

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
											MAR	MARZO	MAR	MARZO	
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				26,00%	21,71%					Se definió con comité editorial: Desarrollo, Promoción y Gerencia General los materiales a imprimirse.
				Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e iconografía		se compra la herramienta GoogleMap	1,00	-						0,00%	Se realizará la compra en mayo
				Diseño		Productos diseñados	5,00	2,00						4,00%	Se diseña Bidding Book y Quito En Cifras
				Diseño free lance		Arrastre: Rendición cuentas	-00	1,00						100,00%	Evento del 25 de febrero de 2015; realizado in house, presupuesto a ser usado en otra contratación
		Storytelling	2 mensuales	Contrata los narradores	Carla Martínez				0,0%					0,00%	
		Videos	Al menos una Producción audiovisual	pre, producción y post Contratación					0,0%					0,00%	
		Fotos promocionales	Desarrollo de Software para administración de fotos	Contratar licencias		Compra de software	1,00	1,00	33,3%					100,00%	Manual de Contenidos para manejo de Redes Sociales.
			Al menos una producción fotográfica profesional	definir temáticas, pre, producción y post.		Compra y almacenamiento de fotos	50,00	-						0,00%	Se realizará en Abril.
														0,00%	
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Textos traducidos a Inglés, Alemán o Portugués.	Definir contenidos a traducir.	Francisco Veintimilla				0,0%					0,00%	Se realizará en Abril.
		Guía Multimedia de Quito		Diseño, Contenidos, Programación	Francisco Veintimilla				0,0%					0,00%	
		Manual de Estilo para contenidos		Definir la línea editorial web y RS	Francisco Veintimilla	Manual de Contenidos RS	1,00	1,00	100,0%					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%	
		Manual de imagen-gráfica institucional y promocional del destino		Aplicación y difusión de usos de la marca	Francisco Veintimilla				0,0%					0,00%	
	ECOSISTEMA DIGITAL	Optimización de la web (autosustentable)	Incremento de alcance e interactividad	Posicionamiento web en buscadores	Erick Játiva	Contratar empresa para SEM	1,00		0,0%	37,88%				0,00%	Se realizará en Abril
				Implementación técnica de nuevos idiomas		La web en alemán	1,00							0,00%	Se realizará en Abril
				Optimización y renovación licencias App			1,00							0,00%	
				Renovar hosting análisis d e webs		Contratar una empresa								0,00%	
				Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas (googlegengine,										0,00%	
		Blogs turísticos (interno y Externo)				Arrastre: Publicar el blog	-00	2,00	20,0%					20,00%	creación del blog experimenta Quito en febrero; en marzo se realizó la actualización con 3 artículos

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

COMUNICACIÓN 2015						METAS Y ENTREGUAS										
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015	
											25%			64%	MARZO	
		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	2,00	25,0%		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 Línea base Facebook: 74,836 Meta 2015: Línea base Twitter: 54,300 Meta 2015:	Pauta temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar. Medición de RS por seguidores e interactividad		Gabriela Aguirre	Se depuran las cuentas en inglés, español y alemán: @VisitaQuito, @VisitQuito, @BesucheQuito.	1,00	1,00		90,6%	100,00%	1,00	1,00	100,00%	Se depuran las cuentas en inglés , español y alemán: @VisitaQuito, @VisitQuito, @BesucheQuito.
						Gabriela Aguirre	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	
							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 quehacer de la empresa QT en el Desarrollo, Promoción, Calidad, Comercial	Definir temáticas, desarrollar boletines, enviar a los medios y gestionarlos,		Isabel Oñate	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 Onate	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 Media Value acumulado ene-mar: \$ 3'141,892 con un total de 420 noticias	
						Media Value acumulado (ene-mar)		3.141.892,00	no se usa como meta		no se usa como meta	3.141.892,00				
			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 contratan 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 Ñan 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%	7,00		-					
Agenda de Comunicación interna				Isabel Oñate	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 QuitoSfera y Boletines semanales a colaboradores			

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

Comunicación 2015						METAS INTERMEDIAS									
						MAR	Meta numérica mensual	Avance Mensual	% TECNICO x productos ANUAL	% 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						MAR	MARZO			
													25%		
		Vocerías	Indetificar y Capacitar en manejo de vocerías		Isabel Oñate			0,0%		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	Contratar Servicio de Publicidad	Ramiro Garrido			0,0%		0,00%	1,00	-			
										0,00%	8,00	-			
	SENSIBILIZACIÓN AL CIUDADANO DEL DMQ. PARA COMPRESIÓN 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, estategias, ejes de ttabajo	Francisco Veintimilla	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