

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES

Nro. DE INFORME : 001

FECHA DE INFORME: 01/06/2022

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :
LARA SALAZAR RICARDO RUBÉN

PUESTO :

COORDINADOR DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

CIUDAD - PAÍS : Estados Unidos, NEW YORK, CHICAGO, DALLAS, LOS
ÁNGELES, SAN FRANCISCO, HOUSTON, QUITO

NOMBRE DE LA UNIDAD DE LA O EL SERVIDOR :

DIRECCIÓN DE MERCADEO

SERVIDORAS/ ES QUE INTEGRAN LA COMISION

RUBÉN LARA -COORDINADOR DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

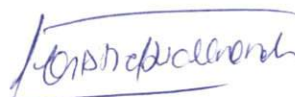
PARTICIPACIÓN DE QUITO TURISMO EN RE THINK SOUTH AMERICA Y ROAD SHOW EN ESTADOS UNIDOS

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA
FECHA dd-mm-aaa	18/5/2022	27/5/2022	Estos datos se refieren al tiempo efectivamente utilizado en el cumplimiento de tareas oficiales o servicios institucionales desde la salida hasta la llegada al lugar de residencia o trabajo habitual o de cumplimiento de las mismas según sea el caso .
HORA hh:mm	04:50	20:13	
TRANSPORTE UTILIZADO			
TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	ROUTA	
AÉREO	COPA	Quito - CIUDAD DE PANAMÁ	
AÉREO	COPA	Ciudad de Panamá - New York	
AÉREO	AMERICAN AIRLINES	New York - Chicago	
AÉREO	AMERICAN AIRLINES	Chicago - Dallas	
AÉREO	AMERICAN AIRLINES	Dallas - Los Ángeles	
AÉREO	UNITED AIRLINES	Los Ángeles - San Francisco	
AÉREO	UNITED AIRLINES	San Francisco - Houston	
AÉREO	UNITED AIRLINES	Houston - Quito	

NOTA : En caso de haber utilizado: 1) transporte público aéreo, fluvial o terrestre, se deberá adjuntar obligatoriamente los pases a bordo o pasajes y 2) vehículos institucionales, se adjuntará la hoja de ruta con tipo de vehículo, número de placa, kilometraje recorrido y los nombres apellidos del conductor

OBSERVACIONES

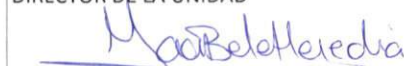
FIRMA SERVIDOR / A

FIRMAS DE APROBACIÓN

DIRECTOR DE LA UNIDAD

MÁXIMA AUTORIDAD O SU DELEGADO/A



Belén Heredia

Cristina Rivadeneira

0000072



Municipio de Quito

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS RE-THINK OF SOUTH AMÉRICA Y ROAD SHOW NORTEAMÉRICA (PRESENTACIONES DE DESTINO EN ESTADOS UNIDOS)

1. ANTECEDENTES

Mediante la Ordenanza Metropolitana N°309, se crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico "Quito Turismo", entidad jurídica de derecho público cuyos objetivos parten del principio de la ejecución de políticas, planes, programas y proyectos para el posicionamiento de la ciudad de Quito como destino turístico sostenible a nivel nacional e internacional, así como el mejoramiento y difusión de los lugares turísticos y actividades culturales de Quito y sus áreas aledañas.

El Plan Operativo Anual (POA/PAC 2022) concentra sus estrategias cuya misión se enfoca en la gestión y cumplimiento de funciones que buscan la estructuración de una herramienta estratégica que brinde el marco de gestión común para el Desarrollo Turístico Sostenible de Quito; la garantía de continuidad y sostenibilidad de las políticas públicas para el desarrollo turístico de la ciudad a través de estrategias y acciones acordadas y empoderadas por los actores clave del sector; y la viabilidad para el desarrollo e inversión del turismo para la atracción y llegada de visitantes internacionales a través de la coordinación institucional que fortalezca el posicionamiento de Quito como un destino turístico único y sostenible en el entorno sudamericano y mundial.

2. ESTRATEGIA DE MERCADEO INTERNACIONAL

"La estrategia de marketing internacional para la ciudad de Quito segmenta las acciones promocionales en función de la diferenciación de los mercados objetivos, se considera la promoción y difusión turística del destino en los mercados de acuerdo con el siguiente direccionamiento:

- Mercados de Desarrollo: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Benelux, México y Argentina.
- Mercados de Posicionamiento: Francia, Italia, Canadá y Australia.
- Mercados de Oportunidad: Chile, China y Japón
- Mercados de Mantenimiento: Colombia, Perú, España y Brasil"

3. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Según el último barómetro de la OMT, las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo aumentaron más del doble (+130%) en enero de 2022 comparado con 2021: los 18 millones de visitantes más registrados en todo el mundo durante el primer mes de este año igualan al incremento total registrado en todo 2021.

A pesar de que estas cifras confirman la tendencia positiva que se inició el año pasado, la senda de la recuperación en enero se vio afectada por la aparición de la variante ómicron y, en consecuencia, la reintroducción de restricciones para viajar en diversos destinos. Tras el descenso del 71% experimentado en 2021, las llegadas internacionales en enero 2022 se mantuvieron un 67% por debajo de los niveles anteriores a la pandemia.



Municipio de Quito

En 2019, un año referente antes de la pandemia, se registró un total de ingresos de turistas no residentes en Quito, provenientes del Mercado de Estados Unidos de 180.515 personas, convirtiéndolo así en el primer mercado emisor para el destino. 2020 y 2021 han sido los peores años para el turismo mundial alcanzando cifras de más de 70% a la baja en los ingresos de turistas.

En el año 2021 se ha evidenciado una ligera recuperación en los ingresos de turistas internacionales, alcanzando un total de 280.996 personas que aunque no se alcanza aún las cifras de 2019, la tendencia al alza es evidente, y el año 2022 se proyecta e proyecta como el año de la recuperación de la industria. Cabe destacar que Estados Unidos sigue siendo el primer mercado internacional emisor para la ciudad de Quito, por lo que es necesario aprovechar y posicionar la imagen del destino.

Actualmente existe una conectividad aérea directa entre Quito y Estados Unidos, lo que amplía las posibilidades de que más personas puedan venir a Quito a conocer toda su oferta turística, alineada a las nuevas tendencias marcadas por la pandemia, garantizando la aplicación de protocolos de bioseguridad.

4. PERFIL DEL TURISTA ESTADOUNIDENSE

PERFIL DEL TURISTA ESTADOUNIDENSE	
Población millones	325,886,000 habitantes
Ingreso medio per cápita anual	USD 59,792 (dólares por persona)
CARACTERÍSTICAS DEL VIAJERO	
Edad:	0 a 9 años 10,1%
	10 a 19 años 17,4%
	20 a 29 años 17,3%
	30 a 39 años 11,2 %
	40 a 49 años 10,5%
	50 en adelante 33,6%
Género:	Hombres (49.5%)
	Mujeres (50.5%)
Estado Civil:	Casados 48,8% Solteros 45,0% y otros 6,3%
Grado de Instrucción:	Básica: 24,3%, Superior 48.2%, Posgrado 27,5%
Ocupación:	Estudiante 18,7%, Profesional Ejecutivo 6,8%, Profesional Técnico 36,2%, Servicios/Comercio 21,3%, Otros 17,1%
Principales intereses de viaje	Turismo Cultural
	Aventura y Naturaleza
	Aventura y Ecoturismo
	CAVE
	Negocios
	Sol y Playa
Tipo de viaje:	Vacación, Recreo u Ocio 60,6% / Negocios 22,4% / Otros 9,3% y Visitas a amigos o familiares 7,7%



Municipio de Quito

Cómo viajan:	Solo 47,4%, Acompañado 52,6% (Acompañados en promedio conforman grupo de 4 personas)
Categoría de Servicio:	Hoteles de 4 o 5 estrellas 63,3 % 3 estrellas 24,6%, 1 y 2 estrellas 12,1%
PLANIFICACIÓN / ORGANIZACIÓN DE VIAJE	
Tiempo de anticipación:	Mas de 5 meses 42,1%, de 2 a 4 meses 34,4%, Un mes o menos 23,5%
Intermediación:	Internet 49,3% Familiares y amigos 25,8%, Agencia de Viajes 15,6%, Otros medios 9,3%
Medios de Información para planificar viajes:	OTAS (Trip Advisor 43,1%, Expedia 23,3%, Otros 33,6 %)
	Agencias de viajes 15,6%
	87% consultan sitios de internet para tomar la decisión de viaje 96% utilizan su Smartphone
Gasto Promedio por viaje (sin ticket aéreo)	USD 1,489,4
Distribución de gasto:	30% Alimentación
	40% Hospedaje
	30% Transporte
Estadía Promedio (días):	11 días
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	
Número de viajeros globales (Millones):	87,703
Principales plazas:	Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Houston, Philadelphia, Phoenix, Washington
Conectividad: (A Quito / A Ecuador)	LATAM
	Avianca
	Aeroméxico
	Copa
	Delta (Vuelo Directo), Tame (Vuelo Directo)
	American Airlines (Vuelo Directo)
	Jet Blue (Vuelo Directo)
	United Airlines (Vuelo Directo)
Estacionalidad: (meses que prefieren viajar)	Junio, Julio, Diciembre
Vacaciones pagadas al año: (citar temporadas de vacaciones)	10 días
Principales competidores (Destinos Preferidos):	México
	Reino Unido
	Canadá
	Italia
	Francia

5. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS



Municipio de Quito

Como cita una de las estrategias del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo de Quito la "Especialización de Marketing por grandes públicos.- persigue maximizar el aprovechamiento de los recursos con un marketing dirigido al B2B (Directo Business to business)". Es precisamente a través de la organización o participación de eventos como ferias, workshops, Roadshows y capacitaciones, en donde la promoción de un destino se la realiza directamente entre empresas turísticas que ofrecen el servicio/destino y las empresas internacionales interesadas en vender el destino aprovechando de esta manera al máximo el presupuesto de promoción.

5.1. RE-THINK SOUTH AMERICA POWERED BY LATAM AIRLINES

Un evento impulsado por LATAM Airlines, que reunió de manera presencial a expositores, compradores y oradores relacionados con Sudamérica, con la finalidad de potenciar la recuperación de la industria turística en la región sudamericana.

Durante el evento se logró:

- La asistencia de compradores estadounidenses
- Establecer nuevas relaciones
- Crear nuevas oportunidades comerciales
- Aprender nuevos protocolos, tendencias y oportunidades resultantes de la pandemia
- Asistir a charlas inspiradoras y sesiones informativas de preguntas y respuestas con expertos en viajes de América del Sur
- Escuchar y proponer ideas y consejos sobre el futuro de los viajes a medida que evoluciona la pandemia de COVID-19

5.2. ROAD SHOW / PRESENTACIONES DE DESTINO EN ESTADOS UNIDOS

Este año Quito planificó realizar algunas acciones que complementan y fortalecen su participación en el mercado norteamericano: Roadshow (Presentaciones de destino en 5 ciudades).

Estos eventos profesionales estuvieron dirigidos al trade de las principales ciudades de Estados Unidos y medios de comunicación.

Además, este Roadshow incluyó:

- Realización de 5 presentaciones de destino: una en Nueva York, Chicago, Los Ángeles, San Francisco, y Dallas del 19 de mayo al 26 de mayo de 2022 (más días de viaje), dirigido a TRADE y medios de comunicación.
- Degustación gastronómica en cada Ciudad.
- Reuniones profesionales entre Buyers de cada ciudad y Suppliers ecuatorianos.

Nota: Un Roadshow es la realización de un conjunto de presentaciones de destino y tiene como objetivo dar a conocer los atractivos y nuevos productos de nuestra ciudad a los tour operadores whole salers, agentes de viajes, OTA's y prensa de cada ciudad en donde se llevan a cabo.



Municipio de Quito

Se presentó las novedades en la oferta turística del destino, enfocadas primordialmente en la plataforma digital turística de la ciudad, nuevos productos turísticos y demás acciones enfocadas en inspirar la promoción del destino.

Nuestra estrategia buscó también realizar contactos y alianzas con actores del sector turístico que estén interesados en realizar cooperados para brindar una ventaja competitiva al destino Quito frente a otros que se promocionan en los mercados norteamericanos.

6. DETALLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS

Las acciones de promoción realizadas en Estados Unidos, se desarrollaron en función de la siguiente agenda:

FECHA	ACTIVIDAD	CIUDAD
18 de mayo	Traslado	Quito – New York
19 de mayo	Participación Re – Think / Presentación de Destino	New York
20 de mayo	Participación Re – Think	New York
22 de mayo	Traslado a Chicago	
23 de mayo	Road Show – Presentación de Destino	Chicago
24 de mayo	Road Show – Presentación de Destino	Dallas
25 de mayo	Road Show – Presentación de Destino	Los Ángeles
26 de mayo	Road Show – Presentación de Destino	San Francisco
27 de mayo	Retorno a Quito	San Francisco - Quito

19 de mayo de 2022

- Participación en el primer día de Re Think South America, en el mismo que se atendió un total de 25 citas de compradores del mercado estadounidense entre Tour Operadores, Agentes de Viajes y medios de comunicación, la agenda de este día fue la siguiente:

8:00 - 9:00	Inscripción
9:00 - 9:45	Sesión de apertura
9:00 - 9:15	Bienvenida de Re-think Travel Marketing & LATAM
9:15 - 9:45	Presentación principal (Julián Guerrero, ex Viceministro de Turismo, Colombia)
9:45 - 10:00	Pausa para el café y networking
10:00 - 12:15	Reuniones B2B
12:30 - 1:15	Tiempo para Almuerzo
1:15 - 3:15	Reuniones B2B
3:15 - 3:30	Pausa para el café y networking
3:30 - 4:15	Reuniones no programadas - formato de mercado abierto



Municipio de Quito

4:15 - 4:30	Estado de Sudamérica (LATAM Airlines)
4:30 - 5:05	Presentación de Destino "Tu Historia Comienza en Quito"
5:05 - 5:20	Oradores destacados (Las Majadas de Pirque & 45 por el Director)
5:20 - 5:30	Sorteo de premios (RTM y LATAM)
5:30 - 7:00	Cóctel de Networking

20 de mayo de 2022

- Participación en el segundo día de Re Think South America, en el mismo que se atendió un total de 30 citas de compradores del mercado estadounidense entre Tour Operadores, Agentes de Viajes y medios de comunicación, la agenda de este día fue la siguiente:

8:00 - 9:00	Inscripción
9:00 - 9:45	Sesión de apertura
9:00 - 9:15	Bienvenida de Re-think Travel Marketing & LATAM
9:15 - 9:45	Presentación principal
9:45 - 10:00	Pausa para el café y networking
10:00 - 12:15	Reuniones B2B
12:30 - 1:15	Tiempo para Almuerzo
1:15 - 3:15	Reuniones B2B
3:15 - 3:30	Pausa para el café y networking
3:30 - 4:15	Reuniones no programadas - formato de mercado abierto
4:15 - 4:30	Estado de Sudamérica (LATAM Airlines)
4:30 - 5:05	Presentación de Destino Argentina, Brasil, Colombia, Bolivia
5:05 - 5:20	Oradores destacados
5:20 - 5:30	Sorteo de premios (RTM y LATAM)
5:30 - 7:00	Cóctel de Networking



21 y 22 de mayo de 2022

Este día era considerado de traslado hacia Chicago, según el itinerario de vuelo que se había comprado a través de la Jefatura Administrativa, sin embargo, por problemas de la aerolínea American Airlines el vuelo se canceló, todo el día permanecí en el aeropuerto de La Guard, esperando a que se me asigne otro vuelo, me pusieron en lista



Municipio de Quito

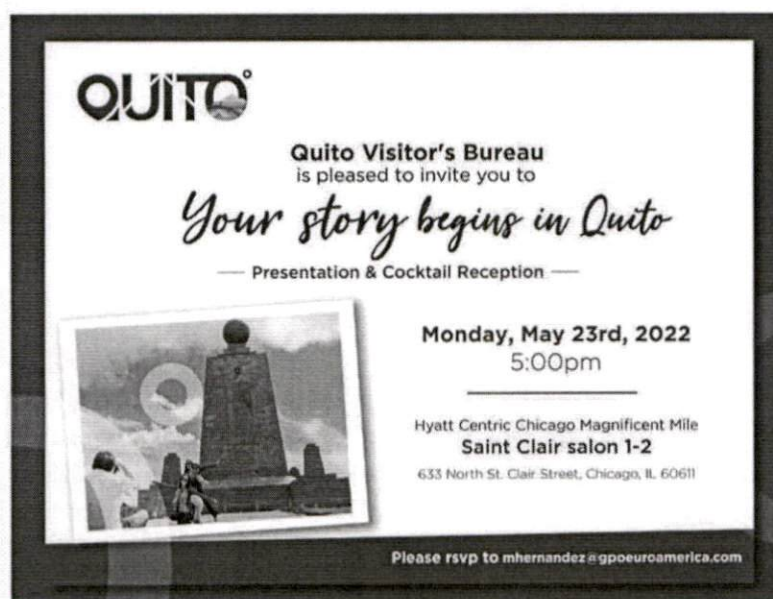
de espera para vuelos posteriores, sin tener ningún éxito hasta el siguiente día que salí a las 6 de mañana hacia Chicago, en un nuevo vuelo en el cual no se presentaron pasajeros.

23 de mayo de 2022

- Road Show – Chicago, se llevó a cabo el primer día de esta acción dirigida al trade y prensa de esta ciudad importante del mercado de Estados Unidos, es la ciudad más grande del Estado de Illinois, en donde se mostró bastante interés en conocer más el destino Quito.

El formato que se manejó este día fue:

1. Bienvenida e introducción
 2. Presentación de destino "Tu Historia Comienza en Quito"
 3. Workshop entre Buyers internacionales y Suppliers ecuatorianos
 4. Degustación Gastronómica y Networking
- a) Asistentes: 50 personas entre Tour Operadores, agentes de viaje y medios de comunicación.
- b) Suppliers ecuatorianos: Tucaya Tours, Pure Ecuador, Andean Travel Company, Klein Tours, Ciudad Mitad del Mundo



24 de mayo de 2022

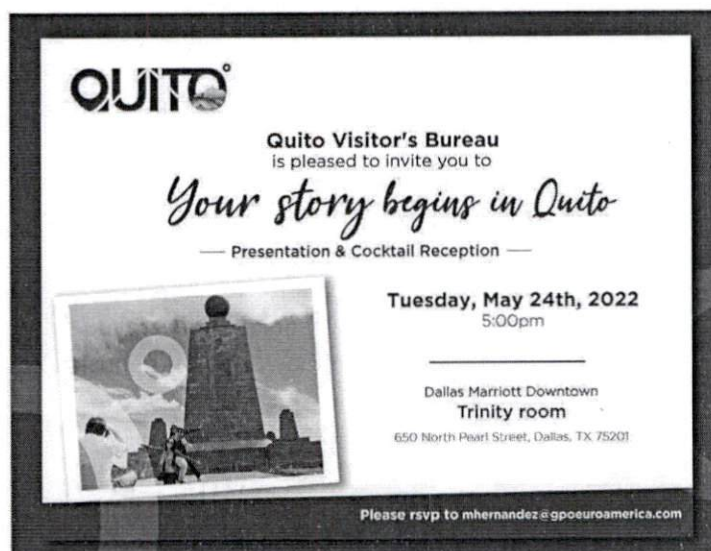
- Road Show – Dallas, en la cual se presentó las 10 razones + 2 para visitar Quito, esta ciudad es muy importante puesto que es un Hub de American Airlines que facilita la conectividad con otras ciudades que tienen conexión directa con Quito. de hecho uno de los participantes del evento fue American Airlines, con quienes se mantuvo reunión y se habló de posibles cooperados y presentaciones de destino para sus agencias de viajes.



Municipio de Quito

El formato que se manejó este día fue:

1. Bienvenida e introducción
 2. Presentación de destino "Tu Historia Comienza en Quito"
 3. Workshop entre Buyers internacionales y Suppliers ecuatorianos
 4. Degustación Gastronómica y Networking
- a) Asistentes: 50 personas entre Tour Operadores, agentes de viaje y medios de comunicación.
- b) Suppliers ecuatorianos: Tucaya Tours, Pure Ecuador, Andean Travel Company, Klein Tours, Ciudad Mitad del Mundo



25 de mayo de 2022

- Road Show – Los Ángeles, fue la oportunidad de presentar Quito, la Capital del Centro del Mundo en la costa oeste de Estados Unidos, un mercado con alto poder adquisitivo y gran interés en buscar destinos de Sudamérica para sus próximos viajes. Hollywood fue el escenario perfecto para que Quito se muestre a la industria y medios de comunicación de esta ciudad.

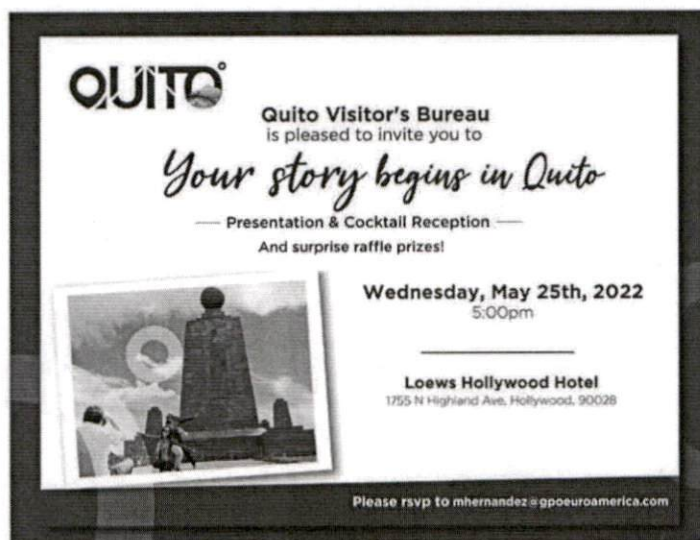
El formato que se manejó este día fue:

1. Bienvenida e introducción
2. Presentación de destino "Tu Historia Comienza en Quito"
3. Workshop entre Buyers internacionales y Suppliers ecuatorianos
4. Degustación Gastronómica y Networking



Municipio de Quito

- a) Asistentes: 50 personas entre Tour Operadores, agentes de viaje y medios de comunicación.
- b) Suppliers ecuatorianos: Tucaya Tours, Pure Ecuador, Andean Travel Company, Klein Tours, Ciudad Mitad del Mundo



26 de mayo de 2022

- Road Show – San Francisco, una de las principales ciudades del Estado de California, mostró un interés muy alto en Ecuador y el destino Quito, la presentación del destino llamó la atención de tour operadores y medios de comunicación y se abrió la posibilidad de realizar press trips y viajes de familiarización para este año.

El formato que se manejó este día fue:

1. Bienvenida e introducción
 2. Presentación de destino "Tu Historia Comienza en Quito"
 3. Workshop entre Buyers internacionales y Suppliers ecuatorianos
 4. Degustación Gastronómica y Networking
- a) Asistentes: 50 personas entre Tour Operadores, agentes de viaje y medios de comunicación.
 - b) Suppliers ecuatorianos: Tucaya Tours, Pure Ecuador, Andean Travel Company, Klein Tours, Ciudad Mitad del Mundo

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En resumen las personas con quienes se mantuvo reuniones felicitan la iniciativa de participar con tour operadores ecuatorianos y la presentación de destino y recomiendan, generar más campañas y acciones de Inspiración del Destino en todo el mercado de Estados Unidos, principalmente en los que la conectividad aérea facilita la movilización de pasajeros.



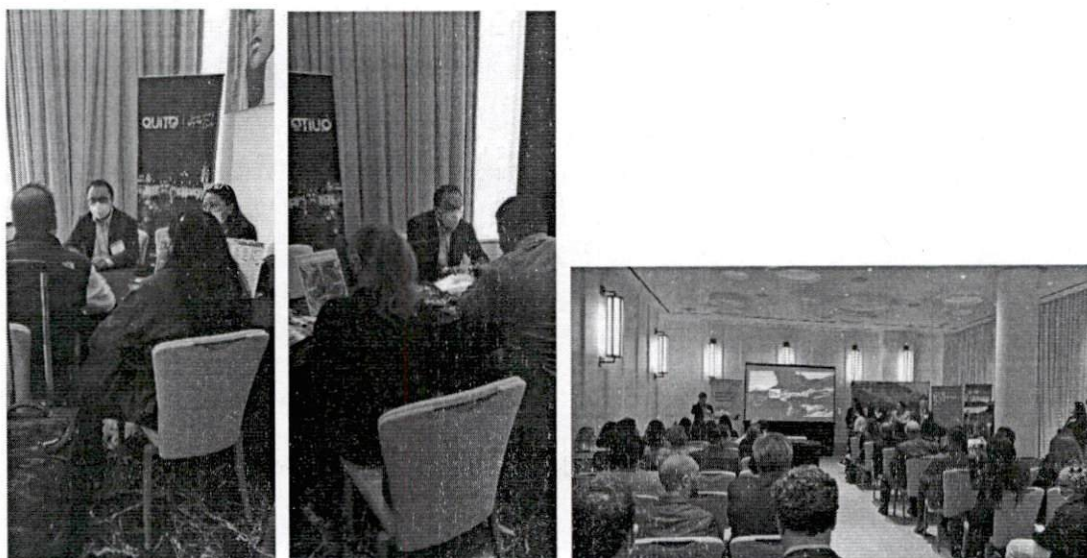
Municipio de Quito

El mercado de Estados Unidos es el primer mercado internacional emisor para la ciudad, esta acción promocional ha permitido descubrir un gran potencial en las ciudades de Chicago, Los Ángeles y San Francisco, por conocimiento e interés en el destino, capacidad de gasto promedio en cada viaje, y porque además son mercados en donde las acciones promocionales son más efectivas y se las puede traducir a posterior en ventas efectivas.

Se recomienda estar presentes en cada mercado a través de la generación de acciones promocionales del destino, ya que es la manera más visible de mostrar presencia, accionando gestiones para apoyar a la industria turística receptiva del país.

8. REGISTRO FOTOGRÁFICO

19 de mayo de 2020 – New York



20 de mayo de 2022 – New York





Municipio de Quito



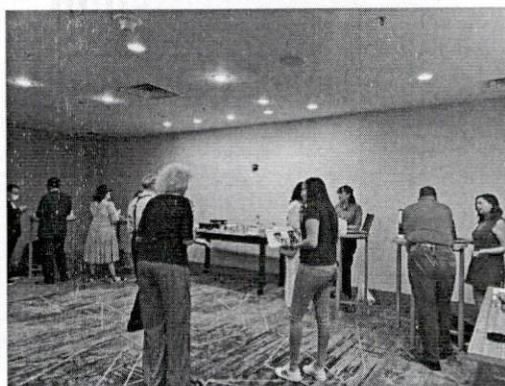
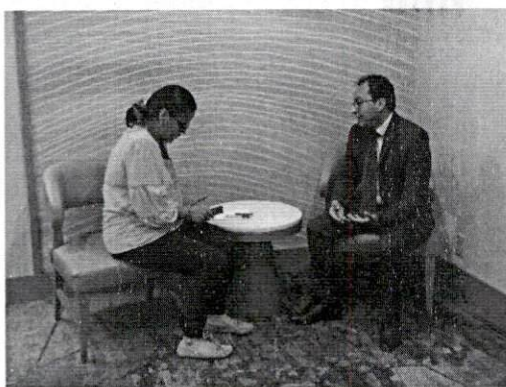
23 de mayo de 2022 - Chicago



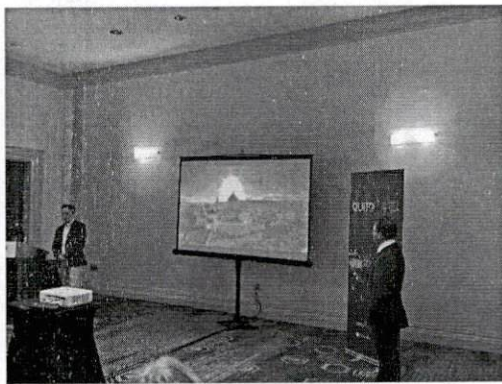


Municipio de Quito

24 de mayo de 2022 - Dallas



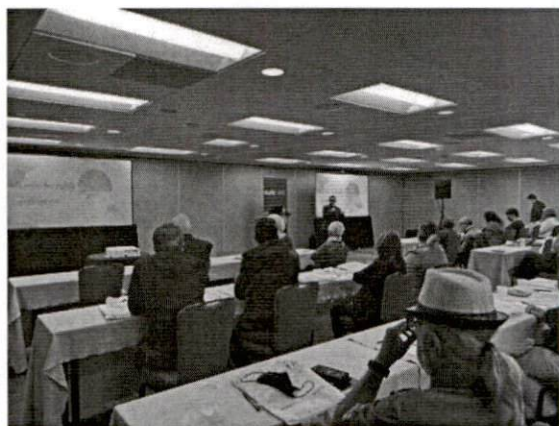
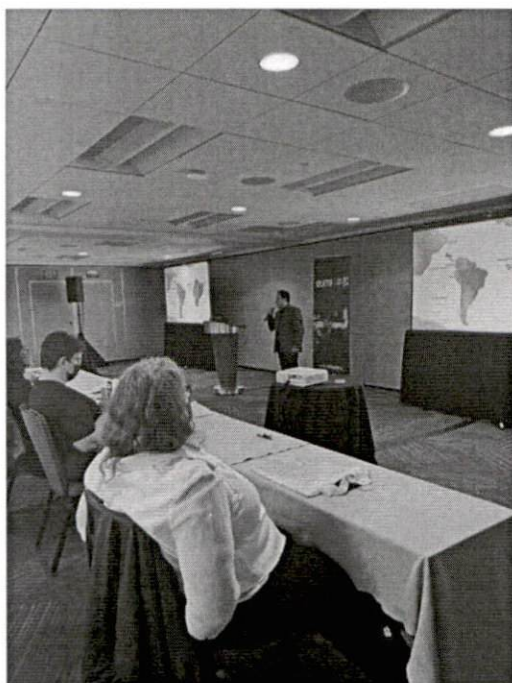
25 de mayo de 2022 – Los Ángeles





Municipio de Quito

26 de mayo de 2022 – San Francisco





**Municipio
de Quito**



9. Publicaciones a la fecha

- <https://www.tampafp.com/quito-tourism-showcases-unparalleled-attributes-to-ignite-tourism-interest-within-the-u-s/>
- <https://www.smallbusinessnewswatch.com/article/574295706-quito-tourism-showcases-unparalleled-attributes-to-ignite-tourism-interest-within-the-u-s>
- <https://www.tourismindustrynewsonline.com/article/574295706-quito-tourism-showcases-unparalleled-attributes-to-ignite-tourism-interest-within-the-u-s>
- https://travel.einnews.com/pr_news/574295706/quito-tourism-showcases-unparalleled-attributes-to-ignite-tourism-interest-within-the-u-s
- <https://menafn.com/1104282874/Quito-Tourism-Showcases-Unparalleled-Attributes-To-Ignite-Tourism-Interest-Within-The-US>
- <https://www.wpgxfox28.com/story/46591304/quito-tourism-showcases-unparalleled-attributes-to-ignite-tourism-interest-within-the-us>
- <https://www.thecowboychannel.com/story/46591304/quito-tourism-showcases-unparalleled-attributes-to-ignite-tourism-interest-within-the-us>
- <https://intentionaltravelers.com/ecuador-travel-restrictions/>

Elaborado por:



Firmado electrónicamente por:
**RICARDO RUBEN
LARA SALAZAR**

Rubén Lara S.

Coordinador de Promoción Internacional

Adjunto:

- Boarding pass de cada traslado aéreo
- Facturas de hoteles
- Tarjetas de presentación recopiladas