag. institucional		
	Posicionamiento de las RS		Alcance e interactividad en RS	Pausa temática y promocional en RS	Gabriela Aguirre	Se depuran las cuentas en inglés, español y alemán: @VistaQuito, @VistaQuito, @BuenosQuito	1,00	1,00	90,6%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se depuran las cuentas en inglés, español y alemán: @VistaQuito, @VistaQuito, @BuenosQuito		
				Definir cuentas y depurar.		fans en Red Social Facebook (ene-mar)	5.000,00	5.000,00			89,87%	88.836,00	79.836,00	100,00%	Crecimos 5642 fans en RS facebook; llegando a 79.836		
				Medición de RS por seguidores e interactividad		Seguidores en red Social Twitter (ene-mar)	5.500,00	5.700,00			81,86%	73.300,00	60.000,00	100,00%	Crecimos 5700 seguidores en RS Twitter; llegando a 60.000		
	Estudio de integración del Sistema de Información Turística ON LINE y OFF LINE		Producir noticias del quacacer de la empresa QT en el Desarrollo.	Definir temáticas, desarrollar boletines, enviar a los medios y gestionarlos,	Isabel Ofarte	Identificar recursos	1,00	1,00	100,0%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	se esperan nuevos recursos		
	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	Isabel Ofarte	Noticias en los medios	100,00	310,00	55,8%	41,88%	34,17%	1.200,00	410,00	100,00%	310 noticias gestionadas en los medios nacionales - locales (febrero y marzo) Media Value de feb-mar: \$ 2 391,892	
									3.141.892,00			no se usa como meta	no se usa como meta	3.141.892,00		Media Value acumulado ene-mar: \$ 3 141,892 con un total de 420 noticias	
					Enviar souvenirs		Envío Souvenirs	1,00	1,00			100,00%	1,00	1,00	100,00%	Envío de souvenirs: agenda y bolígrafo a líderes de opinión en evento de Rendición de cuentas.	
					Enviar material periódico a los medios		Arrastre de Febrero: Envío material	-00	1,00			33,33%	3,00	1,00		Envío de material relacionado a Rendición de cuentas a líderes de opción de los principales medios de Quito (en febrero)	
			Plan de Crisis							0,0%		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 y revistas	Ramiro Garrido	Se contrataron 4 medios para difusión del destino	4,00	3,00	6,0%	14,44%	30,00%	10,00	3,00	75,00%	Publicaciones de febrero en: revista Rian y revista Abordo; y en marzo en radio Quito
													0,00%	1,00	-		
											0,00%	7,00	-				
										0,00%	1,00	-					
										0,00%	7,00	-					
										0,00%	1,00	-					
Agenda de Comunicación Interna				Isabel Ofarte	Plan de comunicación interna: TH y Comunicación	1,00	1,00	100,0%		100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se tiene el plan de comunicación interna; se ha empezado con Quidófera y Boletines semanales a colaboradores			
Vocerías	Indefinir y Capacitar en manejo de vocerías			Isabel Ofarte				0,0%		0,00%	1,00	-					
Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y temas relacionados al	Difundir los temas estratégicos relacionados al	Contratar Servicio de Publicidad		Ramiro Garrido				0,0%		0,00%	1,00	-					
										0,00%	1,00	-					

		local del destino según temporadas	de quiteños								0,00%	8,00	-		
	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				0,0%	0,00%	0,00%	1,00	-		
	COMUNICACIÓN INTERNA	Plan de comunicación interna		Definir contenidos, estrategias, ejes de trabajo	Francisco Ventimilla	Crear el plan de Comunicación int	1,00	-	0,0%	0,00%	0,00%	1,00	-	0,00%	Se coordinará con Talento Humano desde el mes de Abril (la encuesta de comunicación interna al personal se inició en el mes de marzo y finaliza en abril; insumo para el plan)
	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		Pago de IVA	1,00	1,00	25,0%	25,00%	25,00%	12,00	3,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto