

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
													MAY	
										42%			89%	MAYO
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, producir/Contenidos, Diseño Publicación de materiales impresos	Francisco Veintimilla				26,77%	0,00%	10,00	-		Se definen productos a imprimir 2015 con áreas de Desarrollo, Promoción, Calidad y Gerencia. Se asigna presupuesto en la última reforma mayor 2015.
				Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e iconografía		Se pobla la herramienta	-	-		0,00%	1,00	-		Actividad paralizada por falta de presupuesto
				Diseño		Productos diseñados	5,00	17,00		48,00%	50,00	24,00	100,00%	Artes publicitarios para promoción del destino, banner web internacional, imagen para feria internacional y publicación para Agencia de Inversiones en Inglés y español
				Diseño free lance						100,00%	1,00	1,00		
		Storytelling	2 mensuales	Contrata los narradores	Carla Martínez	Productos entregados	2,00	-		0,00%	6,00	-	0,00%	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						0,00%	1,00	-		A la espera de presupuesto.
		Fotos promocionales	Desarrollo de Software para administración de fotos	Contratar licencias						100,00%	1,00	1,00		A la espera de presupuesto.
		Fotos promocionales	100 fotografías	definir temáticas, pre, producción y post.						0,00%	50,00	-		Asignación de presupuestos en la última reforma.
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Textos traducidos a Inglés, Alemán o Portugués.	Definir contenidos a traducir.	Francisco Veintimilla					0,00%	2,00	-		Web y publicación inversiones
		Guía Multimedia de Quito		Diseño, Contenidos, Programación						0,00%	1,00	-		A la espera de presupuesto
		Manual de Estilo para contenidos		Definir la línea editorial web y RS						100,00%	1,00	1,00		A la espera de presupuesto
		Producción editorial: textos o conceptos	12 paquetes de contenidos para diferentes publicaciones.	Creación de textos editoriales, periodísticos sobre Quito.						0,00%	1,00	-		Se realizó reforma presupuestaria en mayo 2015 para asignar recursos a esta actividad.
		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 (autosustentable)	Incremento de alcance e interactividad	Posicionamiento web en buscadores	Erick Játiva				47,71%	0,00%	1,00	-		A la espera de presupuesto
				Implementación técnica de nuevos idiomas						0,00%	2,00	-		
				Optimización y renovación licencias App						0,00%	2,00	-		
				Renovar hosting análisis de webs						0,00%	1,00	-		
				Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas <u>googleengine</u> .							-	-		A la espera de presupuesto
		Blogs turísticos (interno y Externo)								200,00%	1,00	2,00		

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
													MAY	
										42%			89%	MAYO
		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		41,67%	12,00	5,00	100,00%	Implementación del sitio web para la Agencia de Inversiones: versiones español e inglés.
		Posicionamiento de las RS	Alcance e interactividad en RS	Pauta temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar.	Erick Játiva					100,00%	1,00	1,00		
			Línea base Facebook: 74,836 Meta 2015:	Medición de RS por seguidores e interactividad	Gabriela Aguirre	fans en Red Social FaceBook	1.000,00	3.076,00		95,27%	88.836,00	84.632,00	100,00%	Los temas más comentados y vistos son La Ronda y Termas de Papallacta, que responden a un tema icónico en Centro Histórico y a alrededores respectivamente
			Línea base Twitter: 54,300 Meta 2015:		Gabriela Aguirre	Seguidores en red Social Twitter	1.500,00	2.820,00		87,87%	73.300,00	64.406,00	100,00%	Lo más visto y retuiteado han sido temas Compromiso Quiteño, día de la Madre y Vota por Quito en World Travel Awards 2015
		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%	1,00	-		Se ajustó el presupuesto en la última reforma mayo 2015, en proceso de contratación para el estudio.
		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		Actividad eliminada en la última reforma
	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 Oñate	Noticias en los medios	100,00	117,00	57,19%	62,08%	1.200,00	745,00	100,00%	117 noticias publicadas en los medios de comunicación más 12 generadas desde Quito Turismo
				Análisis de media Value NOTICIOSO		Media Value acumulado NOTICIOSO MAYO	-	291.111,35		no se usa como meta	no se usa como meta	1.906.408,35		MAYO: Valor NOTICIOSO \$ 291.111,35
				Análisis de media Value PUBLICITARIO		Media Value acumulado PUBLICITARIO		873.334,05		no se usa como meta	no se usa como meta	5.715.226,05		MAYO: Valor publicitario: \$ 873.334,05
				Enviar souvenirs						100,00%	1,00	1,00		
				Enviar material periódico a los medios						66,67%	3,00	2,00		
		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: 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	54,17%	62,50%	8,00	5,00	100,00%	Se contrata la guía de oro para publicidad que saldrá en el mes de julio
		Agenda de Comunicación Interna			Isabel Oñate					100,00%	1,00	1,00		
		Vocerías	Indefinir y Capacitar en manejo de vocerías		Isabel Oñate					0,00%	1,00	-		

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



Comunicación 2015						METAS INTERMEDIAS								
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable	MAY	Meta mensual	Avance Mensual	% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
										42%	89%	MAYO		
		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 Martinez	Contratación campaña quiteñidad	1,00	1,00	50,00%	50,00%	2,00	1,00	100,00%	Se contrata y en proceso de producción están los videos, cuñas, brandero de la ciudad sobre este tema, en coordinación con SECOM Alcaldía
	COMUNICACIÓN INTERNA	Plan de comunicación interna		Definir contenidos, estartegias, 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	41,67%	41,67%	12,00	5,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto