

**INFORME DE VIATICOS, MOVILIZACIONES Y SUBSISTENCIAS PARA EL CUMPLIMIENTO
DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES**

Nro. DE INFORME: EPMGDT-DC-2023-JC001

FECHA DE INFORME: 20/03/2023

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :
GUAMIALAMA RUANO JAIME EDUARDO

PUESTO :
JEFE DE COMUNICACIÓN

CIUDAD - PAÍS :
GUAYAQUIL, ECUADOR

NOMBRE DE LA UNIDAD DE LA O EL SERVIDOR :
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

SERVIDORAS/ ES QUE INTEGRAN LA COMISION

MARIA CRISTINA RIVADENEIRA, GERENTE GENERAL
IRENE GUIJARRO, DIRECTORA MICE
EDUARDO GUAMIALAMA, JEFE DE COMUNICACIÓN

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

PARTICIPACIÓN DE QUITO TURISMO EN EL DESAYUNO DE TRABAJO CON LA INDUSTRIA MICE Y EN LA CARAVANA TURÍSTICA "TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUITO A NIVEL NACIONAL.

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA
FECHA dd-mm-aaa	13/3/2023	14/3/2023	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	16:46	17:50	
Hora Inicio de Labores el día de retorno		15/3/2023 - 08H00	

TRANSPORTE UTILIZADO			SALIDA		LLEGADA	
TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	ruta	FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm	FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm
AREO	LATAM AIRLINES	Quito - Guayaquil	13/3/2023	16:46	13/3/2023	17:39
AÉREO	LATAM AIRLINES	Guayaquil- Quito	14/3/2023	17:00	14/3/2023	17:50

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



EDUARDO GUAMIALAMÁ RUANO

NOTA

El presente informe deberá presentarse una vez que se han cumplido las tareas oficiales o servicios institucionales, caso contrario la liquidación se demorará e incluso de no presentarlo tendría que resistir los valores pagados. Cuando las tareas oficiales o servicios institucionales sea superior al número de horas o días autorizados, se deberá adjuntar la autorización por escrito de la Máxima Autoridad o su Delegada/o.

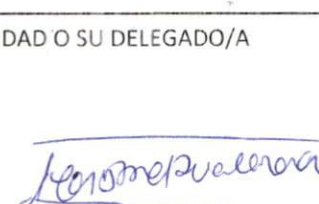
FIRMAS DE APROBACIÓN

JEFA/E DE LA UNIDAD



FABRICIO CEVALLOS ROBLES

MÁXIMA AUTORIDAD O SU DELEGADO/A



MARIA CRISTINA RIVADENEIRA



Municipio de Quito

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS CARAVANA TURÍSTICA 'TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO'

1. Antecedentes

1.1 Mediante la Ordenanza Metropolitana N°309, contenida en el Código Municipal Metropolitano, 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.

1.2 En los últimos años la estrategia de marketing para el destino Quito, se ha articulado al Plan Estratégico al 2021, realizado en 2016, que consistía en identificar las acciones promocionales en función de los mercados internacionales prioritarios para la ciudad. Sin embargo, debido a todos los acontecimientos derivados a raíz de la pandemia, la dinámica ha tenido que flexibilizarse y adaptarse a la nuevas realidades, y no solamente para Quito sino a nivel mundial, razón por la que, la nueva estrategia de promoción y difusión turística del destino Quito ha definido tres escenarios de recuperación, iniciando desde el turismo interno, luego el regional y finalmente el internacional, de acuerdo como se han identificado las proyecciones de reactivación turística dadas por la OMT.

1.3 El Municipio de Quito, a través de Quito Turismo, desarrolló en el mes de junio 2020 en conjunto con la industria turística local, la academia y otros actores, el Plan Emergente para la Reactivación del Sector Turístico del DMQ que contiene estrategias y acciones para impulsar la actividad turística que tan fuertemente fue afectada por la crisis sanitaria Covid-19, parte de estas estrategias se enfocan de forma fundamental a difundir y promocionar las novedades de los destinos, como se han preparado para la nueva realidad, sus nuevas experiencias, servicios y ofertas turísticas, con la finalidad de iniciar una nueva fase de inspiración que busque motivar los deseos de viaje y visita de los mercados objetivos.

1.4 Con Memorando Nro. EPMGDT-GT-2023-0029, de 9 de marzo de 2023, la Gerencia Técnica entrega a la Gerencia General el informe técnico correspondiente a la participación en la Caravana Turística "Tu Historia Comienza En Quito", a realizarse en Guayaquil y Manta, el 14 y 16 de marzo más días de viaje, con la finalidad de promocionar el destino Quito y promover el turismo local; y solicita la autorización para que la delegación propuesta en dicho informe pueda participar de esta comisión de servicios.

1.5 Con sumilla inserta en Memorando Nro. EPMGDT-GT-2023-0029, de 9 de marzo de 2023, la Gerencia General autoriza para que la delegación propuesta en dicho informe pueda participar de la comisión de servicios y continuar con el debido proceso bajo la normativa legal vigente.

1.6 Mediante correo electrónico, de 9 de marzo de 2023, la Dirección de Mercadeo solicita a la Jefatura Financiera el cálculo de viáticos, previo a la solicitud de Certificación presupuestaria, para cumplir la comisión de participación en la Caravana Turística "Tu Historia Comienza En Quito", a realizarse en Guayaquil y Manta, el 14 y 16 de marzo más días de viaje, con la finalidad



Municipio de Quito

de promocionar el destino Quito y promover el turismo local.

1.7 Mediante correo electrónico, de 9 de marzo de 2023, la Jefatura Financiera remite el cálculo de viáticos para la comisión de participación en la Caravana Turística "Tu Historia Comienza En Quito", a realizarse en Guayaquil y Manta, el 14 y 16 de marzo más días de viaje, con la finalidad de promocionar el destino Quito y promover el turismo local.

1.8 Mediante Memorando Nro. EPMGDT-JTH-2023-0022, de 9 de marzo de 2023, Jefatura de Talento Humano solicitó a la Gerencia Financiera Administrativa la emisión de la Certificación Presupuestaria por el concepto de viáticos y subsistencias de la Ing. María Cristina Rivadeneira, gerente General, así como también del servidor Eduardo Guamialama, jefe de Comunicación, quienes en representación de la empresa estarán viajando a Guayaquil para representar a Quito dentro de Caravana Turística Nacional y de esta manera promover turísticamente el destino a través de eventos para medios de comunicación y personalidades importantes para la industria así como un evento para la industria MICE.

1.9 Mediante Memorando Nro. EPMGDT-GT-2023-0030, de 10 de marzo de 2023, la Gerencia Técnica solicita a la Gerencia Financiera Administrativa emitir el respectivo informe financiero que hace parte del proceso de solicitud de viáticos nacionales para la participación de los delegados de Quito Turismo en la Caravana Turística "Tu Historia Comienza en Quito" a realizarse el 14 y 16 de marzo en la ciudad de Guayaquil y Manta, más días de viaje.

1.10 Con Memorando Nro. EPMGDT-GFA-2023-0610, de 10 de marzo de 2023, la Gerencia Financiera Administrativa emite el "INFORME FINANCIERO PARA VIAJES AL INTERIOR DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO - QUITO TURISMO", de 10 de marzo de 2023.

1.11 Mediante correo electrónico, de 10 de marzo de 2023, la Jefatura de Comunicación solicitó la emisión de pasajes aéreos para los funcionarios que son parte de la comisión que viajará a Guayaquil y Manta para la caravana turística 'Tu historia comienza en Quito' y la presentación de destino con la industria MICE.

1.12 Mediante correo electrónico, de 10 de marzo de 2023, la Administradora del Contrato de Pasajes aéreos remitió a la Jefatura de Comunicación los pasajes aéreos para los funcionarios que son parte de la comisión que viajará a Guayaquil y Manta para la caravana turística 'Tu historia comienza en Quito' y la presentación de destino con la industria MICE.

1.13 Mediante Memorando Nro. EPMGDT-GFA-2023-0623, de 14 de marzo de 2023, la Gerencia Financiera Administrativa emitió las certificaciones presupuestarias N° 76 transacción N° 97 y la certificación presupuestaria N° 77 transacción N° 98, con fecha 10 de marzo de 2023, por el concepto de viáticos y subsistencias de la Ing. María Cristina Rivadeneira, gerente General, así como también del servidor Eduardo Guamialama, jefe de Comunicación, quienes en representación de la empresa estarán viajando a Guayaquil para representar a Quito dentro de Caravana Turística Nacional y de esta manera promover turísticamente el destino a través de eventos para medios de comunicación y personalidades importantes para la industria, así como un evento para la industria MICE.



Municipio de Quito

Estrategia de mercadeo nacional

En relación a la estrategia de marketing para el mercado nacional de acuerdo con los antecedentes mencionados y la situación actual producto de la pandemia por COVID-19 a nivel mundial, es de suma importancia continuar con las acciones promocionales para continuar con la reactivación del turismo a la ciudad de Quito principalmente en los mercados local y nacional.

El enfoque y directrices de la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito continuarán con la priorización de generar mayor número de acciones para la promoción de la ciudad de Quito en este mercado.

Es por esta razón que el turismo local y nacional adquiere un protagonismo necesario y priorizado por el gran potencial de desarrollo que tiene debido a que el enfoque de recuperación turística de toda la industria en general estará inclinado hacia estos mercados, para adaptar productos y servicios hacia el quiteño y más adelante hacia el ecuatoriano; todos estos orientados en realzar el valor de consumir primero lo nacional y ser solidarios con el destino para su debida recuperación.

Es trascendental que el destino trabaje con la industria turística local, proveedores, experiencias, artesanos y todos los que de una u otra manera generan valor agregado a Quito, así como el trabajo en conjunto con destinos estratégicos dentro del Ecuador para sacar adelante de una manera sostenida y sustentable a la industria turística que ahora se encuentra en un proceso de adaptación y flexibilización de la oferta enfocada hacia un viajero post Covid.

La recuperación del turismo inicialmente se está dando por un mercado de oportunidad como es el local, los primeros viajes que se han reactivado son aquellos destinos cercanos, viajes de un día (excursionismo) o de fin de semana, por tanto, es importante trabajar en estrategias y experiencias turísticas dirigidas para el turista local, ofertar viajes por carreteras, brindar valores agregados de extrema higiene y seguridad en el destino, conectar con los turistas en mayor grado y principalmente promocionar el destino y sus recursos de forma constante a través de medios tradicionales y no tradicionales.

El perfil del turista no es el mismo que antes de la pandemia, no se ha dejado de viajar, pero sin duda se está cambiando la manera de hacerlo, por lo cual es importante enfocar las estrategias de mercado de acuerdo a las necesidades de este nuevo visitante, quien busca en su gran mayoría destinos que le proporcionen seguridad y cumplan con los protocolos de bioseguridad, constituyéndose esto en algo indispensable a la hora de elegir donde viajar, es por esta razón que los productos y servicios turísticos de Quito deberán estar adaptados y alineados a estas necesidades, con el único fin de lograr una recuperación que alcance por lo menos el gasto total de turismo interno reportado en el 2019 de USD \$ 4,1 millones de dólares y alcanzar dentro de los feriados nacionales las cifras reportadas en ese mismo año de 548.000 viajes de turistas internos.¹

La estrategia de marketing nacional para la ciudad de Quito segmenta las acciones promocionales en función del siguiente direccionamiento:

¹ Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador



Municipio de Quito

- Prensa (viajes de Prensa, marketing de Influencers, monitoreo de clipping, ruedas de prensa)
- Trade (acuerdos con TTOO, vistas, capacitaciones, viajes de familiarización, eventos BTL)
- Consumidor Final (campañas promocionales de destino, activaciones BTL, eventos, promoción en otros medios)

Estrategia MICE

El turismo de reuniones es uno de elementos que tienen mayor influencia en la economía de nuestro país. Según la investigación realizada por Quito Turismo, este segmento genera entre 5 y 7 veces más ingresos que el turismo tradicional de ocio o placer, ya que cada turista de negocios tiene un gasto aproximado de \$607 por los tres días del evento, y la cadena de valor involucra a diferentes sectores, tanto público, privado y gremios de profesionales, entre ellos: promoción, alimentación, locaciones, transporte, decoración, hospedaje, y demás servicios.

La industria de reuniones, atraer el mayor ingreso para un destino turístico, y se divide en segmentos de mercados que son los congresos, eventos corporativos, ferias e incentivos. Existe adicionalmente un nuevo nicho que es el SERFM (social, educativo, religioso, familiar y militar).

El interés de muchos destinos turísticos por desarrollar la industria de reuniones se asocia con los beneficios que éste genera:

- a) Regula la estacionalidad de la demanda turística;
- b) Mejora la ocupación en temporadas bajas; La prolongada duración de algunos eventos promueve una estadía mayor de los visitantes en el destino, con el consecuente incremento del gasto total.
- c) Contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes
- d) Crea empleos, generalmente, calificados;
- e) Moviliza localmente una gran cantidad de dinero en otras actividades económicas existentes en la comunidad receptora, en especial las dedicadas a proveer de servicios específicos (traducción, decoración, catering, seguridad, etc.), hoteles, restaurantes, como así también lugares de espectáculos y de compras.
- f) Promueve la capacitación e intercambio profesional y de conocimientos;
- g) Se constituye como una herramienta de paz entre los países;
- h) Moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del eslabonamiento productivo con otras actividades económicas;
- i) Se constituye como un factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales;
- j) Promociona el destino ya que un alto porcentaje de los participantes repite su visita al lugar; y mejora la infraestructura al incrementarse el número de eventos surge la necesidad de mejorar los servicios.
- k) Hay mayor distribución del ingreso per cápita y mayor generación de empleos – se utilizan todos los sectores de servicios, alimentos y bebidas, transporte, alojamiento, compras etc.
- l) Promoción focalizada – la promoción del destino se centraliza hacia los comités organizadores de eventos.

Participación en eventos turísticos

Una de las estrategias del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo de Quito, la “Especialización



Municipio de Quito

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, road shows, caravanas y capacitaciones, en donde la promoción de un destino se la realiza directamente entre empresas y actores turísticos que ofrecen el servicio y/o destino; y acciones de impacto enfocadas al consumidor final directo que busquen como eje primordial la inspiración de viaje aprovechando oportunidades de promoción turística de los productos

Caravana turística 'Tu historia comienza en Quito'

La realización de LA CARAVANA TURISTICA "TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" representa una gran oportunidad de repotenciar la cadena de valor turística de la ciudad de Quito, a través de la presentación y promoción de productos y experiencias creadas por la ciudad y dirigidas a promover el turismo interno permitiendo así dinamizar la reactivación turística del destino y la generación de negocios a través del incremento del volumen de visitantes y turistas a nivel nacional.

De igual manera la estrategia de promoción de la ciudad como destino para atraer eventos, la cual busca promocionar a Quito en el mercado nacional para captar un número mayor de eventos de las empresas que se encuentran en la ciudad de Guayaquil.

La estrategia de este evento consiste en presentar en dos días, al mercado objetivo de visitantes de Guayaquil y Manta, una actualización de la oferta turística de la ciudad, la agenda de eventos enfocadas en los hitos de temporada como: Semana Santa y todas las novedades que la ciudad de Quito tiene para ofrecer al segmento interno de visitantes en marco del feriado y fines de semana para disfrutar del DMQ.

La participación de la delegación de Quito, conformada por el equipo técnico de la Oficina de Promoción Turística, representada y liderada por la presencia de la máxima autoridad de Quito Turismo, será la clave para generar toda la interacción, difusión y presencia de la ciudad ante la industria turística y medios de comunicación de cada una de las ciudades.

FICHA TÉCNICA CARAVANA TURÍSTICA 'TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO'	
Edición:	Primera Frecuencia: semestral
Asistentes:	Medios de prensa tradicionales y digitales Asociaciones y gremios relacionados a la actividad turística Autoridades Tour Operadores Trade Turístico Agencias de publicidad organizadoras de eventos Segmento corporativo de la ciudad de Guayaquil que emiten pasajeros y eventos a la ciudad de Quito Cámaras de Comercio y otros sectores productivos
Concepto:	- Se invitará a medios de comunicación, prensa, medios digitales, medios de estilo de vida e influencers. - Presentar al consumidor final a través de medios de prensa y trade turísticos de las ciudades de Guayaquil



Municipio de Quito

Ciudades:	y Manta, la agenda de actividades e iniciativas que la ciudad de Quito tiene planificado para las vacaciones del ciclo Costa y el hito de ciudad como es Semana Santa dentro del DMQ. Se realizará de igual manera una presentación de destino específica del segmento MICE con información relevante sobre la nueva oferta que tiene la ciudad en cuanto a nuevos proyectos hoteleros y de espacios de convenciones
	Guayaquil Martes, marzo 14 Desayuno de Presentación de Destino (MICE) Lugar: Tryp by Whyndham Hora: 08H30 Martes, marzo 14 Rueda de Prensa Lugar: Tryp by Whyndham Hora: 11H00 Manta Jueves, marzo 16 Rueda de Prensa Lugar: Mantahost Hotel Hora: 11H00
Detalles logísticos:	ESCENOGRAFÍA: - PANTALLA LED PITCH 3 DE 4,5 M X 2M - PROCESADOR DE VIDEO + LAPTOP 6 NEXO GEO 8S 2 SUB BAJOS 2 MONITORES 2 MICROFONOS INALAMBRICOS - ILUMINACION 20 TACHOS LED 4 ROBÓTICAS 2 MINIBRUTOS - INTERFAZ ADJ + LAPTOP DE SET
	ACTIVACIONES EXPERIENCIALES: 1 PRESENTADOR 2 PERSONAJES CARACTERIZARAN A LOS FIELES DE SEMANA - SANTA Y ESTABLECERAN UN DIALOGO CONTANDO LA EXPERIENCIA 7 PERSONAJES ESTATICOS DE SEMANA SANTA PARA FOTOS 6 PANTALLAS LUMINOSAS CON FOTOS LUGARES TURÍSTICOS DE QUITO A MANERA DE CUADROS LUMINOSOS 2 CUCURUCHOS RECIBIRÁN A LOS INVITADOS



Municipio de Quito

	• 2 ATACHES CARGANDO PANTALLAS LUMINOSAS EXPLICARÁN COMO DESCARGARSE LA APP VISIT QUITO • ESTACIONES DE CANELAZO, DULCES TRADICIONALES • 1 BACKING + VIDEO 360 DEL METRO DE QUITO • 1 PERSONAJE DE OSO ANDINO DE ANTEOJOS • SE SERVIRÁ CANELAZO DURANTE TODA LA RUEDA DE PRENSA
	GIFT BOX: Bolsa de papel que incluye: • Cucurucho • Dulces tradicionales
Líneas de comunicación para lanzamiento de actividades programadas:	1. OFERTA TURÍSTICA DE QUITO PARA VACACIONES DEL CICLO COSTA a. Centro Histórico y nuevas experiencias b. El Centro del Mundo c. La biodiversidad del Chocó Andino d. Las Parroquias Rurales 2. HITOS DE CIUDAD – SEMANA SANTA a. Eventos de la Semana Santa Quiteña Urbano y Rural 3. RUTAS TURISTICAS a. Calendario de Rutas Turísticas b. Información de cómo acceder a las rutas 4. PRODUCTOS MICE a. Nueva oferta hotelera de Quito b. Centro de Convenciones Metropolitano c. Conectividad Nacional d. Gestión de Quito Turismo

2. Detalle de las actividades realizadas

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS			
ACTIVIDADES	FECHA	LUGAR / INSTITUCIÓN	HORA
Viaje Quito – Guayaquil	13/03/2023		16h46 a 17h39 ✓
Supervisión montaje desayuno con la industria MICE y caravana turística 'Tu historia comienza en Quito'	13/03/2023	Salón Rocafuerte Hotel TRYP by Wyndham	18h00 a 20h00 ✓
Presentación de destino a la industria MICE	14/03/2023	Salón Rocafuerte Hotel TRYP by Wyndham	08h00 a 10h00 ✓
Atención a medios de comunicación	14/03/2023	Salón Rocafuerte Hotel TRYP by Wyndham	10h00 a 11h00 ✓
Caravana turística 'Tu historia comienza en Quito'	14/03/2023	Salón Rocafuerte Hotel TRYP by Wyndham	11h00 a 13h00 ✓



Municipio de Quito

Procesamiento de boletín y material audiovisual para medios de comunicación	14/03/2023	Salón Rocafuerte Hotel TRYP by Wyndham	14h00 a 16h00
Viaje Guayaquil – Quito	14/03/2023		17h00 a 17h50
Viaje Quito – Manta	16/03/2023		07h29 a 08h15
Supervisión montaje caravana turística 'Tu historia comienza en Quito'	16/03/2023	Salón Manabí Mantahost Hotel	09h00 a 10h00
Atención a medios de comunicación	16/03/2023	Salón Manabí Mantahost Hotel	10h00 a 11h30
Caravana turística 'Tu historia comienza en Quito'	16/03/2023	Salón Manabí Mantahost Hotel	11h30 a 13h30
Procesamiento de boletín y material audiovisual para medios de comunicación	16/03/2023	Salón Manabí Mantahost Hotel	13h30 a 15h30
Viaje Manta – Quito	16/03/2023		19h06 a 19h50

2.1 Presentación de destino a la industria MICE Hotel TRYP by Wyndham, Guayaquil

- Coordinación y supervisión del montaje del evento y ubicación de la marca ciudad
- Presentación del evento
- Coordinación con producción para transmisión de video y presentación de información
- Cobertura fotográfica del evento

2.2 Caravana turística 'Tu historia comienza en Quito' Hotel TRYP by Wyndham, Guayaquil

- Coordinación y supervisión del montaje del evento y ubicación de la marca ciudad
- Coordinación con medios de comunicación locales para entrevistas con la vocera institucional, Cristina Rivadeneira
- Coordinación simultánea para transmisión de videos en el evento, de acuerdo con el discurso de la vocera institucional
- Cobertura fotográfica de entrevistas al vocero institucional y del evento
- Coordinación con medios de comunicación para envío de material audiovisual: videos y fotos de Quito para que sean incluidos en las publicaciones
- Coordinación con medios de comunicación para futuras acciones conjuntas con el objetivo de difundir los atractivos del destino

2.3 Caravana turística 'Tu historia comienza en Quito' Mantahost Hotel, Manta

- Coordinación y supervisión del montaje del evento y ubicación de la marca ciudad
- Coordinación con medios de comunicación locales para entrevistas con la vocera institucional, Cristina Rivadeneira
- Coordinación simultánea para transmisión de videos en el evento, de acuerdo con el discurso de la vocera institucional



Municipio de Quito

- Cobertura fotográfica de entrevistas al vocero institucional y del evento
- Coordinación con medios de comunicación para envío de material audiovisual: videos y fotos de Quito para que sean incluidos en las publicaciones
- Coordinación con medios de comunicación para futura acciones conjuntas con el objetivo de difundir los atractivos del destino

3. Resultados y oportunidades generadas

3.1 Difusión en medios de comunicación de Guayaquil y Manta, con un Media Value Noticioso preliminar de USD 69.389:

- <http://bit.ly/3Z16XCv>
- <http://bit.ly/3Z19wEC>
- <http://bit.ly/3yUxJSg>
- <https://fb.watch/jjdaxnmLmM>
- <https://fb.watch/jiCXHwcur0>
- <https://fb.watch/jiCZzla0EC>
- <http://bit.ly/3yOzmB8>
- <http://bit.ly/3JTgF5n>
- <http://bit.ly/3FDiHEo>

3.2 Publicación en redes sociales de las actividades realizadas:

- <https://twitter.com/EPMQuitoTurismo/status/1635660627736686593>
- <https://twitter.com/EPMQuitoTurismo/status/1635741443695280131>
- <https://twitter.com/EPMQuitoTurismo/status/1636441875874758699>

3.3 Publicación de boletín informativo en página web institucional y del Municipio de Quito:

- <https://www.quito-turismo.gob.ec/news/quito-expone-su-oferta-mice-en-guayaquil/>
- <https://www.quito-turismo.gob.ec/news/medios-de-comunicacion-guayaquilenos-conocieron-la-oferta-turistica-de-quito/>
- <https://www.quito-turismo.gob.ec/news/manta-conocio-la-oferta-turistica-de-la-capital-del-centro-del-mundo/>
- <http://www.quitoinforma.gob.ec/2023/03/20/quito-expuso-su-oferta-mice-en-guayaquil/>
- <http://www.quitoinforma.gob.ec/2023/03/16/medios-de-comunicacion-guayaquilenos-conocieron-la-oferta-turistica-de-quito/>
- <http://www.quitoinforma.gob.ec/2023/03/17/manta-conocio-la-oferta-turistica-de-la-capital-del-centro-del-mundo/>

4. Conclusiones

- El alcance y presencia en medios de comunicación tiene un alto impacto en la ciudadanía de las ciudades y provincias visitadas.
- Existe un alto interés de los medios de comunicación locales de visitar Quito para realizar reportajes promocionales en sus provincias.
- Se espera un mayor flujo de turistas nacionales, provenientes de las provincias visitadas.
- Se recomienda replicar la caravana turística en otras ciudades de la costa como Quevedo y Santo Domingo; y, previo a la temporada de vacaciones en los regímenes Sierra y



Municipio de Quito

Amazonía, visitar ciudades como Cuenca, Loja, Riobamba, Ambato, Latacunga, Ibarra y Tulcán.

5. Anexos

- ANEXO 1 INFORME FOTOGRÁFICO
- ANEXO 2 FACTURAS
- ANEXO 3 MEDIA VALUE NOTICIOSO PRELIMINAR

Elaborado por:



Firmado electrónicamente por:
JAIME EDUARDO
GUAMIALAMA RUANO

Eduardo Guamialamá Ruano
JEFE DE COMUNICACIÓN
QUITO TURISMO

Revisado por:



Firmado electrónicamente por:
GALO FABRICIO
CEVALLOS ROBLES

Fabricio Cevallos Robles
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN
QUITO TURISMO