

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



METAS INTERMEDIAS

					DIC	Meta mensual	Avance Mensual	% TÉCNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES	Técnico Responsable					DIC	93%	75%	DICIEMBRE	
Comunicación	GESTION COMUNICACIONAL (AUTOSUSTENTABLE)	Folletería impresa (Ej. Mapas, guías)	definir el concepto, producirContenidos, Diseño Publicación de materiales impresos	Francisco Veintimilla	Definir el concepto, producirContenidos, Diseño Publicación de materiales impresos (5)	5,00	91,03%	100,00%	10,00	10,00		Guía de atractivos (Experimenta) 86 págs Guía de establecimientos (distintivo Calidad Turística) 156 págs Folleto Razones para descubrir Quito 16 págs Mapa de Quito (block) Mapa plegable de Quito Folleto Quito en cifras Edición Diciembre 2015 32 pág.	
			Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e iconografía					0,00%	1,00	-	No se recibió fondos para esta compra.		
			Diseño		Productos diseñados	5,00		5,00	190,00%	50,00	95,00	100,00%	Adaptaciones de 3 artes y se hacen 2 propuestas nuevas para ventana Visitors Center, caja de regalo chocolate!!
			Diseño free lance					100,00%	1,00	1,00			
		Storyteling	Contrata los narradores			83,33%		6,00	5,00				
		Videos	pre, producción y post Contratación	Carla Martínez				100,00%	1,00	1,00			
		Fotos promocionales	Contratar licencias	Francisco Veintimilla				200,00%	1,00	2,00			
		Fotos promocionales	definir temáticas, pre, producción y post.					182,00%	50,00	91,00			
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Definir contenidos a traducir.					100,00%	2,00	2,00			
		Guía Multimedia de Quito	Diseño, Contenidos, Programación					100,00%	1,00	1,00			
		Manual de Estilo para contenidos	Definir la línea editorial web y RS			100,00%		1,00	1,00				
		Producción editorial: textos o conceptos	Creación de textos editoriales, periodísticos sobre Quito.	Ramiro Garrido		1,00		100,00%	1,00	1,00	0,00%	Se contrató servicios de redacción y fotografía de blogs turísticos con trama por \$5.000, al momneto se cuenta con 16 blogs y sus respectivas fotos	
		Manual de imagen-gráfica institucional y promocional del destino	Aplicación y difusión de usos de la marca	Francisco Veintimilla				100,00%	1,00	1,00			
	ECOSISTEMA DIGITAL	Optimización de la web (autosustetable)	Posicionamiento web en buscadores				99,24%		-	-		Eliminado de acuerdo a reforma programática No. 012 del 23 OCTUBRE de 2017	
			Implementación técnica de nuevos idiomas		Implementación técnica de la web en alemán			1,00	100,00%	2,00	2,00		En Diciembre se contrató servicios para mejorar la plataforma de la web en otros idiomas, se implementó el idioma alemán en el home de la web
			Optimización y renovación licencias App					100,00%	2,00	2,00			
			Renovar hosting análisis de webs					100,00%	1,00	1,00			

	Mejoramiento del alcance del contenido web mediante herramientas (googleengine) & (ecommerce)	Erick Játiva			
			Plataforma ecommerce (en su primera etapa.- lista para cargar información)	1,00	1,00
Blogs turísticos (interno y Externo)					
Creación y /o rediseño de sitios web	Definición de estructura y contenidos. (Blog, guía multimedia, CCEE, El Quinde, Inv ersiones)		Actualización web	1,00	1,00
Posicionamiento de las RS	Pauta temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar.	Erick Játiva			
	Medición de RS por seguidores e interactividad	Gabriela Aguirre	fans en Red Social FaceBook	1.785,00	900,00
		Gabriela Aguirre	Seguidores en red Social Twitter	1.490,00	1.200,00
Estudio de Internacionalización de Redes Sociales (RS)	Contratar persona natural o jurídica que realice este estudio de Internacionalización de Redes Sociales (RS)	Carla Martínez			
Estudio de integración del Sistema de Información Turística ON LINE y OFF LINE	Definir temáticas, desarrollar boletines, enviar a los medios y gestionarlos,	Isabel Oñate			
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 ,	Contratar el servicio de clipping	Noticias en los medios	100,00	96,00
	Análisis de media Value NOTICIOSO		Media Value acumulado NOTICIOSO DICIEMBRE	-	389.464,11
	Análisis de media Value PUBLICITARIO		Media Value acumulado PUBLICITARIO		1.168.392,33
	Enviar souvenirs	Isabel Onate			
	Enviar material periódico a los medios				

	-	1,00		
100,00%	1,00	1,00		Se avanza con la implemenatcion de la web de espacios y eventos y la de ecommerce
200,00%	1,00	2,00		
91,67%	12,00	11,00	100,00%	Web actualizada
100,00%	1,00	1,00		
101,63%	104.000,00	105.693,00	50,39%	2015 termina con 105,693 fans en FaceBook
101,83%	82.000,00	83.497,00	80,54%	2015 termina con 83,497 seguidores en Twitter
100,00%	2,00	2,00		
100,00%	1,00	1,00		
132,33%	1.200,00	1.588,00	96,00%	Se registraon 96 notas publicada en modalidad free press en los medios locales, nacionales.
no se usa como meta	No es una meta	6.415.520,06		El valor noticioso nacional en 2015 fue de US\$ 6,415,520,06
no se usa como meta	No es una meta	9.245.068,83		El valor publicitario nacional en 2015 fue de US\$ 9,245,068,83
100,00%	1,00	1,00		
666,67%	3,00	20,00		

		Plan de Crisis						0,00%	1,00	-		No se entregaron recursos para realizar este plan.
PUBLICIDAD ON LINE Y OFF LINE	Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y sobre programas estratégicos de la empresa: Calidad, Desarrollo	Contratar una agencia de medios	Carla Martínez				91,67%	75,00%	8,00	6,00		
	Agenda de Comunicación Interna		Isabel Oñate					100,00%	1,00	1,00		
	Vocerías		Isabel Oñate					200,00%	1,00	2,00		
	Publicidad en medios tradicionales y digitales, vía pública y temas relacionados a la agenda local del destino según temporadas								-	-		
SENSIBILIZACIÓN AL CIUDADANO DEL DMQ PARA COMPRENSIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA	Campaña local de sensibilización turística y orgullo quiteño.	Contratar una agencia Coordinar con SECOM	Carla Martínez				100,00%	100,00%	2,00	2,00		
COMUNICACIÓN INTERNA	Plan de comunicación interna	Definir contenidos, estrategias, ejes de trabajo	Francisco Veintimilla				100,00%	200,00%	1,00	2,00		
GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		Pago de IVA	1,00	1,00	100,00%	100,00%	12,00	12,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto