

QUITO TURISMO
Comunicación 2015



						METAS INTERMEDIAS			% TECNICO del proyecto ANUAL	CONTROL Y SEGUIMIENTO ANUAL	Meta numérica Anual 2015	Meta CUMPLIDA anual 2015	MENSUAL	OBSERVACIONES 2015
						FEB	Meta mensual	Avance Mensual					FEB	
PROGRAMA	PROYECTO	PRODUCTOS	METAS ANUALES de producto	ACTIVIDADES	Técnico Responsable								1%	FEBRERO
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	Francisco Veintimilla				0,00%	0,00%	10,00	-		
				Publicación de materiales impresos						0,00%	1,00	-		
				Comprar mapa google y poblarlo de contenidos e						0,00%	50,00	-		
				Diseño						0,00%	1,00	-	0,00%	No informa
				Diseño free lance		Rendición cuentas	1,00	-		0,00%	6,00	-		
		Storyteling	2 mensuales	Contrata los narradores						0,00%	1,00	-		
		Videos	1 video y 6 clips temáticos productos de Desarrollo, Inversiones	pre, producción y post Contratación						0,00%	1,00	-		
		Fotos promocionales	Desarrollo de Software para administración de fotos	Contratar licencias						0,00%	1,00	-		
		Fotos promocionales	100 fotografías	definir temáticas, pre, producción y post.						0,00%	50,00	-		
		Producción en varios idiomas de contenidos promocionales	Textos traducidos a Inglés, Alemán o Portugués.	Definir contenidos a traducir.		Contrataciones de dos traductores externos	1,00	-		0,00%	2,00	-	0,00%	No informa
		Guía Multimedia de Quito		Diseño, Contenidos, Programación						0,00%	1,00	-		
		Manual de Estilo para contenidos		Definir la línea editorial web y RS						0,00%	1,00	-		
		Producción editorial: textos o conceptos	12 paquetes de contenidos para diferentes publicaciones.	Creación de textos editoriales, periodísticos sobre Quito.						0,00%	1,00	-		
	ECOSISTEMA DIGITAL	Optimización de la web (autosustentable)	Incremento de alcance e interactividad	Posicionamiento web en buscadores	Francisco Veintimilla				9,85%	0,00%	1,00	-		
				Implementación técnica de nuevos idiomas						0,00%	1,00	-		
				Optimización y renovación licencias App						0,00%	1,00	-		
				Renovar hosting análisis d e webs						0,00%	1,00	-		
											-	-		
				Mejoramiento del alcance del contenido wen mediante herramientas (googlengine,						0,00%	1,00	-		
		Blogs turísticos (interno y Externo)			Erick Játiva	Publicar el blog	1,00	-		0,00%	1,00	-	0,00%	No informa
		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	-		8,33%	12,00	1,00	0,00%	No informa

		Posicionamiento de las RS	Alcance e interactividad	Pauta temática y promocional en RS Definir cuentas y depurar.						0,00%	1,00	-		
		Posicionamiento de las RS		Medición de RS por seguidores e interactividad	Nathalie Mena					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, Comercial.	Definir temáticas, desarrollar boletines, enviar a los medios y gestionarlos,	Isabel Oñate					0,00%	1,00	-		
	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	Contratar el servicio de clipping	Isabel Onate	Noticias en los mdios	100,00	-	2,08%	8,33%	1.200,00	100,00	0,00%	No informa
				Enviar souvenirs						0,00%	1,00	-		
				Enviar material periódico a los medios		Envío el material	1,00	-		0,00%	3,00	-	0,00%	No informa
		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:	Difundir temas estratégicos para el mejoramiento del destino	Contratar una agencia de medios	Isabel Oñate	Se contratan 4 medios para difusión del destino	2,00	-	0,00%	0,00%	9,00	-	0,00%	No informa
		Agenda de Comunicación Interna								0,00%	1,00	-		
		Vocerías	Indetificar y Capacitar en manejo de vocerías							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%	1,00	-		
	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	CM				0,00%	0,00%	2,00	-		
	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	16,67%	16,67%	12,00	2,00	100,00%	IVA de acuerdo a gasto