

**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO**

COMPROBANTE DE DIARIO N° 1506 FECHA: 31/08/2018

©

Asiento N° 3847

Compromiso N° 330

DETALLE DEL COMPROBANTE:

PACHECO CUESTA MARIA BELEN.- LIQUIDACION DE VIATICOS Y SUBSISTENCIAS PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS "TURISM PROMOTION AND MARKETING" EN TOKIO - JAPON DEL 10 DE JULIO AL 11 DE AGOSTO. MEMORANDO N° EPMGDT-JTH-204-2018 SOLICITA MARIA DEL CARMEN CARRERA.

				PATRICIA LLERENA
APLICACION CONTABLE				
Código	Descripción	Parcial	Debe	Haber
1.5.2.33.04.001	VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR		359.55	
2.1.3.73.01.001	CUENTAS POR PAGAR BIENES Y SERVICIOS DE INVERSI		359.55	
6.3.1.51.01	INVERSIONES DE DESARROLLO SOCIAL		359.55	
1.1.2.15.01.001	ANTICIPOS DE VIATICOS, PASAJES Y OTROS DE VIAJE INSTITUCIONAL			359.55
1.5.2.98.01.001	(-) APLICACION A GASTOS DE GESTION			359.55
2.1.3.73.01.001	CUENTAS POR PAGAR BIENES Y SERVICIOS DE INVERSION			359.55
	SUMAN o PASAN USD		1,078.65	1,078.65
APLICACION PRESUPUESTARIA				
Partida Presupuestaria		Compromiso	Devengado	Pago
01.02.05.01.730304.000.17.01.001.0000.0000	VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL E		359.55	359.55
	TOTAL GASTOS USD	0.00	359.55	359.55

CECIBEL TUALOMBO O.
Jefe Financiera

PATRICIA LLERENA M.
Contadora

Recibi

**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO
COMPROMISO No: 330**

Certificación No: 190

Transacción No: 7955

Fecha: 30/08/2018

Proveedor: PACHECO CUESTA MARIA BELEN

Identificación: Cédula 1721434221

Programa: 01 QUITO TURISMO

SubPrograma: 02 MERCADEO

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Documento	No	Fecha	Valor	Detalle
MEMORANDO	EPMGDT-DM-2018-136	21/06/2018	359.55	SOLICITUD DE DISPONI

DETALLE:

PACHECO CUESTA MARIA BELEN.- LIQUIDACION DE VIATICOS Y SUBSISTENCIAS PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS "TURISM PROMOTION AND MARKETING" EN TOKIO - JAPON DEL 10 DE JULIO AL 11 DE AGOSTO. MEMORANDO N° EPMGDT-JTH-204-2018 SOLICITA MARIA DEL CARMEN CARRERA.

GLOPEZ

©

Partida Presupuestaria	Valor	Disponibilidad Previa
01.02.05.01.730304.000.17.01.001.0000.0000 VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EX	359.55	42,878.14
Total =>	359.55	42,878.14


CECIBEL TUALOMBO O.
Jefe Financiera

30/08/2018 16:46

Página 1/1

QUITO
TURISMO
CONTABILIDAD

30 AGO 2018

Recibido por:

0000157

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

CONTROL PREVIO LIQUIDACION VIATICOS Y SUBSISTENCIA

FUNCIONARIO RESPONSABLE: Pacheco Cuesta María Belén

CONCEPTO: Liquidación viáticos y subsistencia

LUGAR DEL DESTINO: Jica Japón

VALOR TRANSFERIDO: \$ 359,55

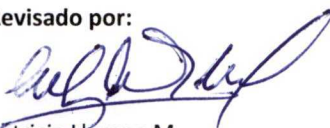
VALOR DEL GASTO: \$ 359,55

DOCUMENTO HABILITANTE: Memorando EPMGDT-DM-2018-190

FECHA DEL DOCUMENTO: 22-ago-18

No.	DOCUMENTO	CONTROL		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Memorando entrega informe	V		
2	Formulario de Informe cumplimiento de actividades	V		
3	Informe del evento	V		
4	Pases a bordo	V		
5	Factura de alojamiento legalizada	V		
6	Seguro de viaje	V		
7	Notificación de comisión de servicios	V		
8	Acción de personal	V		

Revisado por:



Patricia Llerena M.

CONTADORA

Quito, 30 de Agosto 2018

0000156

30/08/2018 LIQUIDACION VIATICO Y SUBSISTENCIA DEL 10 AL 11 DE AGOSTO 2018 A ATLANTA EEUU 1,40)

Participación de Quito en Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion a			GRADO	COEFICIENT	VR.D.VIATICO	VR.D.SUBSIS
DIA	MES	PACHECO CUESTA MARIA BELEN	170,00	1,41	239,70	119,85
			VALOR			
10 AGOSTO		VIATICO	239,70			
11 AGOSTO		SUBSISTENCIA	119,85			
			TOTAL VIATICOS			
			TOTAL SUBSISTENCIA			
			TOTAL		359,55	

Viático: es cuando una persona tiene que pernoctar fuera de su domicilio

Subsistencia: cuando se desplazan fuera de su domicilio y lugar de trabajo por jornadas de 6 a 8 horas y regresan a su domicilio.

0000155

6. Financiera Administrativa

City
Favor revisar
y responder
29.08.2018

QUITO
ALCALDÍA

Para conocimiento y gestión
con base a norma legal vigente.

MEMORANDO EPMGDT-DM-2018-190

Quito DM, 22 Agosto 2018

PARA : Leonidas Espinosa
GERENTE GENERAL SUBROGANTE

Dennis Swanberg
DIRECTOR DE MERCADEO

ASUNTO: Entrega de Informe de Cumplimiento Participación Programa "Tourism Promotion and Marketing" Otorgado por JICA

22/08/18

FINANCIERO
FAVOR AVALIZAR Y
PREPARAR SOCIETES
DE PAGO; O REGISTRO
SEGUN CORRESPONDA
23/AGO/2018

Por medio de la presente hago la entrega del Formulario de Viáticos y el Informe de Cumplimiento de Actividades realizadas como representante de Quito Turismo durante la comisión de servicios para la participación de Quito Turismo en el Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing" organizado por la Agencia de Cooperación Internacional de Japón "JICA", desarrollado en la ciudad de Tokio-Japón, en el periodo comprendido entre el 11 de julio al 10 de agosto 2018 más los días correspondientes de viaje.

Por favor sírvase revisar y autorizar los documentos adjuntos para proceder con la entrega del reporte de viáticos y actividades a la Gerencia Administrativa-Financiera.

Documentos adjuntos:

- Formulario de Viáticos Viaje Japón
- Informe de Cumplimiento de Actividades
- Perfil del Visitante Japonés
- Plan de Acción presentado y aprobado por JICA.

Particular que pongo en conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,

Maria Belén Pacheco

María Belén Pacheco
Coordinadora de Promoción

Adj./ Formulario de Viáticos e Informe de cumplimiento con anexos correspondientes

QUITO
GERENCIA GENERAL

22 AGO 2018

Recibido por:

Ismael
11:10

QUITO
CONTABILIDAD
29 AGO 2018

Recibido por:

luf 12423

QUITO
JEFATURA
FINANCIERA
29 AGO. 2018
12:21
Recibido Por: *Gloria*

QUITO
GERENCIA FINANCIERA
ADMINISTRATIVA
22 AGO. 2018
16:00
Recibido Por: *Chantal*

TURISMO

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES

Nro. DE INFORME :

FECHA DE INFORME: 20/08/2018

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :
PACHECO CUESTA MARIA BELEN

PUESTO :
COORDINADORA DE PROMOCION

CIUDAD - PAÍS : TOKIO - JAPON

NOMBRE DE LA UNIDAD DE LA O EL SERVIDOR :

DIRECCIÓN DE MERCADEO

SERVIDORAS / ES QUE INTEGRAN EL CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES :
Solo mi persona

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

REPRESENTACIÓN DE QUITO TURISMO EN EL PROGRAMA DE CO-CREACIÓN DE CONOCIMIENTOS "TOURISM PROMOTION AND MARKETING" ORGANIZADO POR LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DE JAPÓN "JICA".

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA
FECHA dd-mm-aaa	09/07/2018	11/08/2018	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	23:45	22:45	
Hora Inicio de Labores el día de retorno		15/08/2018	
TRANSPORTE UTILIZADO			
TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	ROUTA	
AÉREO	DELTA	Quito -Atlanta	
AÉREO	DELTA	Atlanta - Tokio	
AÉREO	DELTA	Tokio - Atlanta	
AÉREO	DELTA	Atlanta - 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

[Firma manuscrita]

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

[Firma manuscrita]

DENNIS SWANBERG

MÁXIMA AUTORIDAD O SU DELEGADO/A

[Firma manuscrita]

LEONIDAS ESPINOSA

Fecha: 20 de agosto 2018

**INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS
PARTICIPACIÓN EN PROGRAMA DE CO-CREACIÓN DE CONOCIMIENTOS
"TOURISM PROMOTION AND MARKETING"**

DENOMINACION:

- ✓ Programa de Co-Creación de Conocimientos **"Tourism Promotion and Marketing"** organizado por el Centro Internacional JICA Tokyo, que se llevó a cabo del 11 de julio al 10 de agosto del 2018.

ANTECEDENTES:

- La Oficina de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA en el Ecuador, el 16 de febrero mediante Oficio N° JICA ECU 084 2018, realizó la invitación a Verónica Sevilla, Gerente General de Quito Turismo a participar en el Programa Beca de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing", organizado por el Centro Internacional JICA Tokyo que se llevará a cabo del 11 de julio al 10 de agosto del 2018; cuyo objetivo principal está enfocado en adquirir conocimientos para desarrollar un plan estratégico de marketing y promoción turística.
- Mediante Oficio N° EPMGDT-2017-001501 del 6 de marzo del 2018, dirigido a Toshiaki Furuya, Representante de la Agencia JICA; Leonidas Espinosa, Gerente General Subrogante de Quito Turismo, confirma la nominación de la señorita María Belén Pacheco, Coordinadora de Promoción y Operación Internacional, quien cumple con el perfil solicitado por las características del curso, además de ser funcionaria permanente de la empresa.
- El 9 de abril del 2018, la funcionaria nominada realiza la entrega a la Agencia de Cooperación Internacional de Japón JICA de todos los documentos solicitados de postulación al programa educativo entre los que se encuentran: el formulario de aplicación al programa educativo; certificados de estudios, certificados de conocimiento del idioma inglés, documentos de viaje, entre otros.
- Mediante oficio JICA ECU 230 2018, Takeo Ishikawa, Representante de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón notifica a Verónica Sevilla, Gerente General de Quito Turismo, la aceptación de la nominación de la señorita María Belén Pacheco Cuesta, para participar en el Programa de Co-Creación "Tourism Promotion and Marketing"
- Durante el periodo del 11 de julio al 10 de agosto del 2018, la funcionaria María Belén Pacheco, Coordinadora de Mercadeo participó en el programa de entrenamiento "Tourism Promotion and Marketing" desarrollado en el Centro Internacional de Estudios TIC de Japan International Cooperation Agency (JICA), localizado en la ciudad de Tokio- Japón, como representante única de la ciudad de Quito y Ecuador.



0000152

ANÁLISIS TÉCNICO:

Para Quito Turismo, la participación en este Programa Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing", constituyó una valiosa oportunidad de proyección de acciones y proyectos en favor del desarrollo y promoción del turismo en el Distrito Metropolitano de Quito.

El intercambio de experiencias con gestores turísticos de Japón generó una visión de factibilidad para el planteamiento de acciones que permitan a Quito Turismo alcanzar objetivos como:

- ✓ Innovación del plan de promoción de Quito con acciones de vanguardia.
- ✓ Obtención de nuevos conocimientos para apoyar a los empresarios en la creación de nuevos productos turísticos sostenibles e innovadores.
- ✓ Identificación del perfil del visitante japonés, con el fin de identificar sus intereses y necesidades para crear o adaptar nuestra oferta turística a sus intereses, y convertir al Japón en un mercado de oportunidad para nuestro destino.
- ✓ Diseño de un nuevo Plan de Marketing con nuevas estrategias que posicionen a Quito en el mundo digital turístico.
- ✓ Creación de un nuevo producto turístico en Quito enfocado en los consumidores japoneses.
- ✓ Incremento del número de visitantes a Quito desde Japón.
- ✓ Incorporación de nuevas formas de promover nuestro destino basadas en la experiencia japonesa.
- ✓ Benchmarking de las estrategias de promoción turística que Japón utiliza para sus mercados prioritarios.

MODALIDAD DEL PROGRAMA DE CO-CREACIÓN DE CONOCIMIENTOS

- Jornadas de entrenamiento diarias (lunes a viernes).
- Horarios de 10h00 a 12h30 (jornada diurna) & 14h00 a 16h30 (jornada vespertina)
- Salidas de Campo
- Curso de entrenamiento en idioma inglés.

AGENDA DE ACTIVIDADES

<i>Fecha</i>	<i>Horario</i>	<i>Contenido del Programa</i>
2018.07.09		Salida Quito-Japón
2018.07.11		Arribo a Japón
2018.07.12	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	General Briefing Program Orientation
2018.07.13	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Presentation of Job Report – Quito and Ecuador Tourism Situation
Fin de Semana + 1 día de feriado nacional		
2018.07.17	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Issues of Eco-Tourism and Promotion Destination Marketing (1)
2018.07.18	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Destination Marketing (2) Outline of Destination Marketing Organization (DMO) by Japanese Government.
2018.07.19	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Tourism Policy of Japanese Government (Japan Tourism Agency) Tourism Destination Marketing – Strategy for Promotion Segmentation
2018.07.20	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Role and Policy of Japan National Tourism Office Travel Trends of Japanese Young Generation
Fin de Semana		
2018.07.23	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Tourism and Digital Marketing SWOT Analysis
2018.07.24	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	World Heritage Tour Promotion Contribution for Achievement of SDG'S in Tourism
2018.07.25	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Risk Management for Tourism Marketing Possibilities and Issues in Tourism
2018.07.26	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	<i>Field Trip:</i> Tourism Promotion and Marketing (Chichibu Saitama Prefecture)
2018.07.27	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	MICE Tourism and Tourism Promotion Role of Guidebook for Tour Promotion
Fin de Semana		
2018.07.30	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Importance of Marketing (Tourist Brand) Role of Japan Association of Travel Agents
2018.07.31	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Role of Tour Operator Contents Marketing by Media
2018.08.01	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Outline of Japanese Overseas Travel <i>Field Trip:</i> Tourism Promotion & Marketing of Museum
2018.08.02	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	<i>Field Trip</i> Tourism Promotion and Marketing (Tochigui Prefecture) Policy of Inbound Tourism in Nikko City (Tochigui Prefecture)

2018.08.03	08:30 – 12:30 14:00 – 16:30	<i>Field Trip Kegon Falls, Lake Chuzen and Sustainable Tourism of Nikko Toshugu Shrine, Sake Brewery, Experience Japanese wood curving.</i>
Fin de Semana		
2018.08.06	10:00 – 12:30 14:00 – 16:30	Case Study for X-Country Activity of Online Travel Agency (OTA) Expedia
2018.08.07	10:00 – 12:30 13:30 – 17:00	Preparation for Destination Marketing Plan (Action Plan)
2018.08.08	10:00 – 11:00 11:00 – 17:30	Preparation for Destination Marketing Plan (Action Plan) Presentation of Action Plan of each country
2018.08.09	10:00 – 11:00 14:00 – 16:30	Evaluation Closing Ceremony
2018.08.10		<i>Retorno a Quito – Ecuador</i>

Importante:

Se adjunta al presente informe:

- Una copia de todas las Hojas de Contenido y Conocimiento desarrolladas para cada una de las materias de entrenamiento, así como, las ideas, comentarios y sugerencias de factibilidad y aplicación en Quito-Ecuador.
- El perfil del visitante Japonés segmentado en jóvenes y adultos.
- Plan de Acción de Quito-Ecuador presentado y aprobado por JICA.

PRESUPUESTO:

De acuerdo a las características y condiciones de este programa educativo, JICA “Agencia de Cooperación Internacional de Japón” cubrió todos los costos de pasaje aéreo, alojamiento, alimentación, seguro médico y transporte interno en territorio japonés.

Quito Turismo a través de la asignación de viáticos cubrió los gastos correspondientes en las ciudades en tránsito y conexión aérea (Atlanta).

0000149

CONCLUSIONES:

Con la participación de Quito Turismo en el Programa de Co-Creación de Conocimientos **"Tourism Promotion and Marketing"** auspiciado por la **Agencia Internacional de Cooperación de Japón** puedo concluir que:

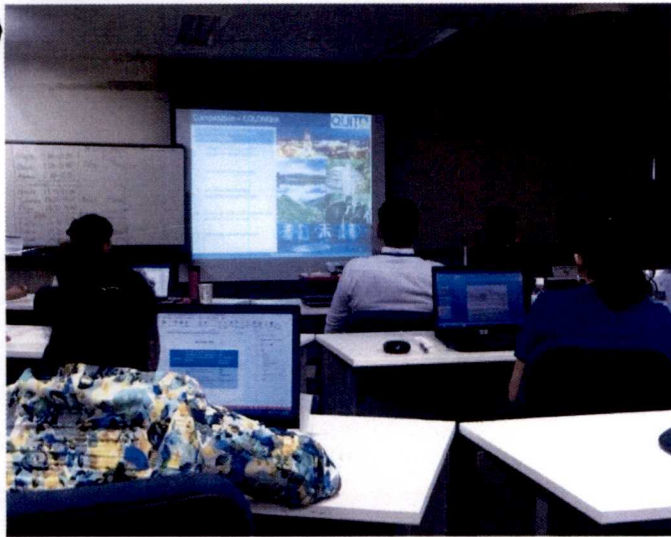
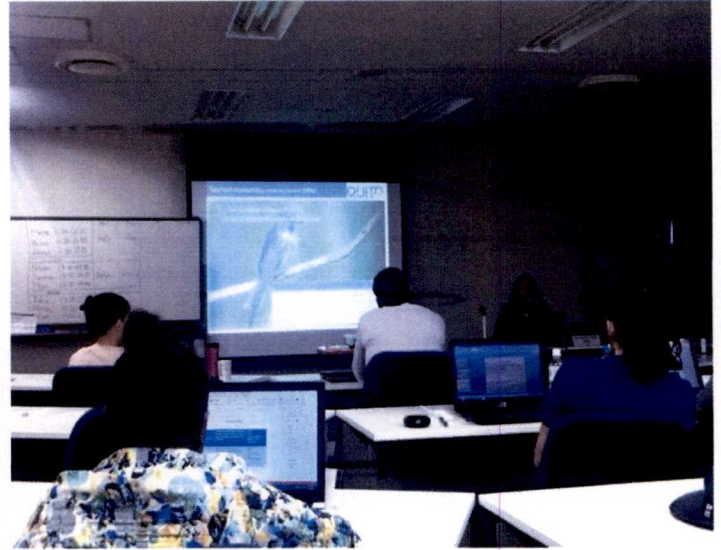
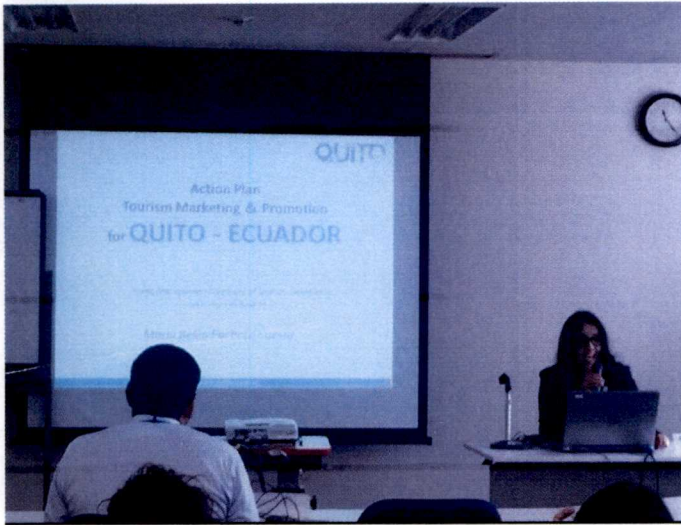
- Se identificaron las limitaciones que tiene Quito-Ecuador en la aplicación de su estrategia de promoción para nuevos mercados internacionales.
- La experiencia de la exitosa estrategia de administración turística japonesa desplegó una serie de opciones para planificar nuevas actividades de promoción que permita a Quito Turismo optimizar recursos económicos en función de hacer acciones promocionales más efectivas.
- Se creó un PLAN DE ACCIÓN para el Distrito Metropolitano de Quito basado en las nuevas tendencias, nuevos segmentos de mercado y experiencias de la industria turística de Japón que enfatiza principalmente la propuesta de valor más importante que Quito y Ecuador tienen para el mundo, que es su posición en el medio del mundo y su recurso turístico enfocado en sus sitios patrimoniales reconocidos por la Unesco y su vida auténtica local.
- Se comprobó que de acuerdo a las características técnicas que un DMO "Destination Management and Marketing Organization" tiene en el mundo, Quito Turismo es una organización muy bien encaminada con objetivos claros a los que hay que fortalecer, se pueden fomentar cambios estructurales en función de la optimización y potencialización de su equipo técnico.
- Se identificó el perfil turístico del mercado Japonés, el mismo que se puede considerar como un mercado de oportunidad para nuestro destino debido a que la oferta turística de Quito y Ecuador encaja en sus intereses y necesidades de viaje, para esto sería necesario planificar una buena estrategia de difusión y posicionamiento del destino.
- Se consideró que como entidad pública a cargo del desarrollo y creación de la oferta turística de Quito, y con el nuevo conocimiento de la actividad turística japonesa se puede emprender acciones que den soporte a los empresarios en la creación de nuevos productos turísticos sostenibles e innovadores adaptados a este nuevo segmento de mercado, ampliando así el posicionamiento del destino en una nueva área geográfica cuyo potencial no ha sido identificado aún por Ecuador y que de acuerdo a las estadísticas y tendencias al 2030 será el nuevo segmento de viajeros del mundo.

0000143

REGISTRO FOTOGRÁFICO:



0000147



0000146

TURISMO

RW

PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES



JICA Tokyo International Center

7 de agosto a las 18:52

(英文記事について日本語が表示されます。画面下までスクロールしてご覧ください)

Nine participants of Tourism Promotion and Marketing(B) went to Chichibu city in Saitama Prefecture for one-day field trip. They studied about DMO programs which introduced over there. During the lecture the mayor of the Chichibu city came to the class and talked with them for a while. (Mayor's blog <http://www.city.chichibu.lg.jp/item/18875.html#moduleid11675>)

After that, they went to see Matsuri Kaikan, Chichibu Shrine and Roadside st... Ver más

Ver traducción



JICA Tokyo International Center

20 de agosto a las 04:05

(英文記事について日本語が表示されます。画面下までスクロールしてご覧ください)

Tourism Promotion and Marketing(B) has finished four weeks course and nine participants successfully have completed all of the programs. They have learnt marketing methods, analysis, Japanese Tourism Policies, Destination Management Organizations in Japan and so on through lectures and field trips. They are now ready to go back home and share what they learnt in Japan in their organizations.

観光振興とマーケティングを学んでいたコースが終了しました。9か国から来た9人の研修員は4週間のコースを無事に終了修了書ももらいました。研修では、秩父や日光への研修旅行へ行き、日光彫の体験もしました。帰国後には日本で得た知見をそれぞれの組織で共有してくれることでしょう！ #jicatokyo

Ver traducción



JICA Tokyo International Center
@jicatokyo

Inicio

Publicaciones

Opiniones

Videos

Fotos

Información

Comunidad

Información y anuncios

Crear una página

Te gusta

Seguendo

Compartir



JICA Tokyo International Center

31 de julio a las 19:13

Mi nombre es María Belén Pacheco de la República de Ecuador. Soy un participante de la jica de promoción y comercialización del Turismo (B). Trabajo para la junta de turismo de Quito como coordinador de marketing de los mercados internacionales. Ecuador está ubicado en América del Sur, entre Colombia y Perú. Es el país de la mitad del mundo, porque está situado en la latitud 0 (pero) o el Ecuador. Además, el Ecuador es conocido por el propietario de las islas Galápagos (uno d... Ver más

Ver original · Calificar esta traducción



0000145

DOCUMENTACIÓN TÉCNICA ADJUNTA:

1. Copia de Hojas de Contenido y Conocimiento
2. El perfil del visitante Japonés segmentado en jóvenes y adultos.
3. Plan de Acción de Quito-Ecuador presentado y aprobado por JICA.
4. Certificación de Cumplimiento y Aprobación del Programa de Entrenamiento.
5. Pases de Abordaje
6. Seguros de Viaje
7. Facturas de Alojamiento
8. Copia de Resolución de Comisión de Servicios

Atentamente:



María Belén Pacheco
Coordinadora de Mercadeo
QUITO TURISMO

0000144



PACHECOCUESTA/MARIAB

BOARDING PASS

1 006 2551758329 0
GA88IM

MHNA8NMQ//CQJAC
FLIGHT DATE

CLASS

ORIGIN

DL680

09JUL

M

QUITO

OPERATED BY

MAIN

DESTINATION

DELTA AIR LINES INC

ATLANTA

DEPARTS

1145P

BRD TIME

1050P

SEAT

25C

ZONE 2

BAGS

02

UI0233412/LS

DEPARTURE GATE - SEE AIRPORT MONITORS

DOCS-OK

BCN

UI0023



A6

BOARDING PASS

PACHECOCUESTA/MARIAB

FLIGHT

DATE

DL680

09JUL

ORIGIN

QUITO

DESTINATION

ATLANTA

OPERATED BY DELTA AIR LINES INC

SEAT

25C

ZONE 2

BAGS

02

BCN

UI0023



PACHECOCUESTA/MARIAB

BOARDING PASS

2 006 2551758329 3
GA88IM

MHNA8NMQ//CQJAC
FLIGHT DATE

CLASS

ORIGIN

DL295

10JUL

M

ATLANTA

OPERATED BY

MAIN

DESTINATION

DELTA AIR LINES INC

TOKYO-NARITA

DEPARTS

1149A

BRD TIME

1054A

SEAT

35F

ZONE 2

BAGS

02

UI0233412/LS

DEPARTURE GATE - SEE AIRPORT MONITORS

DOCS-OK

BCN

ATL014



BOARDING PASS

PACHECOCUESTA/MARIAB

FLIGHT

DATE

DL295

10JUL

ORIGIN

ATLANTA

DESTINATION

TOKYO-NARITA

OPERATED BY DELTA AIR LINES INC

SEAT

35F

ZONE 2

BAGS

02

BCN

ATL014



0000143

(Handwritten signature)



PACHECOCUESTA/MARIAB

BOARDING PASS

3 006 2551758329 6
GA88IM

MHNA8NMQ//CQJAC
FLIGHT DATE

CLASS

ORIGIN

DL296 10AUG M

OPERATED BY MAIN

DELTA AIR LINES INC

TOKYO-NARITA

DESTINATION

ATLANTA

DEPARTS

430P

BRD TIME

335P

SEAT

55F

ZONE 2

FLIGHT

DATE

DL296 10AUG

ORIGIN

TOKYO-NARITA

DESTINATION

ATLANTA

OPERATED BY DELTA AIR LINES INC

DEPARTURE GATE - SEE AIRPORT MONITORS

DOCS-OK

BCN

NRT193



BAGS

02

NRT233111/YT

BOARDING PASS

PACHECOCUESTA/MARIAB

SEAT

55F

ZONE 2

FLIGHT

DATE

DL296 10AUG

ORIGIN

TOKYO-NARITA

DESTINATION

ATLANTA

OPERATED BY DELTA AIR LINES INC

BCN

NRT193

BAGS

02

SAT, AUG 11, 2018

DOCS-OK

Mariab Pachecocuesta
GA88IM



BOARDING DOCUMENT

ATL • UIO

ATLANTA (ATL) ✓
Quito (UIO)
FLIGHT DL673

BOARDING

GATE

ZONE

SEAT

5:29pm

-

2

30D

Main (M)

Depart Sat, 6:24pm

Arrive Sat, 10:45pm

Boarding ends 15 minutes prior to departure time.

Fly Paperless: www.delta.com/app

Ticket#: 006 2551758329

ATL119
KATLTKD4505C8



TURISMO

0000142

20

Howard Johnson.

Howard Johnson Atlanta Airport
1551 Phoenix Blvd.
College Park, GA 30349
Tel: (770) 996-4321 Fax: (770) 991-5795

08-11-18

Bel Pacheco Cuesta
Ballesteros Oe2-216
Quito 170502
EC

Folio No. : **56603**
A/R Number :
Group Code :
Company :
Wyndham Rewards :
Invoice No. :

Room No. : **322**
Arrival : **08-10-18**
Departure : **08-11-18**
Conf. No. : **84675EC**
Rate Code : **SBK**
Page No. : **1 of 1**

Date	Description	Charges	Credits
08-10-18	Room Charge	69.70	
08-10-18	State Tax - 8%	5.58	
08-10-18	City Tax 8%	5.58	
08-10-18	GA Hotel Fee \$5	5.00	
08-11-18	Visa		85.86
	XXXXXXXXXXXX1648		
	Total	85.86	85.86
	Balance	0.00	

Guest Signature: _____

Manfred

Please contact the Manager about any issues with your stay. Howard Johnson or affiliates may contact you about goods and services unless you call 877-222-3297 or write to Wyndham Worldwide Hotels, Inc. 22 Sylvan Way, Parsippany, NJ 07054 to opt out. View our Howard Johnson website about privacy.

Thank you for staying with us.
It was our pleasure to serve you.

0000141

RU

07/08/2018

AGENCIA N° 86702



TU ASSIST CARD

Por favor verifica que tus datos sean correctos



MARIA
BELEN
PACHECO

N° ASSIST CARD
593 7235802 05D

PRODUCTO
AC 60

VIGENCIA DEL SERVICIO
08/08/2018 ▶ 12/08/2018 inclusive.

N° DE DOCUMENTO DE VIAJE
1721434221

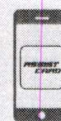
COBERTURA HASTA
USD 60.000

----- DOBLE AQUÍ -----

①

ANTES DE VIAJAR IMPORTANTE

1. Descarga nuestra APP
2. Inicia sesión con tus datos



②

SI NECESITAS ASISTENCIA MÉDICA DURANTE TU VIAJE

¡Muy simple! Solicitala desde nuestra aplicación móvil, en 3 simples pasos:

1. Completa tus datos y ubicación
2. Indica tus síntomas
3. Selecciona:



VIDEO CONFERENCIA CON UN MÉDICO

Accede a una consulta médica por video conferencia las 24 hs estés donde estes.

ó



CITA CON UN MÉDICO
Nos contactaremos para coordinar la visita.

----- DOBLE AQUÍ -----

③

OTROS MEDIOS DE CONTACTO CON ASSIST CARD:

Para teléfonos Toll Free ingresar a www.assistcard.com/listadotelefonico

📞 América Latina
+54 (11) 5555-1500

📞 Norteamérica
+1 800-874-2223

📞 Europa
+34 (91) 788-3333

📞 Asia
+82 (2) 2144-1979



Guarda los medios de contacto en tu celular



- Confirma tus datos y accede a las condiciones generales en my.assistcard.com
- Descarga e imprime la condiciones particulares adjuntas de tu producto.
- Si viajas a USA, antes de ir a una sala de emergencia de un hospital es esencial que te comuniques con nosotros.

0000140

RE



PACHECO MARIA BELEN

Nº ASSIST CARD:
593 7235802 05D

Producto:
AC 60

Nº de identificación:
1721434221

Vigencia del servicio:
08 AGO. 2018 ► 12 AGO. 2018 inclusive

Resumen de Garantías

VERIFIQUE EN LAS CONDICIONES GENERALES LAS CLÁUSULAS CORRESPONDIENTES A LOS LÍMITES Y/O IMPORTES INDICADOS MÁS ABAJO. IMPORTANTE: SI NECESITA ASISTENCIA COMUNÍQUESE CON ASSIST CARD Y RECUERDE QUE USTED DEBE RECIBIR LA AUTORIZACIÓN DE ASSIST CARD ANTES DE TOMAR CUALQUIER INICIATIVA, CONFORME SURGE DE LAS CONDICIONES GENERALES.

C.4	MONTO MÁXIMO GLOBAL (INCLUYE TODOS LOS SERVICIOS DE ESTE PRODUCTO CON SUS TOPES):	USD 60.000
	MONTO MÁXIMO ESPECÍFICO POR SERVICIO:	
C.4.1.10.1	ASISTENCIA MÉDICA EN CASO DE ACCIDENTE:	USD 60.000
C.4.1.10.2	ASISTENCIA MÉDICA EN CASO DE ENFERMEDAD NO PREEXISTENTE:	USD 60.000
C.4.2.2	PRIMERA ATENCIÓN MÉDICA POR DOLENCIAS PREEXISTENTES Y DOLENCIAS CRÓNICAS	USD 300
C.4.1.2	ATENCIÓN POR ESPECIALISTAS:	INCLUYE CONTACTO CON EL PEDIATRA DE CABECERA
C.4.1.5.1	MEDICAMENTOS EN ASISTENCIAS AMBULATORIAS:	USD 1.000
C.4.1.5.2	MEDICAMENTOS EN ASISTENCIAS CON HOSPITALIZACIÓN:	INCLUIDO EN C.4
C.4.1.6.1	ODONTOLOGÍA DE URGENCIA:	USD 500 (USD 300 POR PIEZA)
C.4.1.9	PRÓTESIS Y ORTESIS	USD 2500
C.4.10	REEMBOLSO DE GASTOS POR VUELO DEMORADO O CANCELADO:	USD 300
C.4.21	PRÁCTICA DE DEPORTES:	USD 10.000
C.4.22	ESTADO DE EMBARAZO:	USD 10.000 (INCLUIDO HASTA LA SEMANA 26)
C.4.3	TRASLADOS SANITARIOS:	INCLUIDO
C.4.4	REPATRIACIÓN SANITARIA:	INCLUIDO
C.4.5	ACOMPANIAMIENTO DE MENORES Y MAYORES:	INCLUIDO
C.4.6	TRASLADO DE UN FAMILIAR:	INCLUIDO
C.4.7.1	ESTANCIA DE UN FAMILIAR/LÍMITE DIARIO:	USD 100
C.4.7.2	ESTANCIA DE UN FAMILIAR/LÍMITE TOTAL:	USD 400
C.4.8	DIFERENCIA DE TARIFA POR VIAJE DE REGRESO RETRASADO O ANTICIPADO:	INCLUIDO
C.4.9.1	GASTOS DE HOTEL POR REPOSO FORZOSO LUEGO DE UNA HOSPITALIZACIÓN/LÍMITE DIARIO:	USD 180
C.4.9.2	GASTOS DE HOTEL POR REPOSO FORZOSO LUEGO DE UNA HOSPITALIZACIÓN/MÁXIMO TOTAL:	USD 900
C.4.13	ASISTENCIA EN CASO DE ROBO O EXTRAVÍO DE DOCUMENTOS:	INCLUIDO
C.4.14	REGRESO ANTICIPADO POR SINIESTRO GRAVE EN EL DOMICILIO:	INCLUIDO
C.4.15	REPATRIACIÓN O TRASLADOS FUNERARIOS:	INCLUIDO
C.4.16	LOCALIZACIÓN DE EQUIPAJES:	INCLUIDO
C.4.17.1	ASISTENCIA LEGAL/ADELANTO EN CONCEPTO DE PRÉSTAMO:	USD 8.000
C.4.18	ANTICIPO DE FONDOS PARA FIANZAS POR RESPONSABILIDAD EN UN ACCIDENTE:	USD 8.000
C.4.19	ASISTENCIA LEGAL PARA REALIZAR RECLAMOS A RAÍZ DE ACCIDENTES:	INCLUIDO
C.5.2.1	VALIDEZ TERRITORIAL:	INTERNACIONAL
C.5.4.1	DÍAS CONSECUTIVOS POR VIAJE:	HASTA 365 DÍAS
C.5.13	LIMITACIONES Y EXCLUSIONES ESPECIALES POR EDAD:	NO APLICAN LIMITACIONES POR EDAD
D.1.3.1(1)	INDEMNIZACIÓN POR DEMORA EN LA ENTREGA DEL EQUIPAJE (MÁS DE 8 HORAS):	USD 50 CADA 8 HORAS (MÁXIMO USD 200)*
D.1.3.2	INDEMNIZACIÓN POR EXTRAVÍO DEL EQUIPAJE:	USD 1.200 - USD 40 POR KG*
D.1.3.3	DISPOSICIONES GENERALES PARA LA COMPENSACIÓN/INDEMNIZACIÓN:	COMPLEMENTARIO
D.2.2.1	SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES (MUERTE ACCIDENTAL EN TRANSPORTE PÚBLICO):	USD 50.000*
D.2.5	RESPONSABILIDAD MÁXIMA TOTAL EN CASO DE ACCIDENTE QUE INVOLUCRE MÁS DE UN TITULAR:	USD 2.500.000*
D.3.3	SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES (INVALIDEZ TOTAL Y PERMANENTE):	USD 40.000*
D.5.4	GARANTÍA DE CANCELACIÓN ANY REASON E INTERRUPCIÓN DE VIAJE:	USD 500*
D.5.5	MONTO MÁXIMO DE CANCELACIÓN ANY REASON O INTERRUPCIÓN POR EVENTO MÚLTIPLE:	USD 25.000*
	ESTE PRODUCTO NO INCLUYE GASTOS POR ENFERMEDADES PREEXISTENTES. ASSIST CARD DISPONE DE PRODUCTOS QUE INCLUYEN PREEXISTENCIAS, CONSULTE CON SU AGENTE DE VIAJES O EN ASSIST CARD ANTES DE VIAJAR.	
	* LIMITACIONES Y EXCLUSIONES ESPECIALES PARA TITULARES DE 17 AÑOS O MENORES Y DE 65 O MÁS AÑOS, CONSULTE LAS CONDICIONES GENERALES. SEGUROS AMPARADOS POR ACE SEGUROS S.A., BAJO POLIZA N° 354.088 Y SUS RENOVACIONES. UNA DE LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS & REASEGUROS DEL GRUPO ACE.	

IMPORTANTE: El uso de los servicios de asistencia incluidos en el producto ASSIST CARD por Ud. elegido y adquirido, implica el total conocimiento de las Condiciones Particulares y Condiciones Generales del mismo, cuyos textos se acompañan en archivos adjuntos y que es necesario que Ud. lea. También podrá volver a ver en nuestro website las Condiciones Generales del producto que Ud. acaba de adquirir, como también las condiciones generales y particulares de los seguros.

Asistencia Internacional en Viajes



Quito, Martes 31 de Julio de 2018 a las 12:13:14 am
 Sucursal de Comercializador: Blue Card Quito
 Counter: Xavier Melo

Lugar y Fecha de emisión: Quito 15 02 18 dd mm aa COD. SUC: EC-GC-0-0 Contrato de adhesión N: 651279

DATOS DEL CLIENTE

PACHECO CUESTA	MARIA BELEN	1721434221	29/05/1985
Apellidos	Nombres	C.C. o Pasaporte	Fec. de Nacimiento
3111669	mpacheco@quito-turismo.gob.ec	Ecuador / Quito / DÍAS DE PINEDA OE1-242 Y PEDRO DE ALFARO	
Teléfono(s)	E-mail	Dirección/Ciudad/País	
En caso de emergencia notificar a: MARCELA LOPEZ		Teléfono: 0999735238	

DATOS DEL VIAJE

Fecha de Salida 01 - 08 - 2018	Fecha de Regreso 07 - 08 - 2018	Duración 7	Destino Japon
dd mm aa	dd mm aa	dd	

VIGENCIA

Fecha de Inicio 15 - 02 - 2018	Fecha de Finalización 14 - 02 - 2019	Duración 365
dd mm aa	dd mm aa	dd

DATOS DEL PRODUCTO

Nombre del Producto: Pre Compra Elite Premium

BENEFICIOS	COBERTURA	BENEFICIOS	COBERTURA
- Monto Maximo de Cobertura	100,000.00	- Retorno de menores (clase economica)	Diferencia en tarifa
- Gastos médicos y hospitalarios por accidente o enfermedad	60,000.00	- Honorarios por abogado	5,000.00
- Atencion inicial de urgencia vital aun en caso de preexistencia	3,500.00	- Adelanto de Fianzas	5,000.00
- Gastos por medicamentos	2,000.00	- Reembolso de gastos por vuelo demorado o cancelado	150.00
- Gastos odontologicos	2,000.00	- Compensacion por cancelacion/interrupcion de viaje	1,000.00
- Terapia de recuperacion fisica	2,000.00	- Localizacion de equipaje	Incluido
- Exámenes para evaluacion diagnostica	Incluido	- Gastos por demora de equipaje por mas de 72 horas	400.00
- Traslado de emergencia por recomendacion medica	10,000.00	- Gastos por demora de equipaje superior a 12 dias	800.00
- Repatriacion de herido/enfermo por recomendacion medica	15,500.00	- Indemnizacion complementaria por perdida definitiva de equipaje	1,200.00
- Traslado de restos mortales. Repatriacion sanitaria	Ilimitado	- Interrupcion de viaje debido a fallecimiento de un familiar	1,000.00
- Gastos por accidente en practica deportiva recreativa	5,000.00	- Reembolso por robo o pérdida de pasaporte	70.00
- Gastos de hotel por convalecencia	1,500.00	- Transmision de mensajes urgentes	Incluido
- Desplazamiento de acompañante (clase economica)	Boleto aereo	- Envio de efectivo por emergencia	3,000.00
- Gastos de estancia de acompañante	1,500.00	- Asistencia por extravío y/o robo de documentos	Incluido
- Regreso en fecha diferente (clase economica)	Diferencia en tarifa	- Informacion sobre visados y vacunacion. Reservacion de entradas a espectaculos	Incluido

RECOMENDACIONES:

- Comunicarse previamente y de manera inmediata con la Central de Servicios, antes de comprometer cualquier tipo de gasto. La Central de Servicios determinará la forma de manejar el caso.
- Si la condición de emergencia presentada, le impide la comunicación inmediata por causa de fuerza mayor podrá contratar requeridos, debiendo comunicarse con la Central de Servicios dentro de las 24 horas siguientes a la ocurrencia del hecho.
- Presentar la documentación original con sus respaldos respectivos.



1 de 2

0000139

[Handwritten signature]

- En caso de negación de Visa se debe notificar con 72 horas antes del inicio de cobertura.
- Asegúrese de leer el documento de Condiciones generales que se adjuntan, y las condiciones particulares que se detallan a continuación.

CONDICIONES GENERALES:

- El Cliente reconoce y acepta darse por enterado de todas las cláusulas detalladas en las condiciones Generales BLUE CARD, las mismas que han sido entregadas físicamente, enviadas mediante correo electrónico o también puede ser descargada desde la página web www.bluecard.com.ec El presente Contrato, se regirá bajo las Condiciones Generales y Particulares de BLUE CARD vigentes al momento de su emisión, independientemente de que sean anuladas, modificadas o agregadas.

- Puede descargarse las condiciones generales en los siguientes Links:
- Condiciones Generales Planes Tradicionales: documents.bluecard.com.ec/conditions/es/cgtradicionales.pdf
- Condiciones Generales Planes Elite: documents.bluecard.com.ec/conditions/es/cgelite.pdf
- Exclusiones según condiciones particulares

CENTRAL DE ASISTENCIA:

En caso de cualquier tipo de siniestro, comunicarse de manera inmediata a nuestra central de Servicios, por cualquiera de los siguientes medios:

- Números Internacionales. (puede marcar cualquier número, he indicar al operador que le devuelva la llamada)

Argentina	Australia	Brasil	Ecuador
+541168419099	+61291192941	+552120181206	+59323814790
España - Estados Schengen	Estados Unidos	Francia - Estados Schengen	Mexico
+34914142281	+13056448435	+33170613000	+525513281928

- Alerta mediante nuestra WEB-SITE <https://www.bluecard.com.ec> en la opción "Chat".
- Servicio SKYPE. (asistencias-planet)
- Correo electrónico. (asistencias@planet-assist.net)
- Para obtener el beneficio de Plan Dental Ecuador debe comunicarse al 02 3814-790 Opción 2. *Validez por 60 días a partir de la fecha de compra. Beneficio exclusivo para planes de asistencia Elite.

Al usar los servicios de la compañía, certifico que he leído y acepto las condiciones generales adjuntas y sus condiciones particulares.



Asistencia Internacional en Viajes



Quito, Viernes 06 de Julio de 2018 a las 04:53:00 pm
 Sucursal de Comercializador: Blue Card Quito
 Counter: Xavier Melo

Lugar y Fecha de emisión: Quito 15 02 18 dd mm aa COD. SUC: EC-GC-0-0 Contrato de adhesión N: 648274

DATOS DEL CLIENTE

PACHECO CUESTA	MARIA BELEN	1721434221	29/05/1985
Apellidos	Nombres	C.C. o Pasaporte	Fec. de Nacimiento
3111669	mpacheco@quito-turismo.gob.ec	Ecuador / Quito / DÍAS DE PINEDA OE1-242 Y PEDRO DE ALFARO	
Teléfono(s)	E-mail	Dirección/Ciudad/País	
En caso de emergencia notificar a: MARCELA LOPEZ		Teléfono: 0999735238	

DATOS DEL VIAJE

Fecha de Salida 09 - 07 - 2018	Fecha de Regreso 31 - 07 - 2018	Duración 23	Destino Japon
dd mm aa	dd mm aa	dd	

VIGENCIA

Fecha de Inicio 15 - 02 - 2018	Fecha de Finalización 14 - 02 - 2019	Duración 365
dd mm aa	dd mm aa	dd

DATOS DEL PRODUCTO

Nombre del Producto: Pre Compra Elite Premium

BENEFICIOS	COBERTURA	BENEFICIOS	COBERTURA
- Monto Maximo de Cobertura	100,000.00	- Retorno de menores (clase economica)	Diferencia en tarifa
- Gastos médicos y hospitalarios por accidente o enfermedad	60,000.00	- Honorarios por abogado	5,000.00
- Atencion inicial de urgencia vital aun en caso de preexistencia	3,500.00	- Adelanto de Fianzas	5,000.00
- Gastos por medicamentos	2,000.00	- Reembolso de gastos por vuelo demorado o cancelado	150.00
- Gastos odontologicos	2,000.00	- Compensacion por cancelacion/interrupcion de viaje	1,000.00
- Terapia de recuperacion fisica	2,000.00	- Localizacion de equipaje	Incluido
- Exámenes para evaluacion diagnostica	Incluido	- Gastos por demora de equipaje por mas de 72 horas	400.00
- Traslado de emergencia por recomendacion medica	10,000.00	- Gastos por demora de equipaje superior a 12 dias	800.00
- Repatriacion de herido/enfermo por recomendacion medica	15,500.00	- Indemnizacion complementaria por perdida definitiva de equipaje	1,200.00
- Traslado de restos mortales. Repatriacion sanitaria	Ilimitado	- Interrupcion de viaje debido a fallecimiento de un familiar	1,000.00
- Gastos por accidente en practica deportiva recreativa	5,000.00	- Reembolso por robo o pérdida de pasaporte	70.00
- Gastos de hotel por convalecencia	1,500.00	- Transmision de mensajes urgentes	Incluido
- Desplazamiento de acompañante (clase economica)	Boleto aereo	- Envio de efectivo por emergencia	3,000.00
- Gastos de estancia de acompañante	1,500.00	- Asistencia por extravio y/o robo de documentos	Incluido
- Regreso en fecha diferente (clase economica)	Diferencia en tarifa	- Informacion sobre visados y vacunacion. Reservacion de entradas a espectaculos	Incluido

RECOMENDACIONES:

- Comunicarse previamente y de manera inmediata con la Central de Servicios, antes de comprometer cualquier tipo de gasto central de Servicios determinará la forma de manejar el caso.
- Si la condición de emergencia presentada, le impide la comunicación inmediata por causa de fuerza mayor podrá contratar requeridos, debiendo comunicarse con la Central de Servicios dentro de las 24 horas siguientes a la ocurrencia del hecho.
- Presentar la documentación original con sus respaldos respectivos.

000013



- En caso de negación de Visa se debe notificar con 72 horas antes del inicio de cobertura.
- Asegúrese de leer el documento de Condiciones generales que se adjuntan, y las condiciones particulares que se detallan a continuación.

CONDICIONES GENERALES:

- El Cliente reconoce y acepta darse por enterado de todas las cláusulas detalladas en las condiciones Generales BLUE CARD, las mismas que han sido entregadas físicamente, enviadas mediante correo electrónico o también puede ser descargada desde la página web www.bluecard.com.ec. El presente Contrato, se registrará bajo las Condiciones Generales y Particulares de BLUE CARD vigentes al momento de su emisión, independientemente de que sean anuladas, modificadas o agregadas.
- Puede descargarse las condiciones generales en los siguientes Links:
 - Condiciones Generales Planes Tradicionales: documents.bluecard.com.ec/conditions/es/cgtradicionales.pdf
 - Condiciones Generales Planes Elite: documents.bluecard.com.ec/conditions/es/cgelite.pdf
- Exclusiones según condiciones particulares

CENTRAL DE ASISTENCIA:

En caso de cualquier tipo de siniestro, comunicarse de manera inmediata a nuestra central de Servicios, por cualquiera de los siguientes medios:

- Números Internacionales. (puede marcar cualquier número, he indicar al operador que le devuelva la llamada)

Argentina	Australia	Brasil	Ecuador
+541168419099	+61291192941	+552120181206	+59323814790
España - Estados Schengen	Estados Unidos	Francia - Estados Schengen	Mexico
+34914142281	+13056448435	+33170613000	+525513281928

- Alerta mediante nuestra WEB-SITE <https://www.bluecard.com.ec> en la opción "Chat".
- Servicio SKYPE. (asistencias-planet)
- Correo electrónico. (asistencias@planet-assist.net)
- Para obtener el beneficio de Plan Dental Ecuador debe comunicarse al 02 3814-790 Opción 2. *Validez por 60 días a partir de la fecha de compra. Beneficio exclusivo para planes de asistencia Elite.

Al usar los servicios de la compañía, certifico que he leído y acepto las condiciones generales adjuntas y sus condiciones particulares.



NOTIFICACIÓN

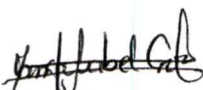
AP-107-2018

PARA: María Belén Pacheco Cuesta
COORDINADORA DE PROMOCIÓN OPERACIÓN INTERNACIONAL A

LUGAR Y FECHA: Quito, 28 de junio de 2018

Por medio de la presente me permito notificar que se le declara en Comisión de Servicios para representar a Quito Turismo en el programa de Co-creación de Conocimientos denominado *"Tourism Promotion and Marketing"*, a desarrollarse en la ciudad de Tokyo-Japón incluido los días de traslado del 09 de julio al 11 de agosto de 2018, para lo cual me permito adjuntar una copia original de la acción de personal.

Atentamente,



Isabel Cruz
ASISTENTE 1
TALENTO HUMANO

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO -QUITO TURISMO

GERENCIA FINANCIERA ADMINISTRATIVA

JEFATURA DE TALENTO HUMANO

A.P. Acción de Personal No.	107-2018	Documento Habilitante	☐	RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA No. EPMGDT-GG-VS-2018-325
Fecha:	jueves, 28 de junio de 2018	Resolución Administrativa	☒	
		Memorando	☐	
		Oficio	☐	
		Otro	☐	Fecha: jueves, 28 de junio de 2018

Apellidos y Nombres Pacheco Cuesta María Belén

Cédula de Identidad 1721434221

Papeleta de Votación

TIPO DE ACCION:

Ingreso
Ascenso
Cambio Administrativo
Traslado Administrativo
Renuncia☐
☐
☐
☐
☐Subrogación
Encargo
Comisión de Servicios
Reclasificación y Revaloración☐
☐
☒
☐Supresión de puesto
Destitución
Jubilación
Vacaciones☐
☐
☐
☐

Otro:

Explicación:

Mediante RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA No. EPMGDT-GG-VS-2018-325, del 28 de junio de 2018, la Gerente General autoriza el viaje y declara en Comisión de Servicios a la servidora Pacheco Cuesta María Belén, a partir del 09 de julio al 11 de agosto del 2018, incluyendo los días de traslado para que asista en calidad de representante de Quito Turismo al Programa de Co-creación de Conocimientos denominado "Tourism Promotion and Marketing", a realizarse en la ciudad de Tokyo-Japón.

Se concede Licencia con Remuneración para Tareas Oficiales, de acuerdo al Art. 108 del Reglamento Interno de Administración de Talento Humano de La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico -Quito.

Situación Actual	Situación Propuesta
Gerencia:	Gerencia:
Dirección:	Dirección :
Jefatura:	Jefatura:
Coordinación:	Coordinación:
Cargo:	Cargo:
Remuneración Unificada:	Remuneración Unificada:
Lugar de Trabajo:	Lugar de Trabajo:
Fecha de Inicio de A.P.	Fecha de fin de A.P.
Partida Presupuestaria :	Partida Presupuestaria:

Elaborado por

Funcionario

Jefe Inmediato

Jefe Talento Humano

Gerente General
Autorizado

Caución Registrada No. A.P. Acción de Personal No. 107-2018

Fecha: jueves, 28 de junio de 2018

Talento Humano: Isabel Cruz

Posesión del Cargo

Yo, portador (a) de la Cédula de Ciudadanía No.

Juro lealtad al Estado Ecuatoriano.

Lugar: Distrito Metropolitano de Quito

Fecha: Quito, de de 201.....

Funcionario (a)

C.C.

0000136

(課題別) Tourism Promotion and Marketing(B)

DURATION : 18.07.11 ~ 18.08.10

部課名 : T I C ・ 産業 ・ 公共課

担当者 : 門脇 めぐみ

J-18-04104

観光振興とマーケティング (B)

NAME OF PARTICIPANTS	NATIONALITY	PRESENT POST
Ms. SUAREZ RUEDA Mayte D-18-02410	CUBA	Head of department, Satisfaction Level Study Departmente, National Tourist Information Off ice, Ministry of Tourism(2017)
Ms. PACHECO CUESTA Maria Belen D-18-02580	ECUADOR	Coordinator, Marketing Quito Tourism(2013)
Mr. ABDELAZIM Ahmed Sahry Bershawy D-18-02585	EGYPT	Tourist Specialist, Domestic Tourism Sector, Egyptian Tourism Promotion Board(2013)
MAZIBUKO Nontsikelelo Ntombenhle D-18-02711	Eswatini	Client Liason Officer, Marketing Department, Swaziland Tourism Authority(2016)
Ms. SHALA Saranda D-18-02620	KOSOVO	Marketing Assistant, TIC Office, Municipality of Rahovec(2018)
Ms. Phyu Pyar Yin D-18-02130	MYANMAR	Superintendent, IRCD, Directorate of Hotels a nd Tourism, Ministry of Hotels and Tourism(20 16)
Mr. KHARMAH Rafiq H M D-18-02584	PALESTINIAN AUTHORITY	Director of Tourism Awareness, Directorate of Media and Tourism Marketing, Ministry of Tou rism and Antiquities(2013)
Ms. LILO Fabina D-18-02619	SOLOMON ISLANDS	Principal Tourism Officer, Tourism and Cultur e Division, Western Provincial Government(20 18)
Mr. Alam Abdelrahim Bushara Mohamed D-18-02411	SUDAN	Director, Policies and Standards Department, Ministry of Tourism, Antiquities and Wildlife (2016)
		0000135

No	Date	Time	L P O	Theme or Contents of Program	Lecturer		Lang - uage	Venue Red colored go outside
					Name	Position/Organization of Lecturer		
	7/11 (Wed)			Arriving Japan				
	7/12 (Thu)	10:00 ~ 12:30	L	General Briefing ✓ OK	JICA		E	306
		14:00 ~ 16:30	L	Program Orientation ✓ OK	Kadowaki Hirooka Obinata	M. Kadowaki, Person in-charge JICA M. Hirooka, Course Implementation JTCA Y. Obinata, Coordinator	E	306
2	7/13 (Fri)	10:00 ~ 12:30	P	Presentation of Job Report ✓ OK	Masato Takamatsu	JTB Tourism Research & Consulting Co. Senior Executive Fellow Head, Tourism Crisis Management	E	306
		13:30 ~ 16:30						
	7/14 (Sat)			Holiday				
	7/15 (Sun)			Holiday				
	7/16 (Mon)			Holiday				
3	7/17 (Tue)	10:00 ~ 12:30	L	Issues of Eco-Tourism and Promotion ✓ OK	Takashi Kanzawa	Adviser Japan Travel Writer's Organization Adviser to Lao Tourism Department	E	306
1		14:00 ~ 16:30	L	Destination Marketing (1) ✓ OK	Masato Takamatsu	JTB Tourism Research & Consulting Co. Senior Executive Fellow Head, Tourism Crisis Management	E	306
1	7/18 (Wed)	10:00 ~ 12:30	L	Destination Marketing (2) ✓ OK				
		14:00 ~ 16:30	L	Outline of Destination Marketing Organization (DMO) by Japanese Government ✓ OK	Shin Yamazato	Japan Tourism Agency Regional Development Department	J	306
3	7/19 (Thu)	10:00 ~ 12:30	L	Tourism Policy of Japanese Government (Japan Tourism Agency) ✓ OK	Yuma Imamura	Japan Tourism Agency International Affairs Division chief	J	306
1		14:00 ~ 16:30	L	Tourism Destination Marketing Strategy for Promotion Segmentation ✓ OK	Keiichiro Takadera	Shoin University Lecturer	E	306
3	7/20 (Fri)	10:00 ~ 12:30	L	Role and Policy of Japan National Tourism Office (JNTO) ✓ OK	Makoto Watanabe	JNTO General Administration Department Deputy Manager	E	306
3		14:30 ~ 17:00	L	Travel Trend of Japanese Young Generation ✓ OK	Shoji Nomura	Toyo University BA (hons.) MBA (Tourism & Hospitality) Int'l Tourism Management	J	TOYO University
	7/21 (Sat)			Holiday				
	7/22 (Sun)			Holiday				
1	7/23 (Mon)	10:00 ~ 12:30	L	Tourism and Digital Marketing ✓ OK	Koji Tsurumoto	Marketing Voice Ltd. CEO & President	E	306
1		14:00 ~ 16:30	L	SWOT-Analysis in your country (tentative) ✓ OK	Masato Takamatsu	JTB Tourism Research & Consulting Co. Senior Executive Fellow Head, Tourism Crisis Management	E	306
1	7/24 (Tue)	10:00 ~ 12:30	L	World Heritage for Tour Promotion ✓ OK	Masatake Meguro		J	306
3		14:00 ~ 16:30	L	Contribution for Achievement of SDGs in Tourism ✓ OK	Jun Hirabayashi	Accenture Senior Manager	E	306
1	7/25 (Wed)	10:00 ~ 12:30	L	Risk Management for Tourism Marketing ✓ OK	Toshiya Hashimoto	Rikkyo University Dean Phd Department Tourism & Hospitality	J	306
		14:00 ~ 16:30	L	Possibilities and issues in Tourism ✓ OK	Eiichi Tamaki	Tokyo Kasei Gakuin University Lecturer	E	306
3	7/26 (Thu)	11:15 ~ 12:30	L	Tourism Promotion & Marketing by Regional Cooperation in Chichibu Saitama Prefecture	Masayuki Inoue	COO Chichibu Omotenashi Tourism Organization	J	Chichibu City
		13:30 ~ 14:30		① Role of UNESCO Intangible Cultural Heritage of Chichibu Matsuri Hall	Volunteer Guide	Volunteer Guide		
3		14:45 ~ 15:45	O	② Information: Role of Roadside Station [Chichibu] Estimated arrival time at JICA 18:30	Masayuki Inoue	Chichibu Omotenashi Tourism Organization	J	JICATIC
1	7/27 (Fri)	10:00 ~ 12:30	L	MICE Tourism and Tourism Promotion ✓ OK	Keiko Nishimoto	CMP (Certified meeting Professional) Deputy Chair Icca Chapter	E	306
3		14:30 ~ 17:00	L	Role of Guidebook for Tour Promotion ✓ OK	Takeshi Oku	Globe-trotter Travel Guidebook Director Publishing Div.	J	306
	7/28 (Sat)			Holiday				
	7/29 (Sun)			Holiday				
1	7/30 (Mon)	10:00 ~ 12:30	L	Importance of Marketing ✓ OK	Tony Everitt	International Tourism Consultant Ex. Director New Zealand Tourism Organization	E	306
3		14:30 ~ 17:00	L	Role of Japan Association of Travel Agents (JATA) ✓ OK	Maya Matsuoka	JATA Outbound Travel Promotion Division	E	JATA
3	7/31 (Tue)	10:00 ~ 12:30	L	Role of Tour Operator ✓ OK	Geraint Holt	Overseas Tour Operator Association of Japan (OTOA) Vice Chairperson	E	306
1		14:00 ~ 16:30	L	Contents Marketing by Media ✓ OK	Jeremy Lau	Kartz Media Works Sales Director	E	306
3	8/1 (Wed)	10:00 ~ 12:30	L	Outline of Japanese Overseas Travel ✓ OK	Jun Hirabayashi	Accenture Senior Manager	E	306
3		14:30 ~ 17:00	L	Tourism Promotion & Marketing of Museum ✓ OK	Hideyuki Fujii	EDO-TOKYO Museum Associate Director	J	Edo-Tokyo Museum

No.	Date	Time	L P O	Theme or Contents of Program	Lecturer		Lang- uage	Venue Red colored go outside
					Name	Position/Organization of Lecturer		
3	8/2 (Thu)	11:00 ~ 12:30	L	Tourism Promotion & Marketing of Local Autonomous Organization in Tochigi Prefecture / OK	Kazuya Kawamata	Tochigi Prefectural Government Tourism Division	J	Tochigi Pref.
3		14:15 ~ 15:30	L	Policy of Inbound tourism in Nikko City Tochigi Prefecture / OK	Masaaki Numao	Nikko City Governmental Office Tourism Division	J	Nikko City Office
3	8/3 (Fri)	08:30 ~ 11:00	O	Observation: Kegon Falls, Lake Chuzenji Sustainable Tourism of Nikko Toshogu Shrine / OK	Volunteer Guide	Volunteer Guide SGG	E	Nikko City Office
3		12:30 ~ 13:30 13:30 ~ 15:00		Free at Leisure (Lunch) Experience: Japanese Wood curving JICA/arr18:00 (expected) / OK	JICA JTCA		E	Nikko/JICA
	8/4 (Sat)			Holiday				
	8/5 (Sun)			Holiday				
1	8/6 (Mon)	10:00 ~ 12:30	L	Case Study for X-Country / OK	Masato Takamatsu	JTB Tourism Research& Consulting Co. Senior Exective Fellow Head, Tourism Crisis Management	E	306
3		14:00 ~ 16:30	L	Activity of Online Travel Agent (OTA) Expedia / OK	Yeji Olivia Jeung	Expedia Holdings Senior Account Manager	E	306
4	8/7 (Tue)	10:00 ~ 12:30	L	Preparation for destination Marketing Plan (1) / OK	Masato Takamatsu	JTB Tourism Research& Consulting Co. Senior Exective Fellow Head, Tourism Crisis Management	E	402
		13:30 ~ 17:00	L	Preparation for Destination Marketing Plan (2) / OK				
4	8/8 (Wed)	10:00 ~ 12:30	L	Preparation for Destination Marketing Plan (3) / OK	Masato Takamatsu	JTB Tourism Research& Consulting Co. Senior Exective Fellow Head, Tourism Crisis Management	E	402
		13:30 ~ 17:00	P	Presentation of Action Plan for your Country / OK				
	8/9 (Thu)	10:00 ~ 11:00		Evaluation /	Kadowaki Hirooka Obinata	M. Kadowaki, Person in-charge JICA M. Hirooka, Course Implementation JTCA Y. Obinata, Coordinator	E	408
		12:10 ~ 12:40		Closing Ceremony /	JICA			
	8/10 (Fri)			Leaving Japan				

Country

CUBA • EQUADOR • EGYPT • eSWATINI • KOSOVO • MYANMAR • PALESTINIAN AUTHORITY • SOLOMON ISLANDS • SUDAN

Module

- ① To comprehend the tourism marketing and promotion methods.
- ② To analize their country's issues of the tourism marketing and promotion.
- ③ To understand the tend/ characteristics of Japanese tourism market, tourism administration, policy and the structure of tourism industry.
- ④ To develop a tourism marketing and promotion plan based on the knowledge and techniques obtained through aforementioned ①②③

Remarks

L Lecture
P Presentation
O Observation

Time

AM Morning Session
PM Afternoon Session

Feedback Sheet # 1

Date: 2018.07.17

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: Job Report Presentations of CUBA, ECUADOR, EGYPT, ESWATINI, KOSOVO

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
CUBA JOB REPORT: • Cuba is an archipelago located in the Caribbean. • Received 4'600.000 tourists during 2017. • Its main attributes are security and friendly people; and its tourist offer is associated with the sun & sea tourism, cruising, culture and events. • Their competitors are Mexico and Dominican Republic and Jamaica. • Cuba has an economic blocking of USA and it has insufficient presence on the internet therefore it has not digital strategic for promoting tourism. ECUADOR JOB REPORT: • Ecuador is located in South America, between Colombia and Peru. Ecuador is the country of the middle of the world, because it's located in the latitude 0. • The country is promoted as the "country of the four worlds in one place" due to, it has four geographical regions with different attractions. • Although it has many tourist resources it only received 1'500.000 visitors during 2017 and its statistics include Venezuela and Cuba as inbound markets, however, most of people from these countries are migrants. EGYPT JOB REPORT: • Egypt is the most tourist country in the north of Africa. It received more than 8'200.000 visitors during 2017 that means an economic income of 2.6 billion of dollar, therefore, the tourism is one of the most important economic industry in that country. • The tourist offer of Egypt is not only pharaohs and pyramids, it has more, such us: a modern country, sunny beaches, diving, desert, sports and local traditions.	- <i>The promotional strategies of Cuba are focused in the payment of campaigns for final consumers in traditional channels, that means, that online promotional strategies that are promoted as a "trend in marketing" could be a myth if it is not complemented with an off-line strategy. Quito and Ecuador is being promoted through SEM and SEO campaigns on the internet and receive 3'000.000 visitors less than Cuba, that has a blocking in its digital presence.</i> - <i>The creation of a country tourist brand is very necessary for the positioning of a country in the tourism field. This brand needs to be outside of politics.</i> 0000133

- The difficulties in its tourist development are associated to the political and regional instability, fear of terrorist attacks, negative news, air and noise pollution, harassment, haggling and traffic.

ESWATINI JOB REPORT:

- The kingdom of Eswatini was known in the past as Swaziland, is one of the absolute monarch in Africa.
- It's a recognized country by its peace, stability and low rate crime.
- During 2017 received 1'300.000 visitors, and its main markets are: South Africa, United Kingdom, The Netherlands and Germany.
- Its main bottlenecks are the change of the country's name.

KOSOVO JOB REPORT:

- Kosovo is a new country in Europe near to Serbia.
- Its tourist resources are a fantastic combination between nature and culture.
- The vision for tourism is focused on making Kosovo a wine tourism destination due to the production of wine is the first economic activity.
- The country does not have specific out information its tourist arrivals.

- *Any of the presented countries have Japan as priority market, therefore, it will be a big opportunity for positioning the Ecuador's tourist resources in minds of these new consumers, so, it's very important to identify the profile of the Japanese visitor.*

PM: Job Report Presentations of MYANMAR, PALESTINIAN, SOLOMON ISLANDS, SUDAN

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
MYANMAR JOB REPORT: • It's an Asian country located between India, China and Thailand. • It has a bid diversity of races, for this reason, its tourism resources are focused in culture and native experience offer. • Myanmar received 3'400.000 visitors in 2017 and its main inbound markets are concentrated in Asia. • There is an important foreign investment in tourist infrastructure, however, there is lack of trained professionals. PALESTINE JOB REPORT: • It's an Asian country located in a "conflictive area" near to	- <i>Open the borders of a country could be a big opportunity to incentive the tourism in the natural markets (neighbours), however, it needs control. Ecuador opened their borders 6 years ago without control and now, it is one of its more important social problems, because, we suffered the "exodus" of Cubans and Venezuelans</i>

Siria and Israel.

- It's the land of the three religions (Islamism, Catholicism and Jewish)
- Although its territorial conflicts, Palestine was named by the United Nations World Tourism Organization (UWNTO) as the world' fastest growing tourist organization in 2017.
- During 2017 received 2'700.000 visitors that meant \$750 millions of dollar as tourism incomes.
- Palestine does not have tourism competitors because it is a complimentary destination.

SOLOMON ISLANDS JOB REPORT:

- It's a South Pacific Nation formed by various islands.
- Its mean tourist resources are focused in activities related to sun, sea and biodiversity, such us: fishing, diving, surfing and birdwatching.
- It's a destination that is projected as a MICE destination because they are receiving visitors interested in business, conferences and events (weddings).
- Its challenges are: the lack of trained professionals in tourism and the limited skills for digital management.

SUDAN JOB REPORT:

- Sudan is the second largest country in Africa.
- Although Sudan is near Egypt, people does not know that this country has tourist resources as pyramids and archaeological vestiges.
- Its tourism attractions are: archaeological sites, the coastline of Red Sea, the desert and the confluence of the two Niles.
- During 2017, Sudan received 812.000 visitors and its main bottleneck is the lack of tourism infrastructure such as: hotels, tour operators, professional tourist guides and facilities.

that come to Ecuador in the pursuit of work and economic stability, and unfortunately our country was not prepared for that.

- *It's extremely important to make liaisons with influencers and media of our target markets in order they support the promotional strategy of our destinations, because, the perception of our destination can be being affected by the news or comments that the international media is broadcasting. For example, Palestine and Israel conflict is politic, in the tourism, they are complimentary partners.*
- *The advantage of tourism is that is totally non-political, therefore, it goes beyond borders to join nations and cultures.*

Comment from JICA	I personally think that Japanese middle-aged could be a good target for galapagos. I wanna go there!!	
Comment from JTCA		

Feedback Sheet #2

Date: 2018.07.18

Country: *Ecuador*

Name: *María Belén Pacheco*

AM: ISSUES OF ECOTOURISM AND PROMOTION

Mr. Takashi Kanzawa

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
• The concept of Ecotourism was born in America. • The Ecotourism is: a responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people. • The ecotourism contributes to preservation of natural and cultural heritage. • No all the tourist activities made in the nature are considered ecotourism. • The goal of the ecotourism is to activate the commitment and the supporting of the local people. • In the planning of ecotourism projects is important to take account the carrying capacity of the attractions, i.e. the maximum number of people in a natural area. • In an ecotourism destination is very important to give rules for visitors. • If we develop products around ecotourism is very important to preserve the authenticity and identity of the local community. • One of the main goal of ecotourism is to ensure the economic progress of the local community. • The CBET is the community based ecotourism where local people managed the operation of the tourism facilities. • Japan is big opportunity market for ecotourism around the world. COUNTRIES' ECOTOURISM PRESENTATIONS: • During the presentation of the different ecotourism projects was really satisfying to know that the most of those destinations are applying the rules and pillars of the ecotourism's concept and the big challenge is to captivate the interest of Japanese market.	- <i>The Japanese eco-tourists look for destinations that give them experience and learning about natural life, traditional culture and authentic lifestyle.</i> - <i>They love to do activities such as: whale watching, birdwatching, enjoying flowers, local life, traditional culture, mountain climbing, trekking, kayaking, diving, agriculture experience and others.</i> - <i>The Japanese market for ecotourism are really interested in products that involves CBET (community based ecotourism) destinations, where the tourist facilities are provided by the local community.</i> 0000131

R

PM: DESTINATION MARKETING

Mr. Masato Takamasu

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- The marketing is a process where individuals and groups obtain what they need and want they want creating, offering and exchanging products with added values. - In the Marketing of the destinations is very important to answer the following three questions: - WHO: target market, segments, interests and needs. - WHAT: tourism resources and products. - HOW: branding and communication channels. - FOR WHO: is important to do a very supported Market Research, and, the information can be gotten through: ✓ Statistics of the destinations. ✓ Complete study of the markets and the interest of consumers. ✓ Surveys for visitors and local industry, ✓ Study of the competitors. - FOR WHAT: is important to do a very deeply review of our tourism resources, products, advantages and added values of our destinations. - Also, is necessary to find the aspects of differentiation, "do no try to be the # 1, be the only one" - And, we need to understand that the tourism resources do no attract tourists unless they are made into tourism products. - The first step to know how is our destination is to do the SWOT analysis where we can identify the strengths, weakness, opportunities and threats of our resources and products.	<i>The statics are the base for the creation of the marketing strategy, therefore, the big challenge for Quito Tourism board will be to find the way for hiring the same company that provides data in order to keep its record, due to, as a public company, the law does not let to repeat contracts with a same company for years in a row.</i> <i>Doing the SWOT analysis from the optical of the competitors give to the destinations a big opportunity to understand its conditions and strengthen its needs.</i>

Comment from JICA	It was really good SWOT analysis you made!	
Comment from JTCA	Nature plus Economics make a Money, but..... We dont worry to be number 1, but to be the only one.	

Feedback Sheet # 3

Date: 2018.07.19

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: 【 DESTINATION MARKETING 】

Masato Takamatsu

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- For defining your tourism resources is very important to review what competitors are doing, in order to find your differentiation advantages. - The successful in the tourism development process is to find the perfect combination of: RESOURCES + ADDED VALUE + MARKETING. - When we do a SWOT analysis of a destination is fundamental to know very well the competitors, for finding our specific strengths and opportunities that go over our weakness and threats. - During the presentation of EGYPT SWOT analysis, we understood that in order to make a real analysis, is basic to do comparisons with destinations that have similar resources or features to ours. Because, it helps us to have an analysis more strategic. - The presentation of SUDAN SWOT helped to analyse that the strengths and weakness of our destination needs to be unique, regarding to our competitors. - The sustainability of tourism products means to be responsible with the use of environmental resources; be respectful with the cultural authenticity of the involved communities and finally, to ensure long-term viable operations.	- <i>Including in our process to develop tourist products the concept of sustainability that is the pursuit of the balance between the care of the environment, the care of the communities and the generation of incomes.</i> - <i>To understand that the pillars of the sustainability are: the economy, the society, the environment, the culture and the peace.</i> - <i>Making inclusive tourist products in Quito and Ecuador that always include to the local community.</i> - <i>Applying all the comments received during the presentation of ECUADOR SWOT analysis that focused in the expanded of its tourism offer.</i> 0000130

Re

PM: 【 OUTLINE OF DESTINATION MARKETING ORGANIZATION (DMO) By JAPANESE GOVERNMENT】

Shin Yamazato

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- During 2015, Japan started to register to the destination marketing organizations (DMO) - In Japan, the DMO's support the management and the development of the tourist product in the different destinations. - Japan has challenges and issues for its tourist development such as: the insufficient participation of the resident stake holders in the tourism activities. - Japan needs more specialization for the data management and analysis. - Japan needs to improve the private marketing methods for promoting the destinations. - In Japan, the DMO's make a network that gives support to improve the management and marketing of the destinations; to match specialized operators and human resources, to exchange information between DMO's and to help tourism development process.	- <i>In Japan, the DMO's are private, and their main mission is to support the development of the tourist products, therefore, they can generate own incomes. Their labor is focused in the domestic tourism.</i> - <i>Although the DMO's strategy is important and a trend in Japan, and in the world, is very necessary to understand that it must be supported by a government policy.</i> - <i>Nowadays, the DMO also are doing marketing activities for promoting destinations, so, they can be named as: DMMO "Destination Management & Marketing Organization"</i>

Comment from JICA	Are there many DMOs in Ecuador??	
Comment from JTCA	Understanding the Method of SWOT or DMO enhance the possibility of promoting tourism.	

②

Feedback Sheet ~~14~~

Date: 2018.07.20

Country: *Ecuador*

Name: *María Belén Pacheco*

AM: 【 JAPANESE TOURISM POLICIY 】

Yuma Imamura

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- KAN KO = TOURISM in Japanese and the mean is "to view / show the light of the country". - In Japan, the tourism is important because: - o It's a pillar of Japan's growth strategy. - o It's a key to regional development. - o Makes to Japan a power in the international community. - o Gives proud to Japanese people for its own culture. - Population in Japan is decreasing because of the lower birth-rate. - The tourism generates 52.1 trillion yen in a year, including tourism and non-tourism sectors. - The tourism in Japan is planning and coordinating by the JAPAN TOURISM AGENCY (JTA) that belongs to the Government. - JTA, controls to Japan National Tourism Organization (JTO) which is responsible of management of the 20 overseas offices. - JTA works with JICA too, both organizations belong to public sector. - And, finally work with the private sector through Japan Association of Travel Agents (JATA) Current tourism situation in Japan - 28.69 million of tourist arrival during 2017. - 4.4 trillion-yen tourist spending, that means	- <i>The tourist figures of Japan are extremely interesting, really surprised me how Japan had improved its tourist development last 10 years.</i> - <i>Japan's tourism strategies are incredible, very well thought!</i> - <i>For me the success of the tourism in Japan depends on two factors:</i> <i>1. Japan is a very advanced country, always is thinking on the needs of its potential tourists, therefore, when people arrives in Japan, they don't need being worried about something, because it is already done.</i> <i>2. Japan has found the perfect way to involve the local community in the tourist product development procedure, through the DMO system.</i> 0000129

pu

153,921 yen per person (\$1399 per person) - It's the second tourism destination in Asia, after Thailand. - For 4 years in a row, Japan goes over its tourist arrival goals. - The Japan's inbound markets are: China, South Korea, Taiwan, Hong Kong, Thailand. - "VISIT JAPAN" is the most important tourist campaign since 2003. An is a successful promotional campaign that had been sustained in the time. - Japan has 3 missions to boost the tourism activity: 1. Maximize the attractiveness of the country. 2. Foster the innovation to boost its competitiveness. 3. Ensure all the visitors enjoy a satisfying experience in Japan. - All the strategies that the Government, the Public and the Private Sectors are focused in the accomplishment of each mission. - Next year, Japan will have an international tax, for all people that leaves Japan, that will be another financial resource for its tourist development.	- <i>One of the tourism management strategy that I would like to replicate in Ecuador is the overseas Tourism Offices, because, it's really important to have tourism and specialized assistance in each country that could became an inbound marketing. Quito and Ecuador, do not have enough economy resources to set up these kind of offices, however, we use to work with big Public Relations Companies that represents to the country in the international markets.</i>
---	--

PM: 【 TOURISM DESTINATION MARKETING 】

Keiichiro Takadera

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- In order to planning a success tourism destination marketing strategy is important: - o The marketing segmentation (targeting) - o The planning of the promotion strategy. - o The coordination of a destination marketing strategy, - o The application of the marketing process. - The goals of the marketing for destinations must be: 1. Number of arrivals. 2. Tourism income 3. Employment 4. New type of tourist 5. Satisfaction 6. New sites 7. Length of the stay - For doing a success market segmentation and targeting is necessary to analyse statistics, tourist surveys, trade interviews and target segments.	- <i>Although the lecture was focused in the tourism development experience of Vietnam, it was really interesting to understand that nowadays there are growing new target markets that deserve our attention and strategy.</i> - <i>We are no longer in the market of baby boomers, millennials or centennials, now, there are new target segments as: senior generation, hi-end people, honeymooners, foodies, geeks, and more.</i> - <i>The challenge of the destination is to create and innovate its resources and adapt them to its motivations.</i>

Comment from JICA	I think many senior generation goes to Ecuador!	
Comment from JTCA	Country has character each other. Country make progress in the tourism reflect on the character of citizen.	

Feedback Sheet #5

Date: 2018.07.23

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: 【ROLE AND POLICY OF JAPAN NATIONAL TOURISM OFFICE -JNTO】
Makoto Watanabe

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- JNTO is the Japan National Tourism Organization responsible of fostering and promoting the tourism for Japan in its inbound markets. - The organization was founded in 1964 and has a big headquarter in Tokyo and 20 overseas offices. - Its activities are: - o Promotion of inbound tourism of Japan. - o Operation of Tourism Information Center. - o Administration of Guide's examination. - o Publication of tourism statics and market reports. - o Supporting for international conventions and incentive events. - JNTO works under the tourism policies and strategies of Japan Tourism Agency and only manages the inbound tourism promotion. - They are commitment with the economic growth, the regional vitality, the cross-cultural understanding and the positioning of Japan's power brand. - JNTO also set up the goals for the tourism in Japan. For 2020, the visitor target is 40 million of visitor with an expenditure of JPY 8 trillion (USD 80 billion).	- <i>The success of the tourism in Japan is the supporting of the Government, for its development and boosting because, it has understood that the tourism is a great source for a country's economic growth.</i> - <i>Something that unfortunately has not been understood in Ecuador ☹.</i> 0000127

pw

- Among the promotional activities coordinated by JNTO in the inbound markets are: advertisement and publicity, fam trips for media and travel agents, exhibitions in travel fairs and international events, joint advertisement for tours to Japan, support of MICE projects, providing marketing analyses to domestic municipalities and development of receptive services.
- Japan achieved a high visitor record during 2017 (19% increase) that means more visitors to Japan than Japanese tourist for the world, due to several reasons such as.
 - o Increasing interest in Japan as destination.
 - o Government supporting for the tourism.
 - o Team-effort of all people in the country of the tourism.
 - o Expanding of flight and cruise networks.
 - o Growth of middle and high-income class in Asian countries.
- The main Japan's inbound markets are in Asian region (China, Korea, Taiwan, Hong Kong, Thailand, Malaysia, Singapore, The Philippines)
- The target inbound markets for next year will be Europe, Americas, Australia and luxury markets, therefore, JNTO launched a new campaign focused in the interest of those markets.

- *The strategy of having an official tourism organization responsible of promoting Japan in the inbound markets are really amazing! Because, it focuses its execution and activities in the foster and looking for new international markets. It does not have to try to do something and nothing at the same time.*
- *I really would like to replicate Ecuador (I already wrote it before in one of the feedback sheets) is to propose the foundation of a committee that boost the creation of a unique organization that promote whole country and not as we are doing now, through tourist boards of cities and specific products.*

PM: 【TOURISM TREND OF JAPAN'S YOUNG 】

Shoji Nomura / Faculty of International Tourism Management Toyo University

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- The Japan's young generation do not show interest in travelling by itself. - The reasons of that market phenomenon are: lack of travelling budget, the worry about foreign languages, security concerns, difficulties to take holidays, and the desire to use money in other things than travel. - The Japan's young generation belongs to Millennials, a generation with interests very complicated to understand, because the most of them do not have clear what they are looking for or what are they deserve, therefore, is really difficult to adapt the tourism offer for them. Visit To Tokyo Tourist Information Center - As the last educational activity of the last week we visited the Tourist Information Center, a service coordinated by JNTO that gives supporting to the visitors, as: tourist information, Wi-Fi connection, luggage storage, merchandising, tourist packages, among others.	- <i>The challenge of our countries to get attention of the Japan's young market is to develop tourist products that suit your interest and needs, like: security, language and cost, for this reason, is very important to foster the new global trend of "sharing economy" to reduce travel costs (low cost airlines, Airbnb, Uber)</i> - <i>I will replicate the use of technological devices for giving information and targeting the visitors, something, that can reduce costs and give a better assistance. I'm thinking to work with the new City APP, that Quito, launched last February "GO UIO"</i>

Comment from JICA	Yes, You Can!! So, you gonna make "ENTO"? You are such a smart woman.
Comment from JTCA	Exchange plan such staff of tourism in GOV. sector Ecuador and Japan. So as do for student-exchange plan both countries To put attractiveness in TIC in QITO, to appeal youth generations.

Feedback Sheet #6

Date: 2018.07.24

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: 【TOURISM AND WEB MARKETING】

Koji Tsurumoto

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- The tourism marketing has two goals: the increase of the visitor numbers and the increase of the spending and length stay. - The process of marketing has 5 steps: 1. Marketing research 2. Planning 3. Doing 4. Checking 5. Action - For marketing target, we need to follow "3 C`s" - o Customer study: nationality, age, segment - o Competitor study: destination, products - o Country study: environment, brand, market The 4 P's of Marketing <u>PRODUCT</u>: Country + Nature + Man-made + Tourism Activities + Hospitalities <u>PRICE</u>: depends on the marketing strategy is necessary to define that the price will be UP, MIDDLE or MASS. <u>PLACE</u>: how we will distribute the products, through travel agents? Internet or OTA`s (online travel agencies)? <u>PROMOTION</u>: for trade, consumer and / or media relations.	- <i>As part of its tourism promotion strategy Quito Tourism Board has implemented a new digital platform that articulates digital and promotional tools since February 2018.</i> - <i>The platform integrates: a renewed website 3.0 with detailed information on tourist attractions and essential routes of the city; a mobile application to help to plan trips around the capital; and a renewed city brand, which is composed of sober, avant-garde elements for the positioning of the tourist reference that is Quito in the region.</i> 0000125 - <i>Those actions give a support to</i>

PAW

- The perfect brand of a product has: attributes, benefits, value, personality and essence. - The perfect combination of content + traffic gives us a success strategy of digital marketing for tourism. - If we want to plan an effective digital marketing strategy we need to include the following digital tools: 1. Web marketing: content management 2. E-mail marketing: massive news 3. Search engine marketing: SEO & SEM 4. Social Media Marketing: use of social channels 5. Mobile Marketing: content for smartphones 6. Affiliate Marketing: networking 7. Engagement Marketing: interaction of content.	<i>the city in order it becomes a Smart City that accompanies the traveler before, during and after his visit, helping him to make decisions for a better enjoyment and satisfaction during his stay.</i> - <i>After the lecture of digital marketing, is important to customized the Quito's platform, insomuch as, the success of the digital strategy depends on the use of the grate range of tools that the internet give us in order to make the perfect content for each audience.</i>
--	--

PM: 【SWOT ANALYSIS 】

CUBA / KOSOVO / ESWATINI / MYANMAR / SOLOMON ISLANDS / PALESTINE
Mr. Masato Takamasu

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- We did the SWOT analysis of the countries that are participating in this course, and the following are the main comments, insights and suggestions: Cuba – Competitor: Dominican Republic - After the analysis of its strengthens, weakness, opportunities and threats, Cuba wants to create a new tourist product around its experience of the socialist system. Kosovo – Competitor: Macedonia	- <i>One of the best tool that I have learned until now is the application of the SWOT analysis, which is the pillar to start the building of the marketing strategic plans.</i>

- Kosovo needs to take advantage of its easy visa procedures. Eswatini – Competitor: South Africa and Mozambique - Eswatini needs to work very hard in the strengthening of its country's new name. - Also, should create a new package that offers something special activity or attraction to booster the length of the stay. Myanmar– Competitor: Cambodia and Asean members & Solomon Islands – Competitor: Vanatu Islands - These both countries need to reinforce their SWOT analysis in order to identify perfectly their advantages and threats. Palestine – Competitor: Jordan - Palestine must work deeply in the pursuit of a close media relationship to enhance its destination image.	- <i>An effective SWOT analysis demands to create actions that face to threats and weaknesses with the strengthening of our advantages and opportunities.</i>
--	---

Comment from JICA	I'm looking forward to seeing Quito's new platform!	
Comment from JTCA	I agree with your idea. Colorful and diverse image of resources in Tourism Quito, Web marketing is most useful to enhance tourism for segments targeted.	

Feedback Sheet # 7

Date: 2018.07.25

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: 【THE WORLD HERITAGE AND TOURISM】

Mr. Masatake Meguro

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- A world heritage site, is a site listed by UNESCO with a great importance for the world because of its natural or cultural features. - UNESCO "United Nations Educational Scientific and Cultural Organization" was established after World War II in 1946 and its mission are the defence and the preservation of the peace in the world. - Until 2017, UNESCO has 197 member states and 10 associated members. - The protection of the world cultural and natural heritage was effectuated from December 1975 as a decision of a convention coordinated to discuss the protection of heritage in the world. - UNESCO has 832 Cultural Heritage + 206 Natural Heritage + Mixed Heritage, in total 1073 properties in the world. - UNESCO, through the cultural heritage sites preserves the products of human history (monuments, historical buildings and cultural landscapes) - With natural heritage sites preserves the Earth's history and ecological changes (geographic features, ecosystem and biodiversity) - And the mixed heritage sites preserve sites with cultural and natural features. - The declaration of world heritage sites must be proposed and promoted by the nations owners of	- <i>In Ecuador, there are 6 Heritage Sites listed by Unesco: The City of Quito, The Historical Center of Cuenca, The Galapagos Islands, The Sangay National Park, The oral heritage and cultural customs of Zapara Ethnic Group and The Elaboration of the traditional Ecuadorian toquilla hat.</i> - <i>These world heritage sites are the most important tourist attractions of Ecuador.</i> - <i>The city of Quito and The Galapagos Islands, are the "star tourist products" of Ecuador and receive the major quantity of visitors during the year.</i>

0000123

Pu

the attractions and, those ones, needs to follow a procedure with the accomplishment of several criterias decided by UNESCO committee. - UNESCO can delisted heritage sites if it considered that, they are affected by the careless of nations. - UNESCO also, is a great support for the preservation of the world heritage sites and can do everything in order to conserve them, such as modifications of their natural conditions. - For the nations, having world heritage sites means a great opportunity to promote tourism as a factor for their economic growth, due to, they belong to the tourist products portfolio and attractions that motivate the visit of tourists.	- <i>Fortunately, in Ecuador there is an established policy to preserve the world heritage sites of the country and each year the Government allocates budget for projects of conservations, restoration and care of these attractions,</i>
--	---

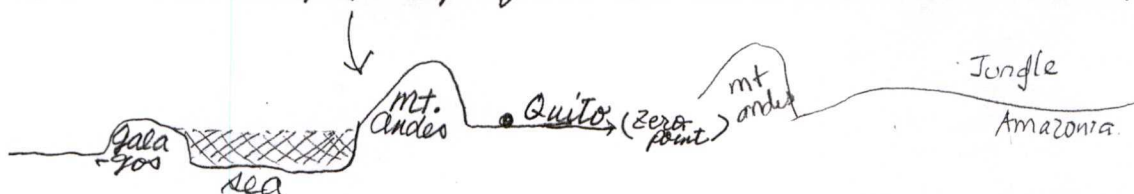
PM: 【SOCIAL DEVELOPMENT IN TOURISM
HOW THE TOURISM CAN CONTRIBUTE THE SDG'S 】
Mr. Hisiang Lo & Mr. Jun Hirabayashi

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- The SDG's are the Sustainable Development Goals which ate a universal call to action to end the poverty, protected the planet and ensure that all people enjoy peace and prosperity. - There are 17 SDG's recognized for the world: 1. No poverty 2. Zero hunger 3. Good health and well-being 4. Quality education 5. Gender equality 6. Clean water and sanitation 7. Affordable and clean energy 8. Decent work and economic growth 9. Industry, innovation and infrastructure 10. Reduce inequalities 11. Sustainable cities and communities	- <i>It was really amazing to understand that my professional activity, the tourism, can contribute with all the sustainable development goals, something that really makes me proud, because I'm part of this economic activity that only looks for the union of the nations in the world.</i>

12. Responsible consumption and production 13. Climate action 14. Life below water 15. Life on land 16. Peace, justice and strong institutions 17. Partnerships for the goals. - All these goals are strictly commitment with the sustainable development of the world, that involves the social, environmental and economic fields.	- Was effective to analyse how the TREN ECUADOR, the tourist train of my country are a great project that contributes the sustainable growth of the local communities.
---	---

Comment from JICA	Thanks for sharing el tren Ecuador!	
Comment from JTCA	W/H and SDGs are related with people-life and history. Topography of Ecuador could be nominated as WH list or not?	

1



0000122

Per

Feedback Sheet #8

Date: 2018.07.26

Country: *Ecuador*

Name: *María Belén Pacheco*

AM: **【RISK MANAGEMENT IN TOURISM MARKETING】**

Mr. Toshiya Hashimoto

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- A natural disaster accelerates social transformation and historical changes. - Degree of damage depends on the natural and man-made conditions of the nations. - In ASIA and the Middle East, are the places where most of disasters can happen. - The tourism is vulnerable in times of disasters. - Resilience will be the perfect concept between the time of disaster and the tourism. - The resilience is the capacity to face a disaster and return to normal in a short time. - The success of the risk management in times of disasters will be discovering how the destinations can advantages of the of the disaster's causes - A perfect example of the resilient nations is absolutely Japan, because of its location, is a vulnerable country to earthquakes, tsunamis, typhoons among others, however, Japan has a very organized prevention system, in order to face them with direct actions, calm and intelligence. - But, the most important is the big capacity of resilience, Japan spreads to the world perfect examples of recovery in difficult times. After the big earthquake and tsunami of 2011, Japan enhanced its resources and facilities and its international arrivals went over its expectations.	- <i>Ecuador is located in the Pacific fire belt, so, it is a country very vulnerable to volcanic eruptions, earthquakes, tsunamis, and flooding. Unfortunately, the country does not have a coordinated system of prevention and reaction to natural disasters.</i> - <i>After the earthquake of 2016, the government and the security offices are working very hard in the creation of a system to reaction in disasters times.</i> - <i>I would have liked to learn more strategies and ways to manage the communication and marketing of the destinations during and after the disaster times.</i> 0000121

PM: 【THE FUTURE OF TOURISM, CURRENT TRENDS AND ISSUES IN INTERNATIONAL TOURISM】

Mr. Eiichi Tamaki

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
According to UNWTO World Tourism Barometer (January, 2018): - During 2017, there were 1'323 million of international arrivals in the worldwide. - For 2018, expected 4% or 5% of increase. - Europe is the region that leads the international arrivals (51%) followed by Pacific Asia (25%). - Asia is the world's largest region that are experiencing economic growth in the last years, therefore, the nations located of this region could be the future inbound markets for new destinations. - The projection of tourist arrivals in the world by 2030, means a 3.3% of increasing each year. - For Ecuador, a country located in South America will be 6% within 10 years. - By 2030, the world reaches 1.8 billion of arrivals. - The new megatrends for tourism are: 1. Globalisation and demographic trends. 2. Global shift to low-carbon, resource efficiency. 3. New technologies 4. Travel mobility - And the main issues in the tourism promotion of the world are: 1. Safety and security issues. 2. Geo political climate, political tensions between countries. 3. Global economic crisis.	- <i>It was really interesting to understood that the future market for my destination will be the Asian Markets, because of, the economic growth and its interest for traveling.</i> - <i>People in Ecuador and I will do our best in order to development, a new tourist product that shape to the profile of this market.</i> - <i>Unfortunately, the media is the big issue for promoting the tourism in the world, they are always thinking on maximize the facts in order to increase their ratings.</i>

Comment from JICA	JICA has BOSAI (disaster prevention) projects in many countries. Maybe in Ecuador as well ??	
Comment from JTCA	To analyze the detail of really happened disaster. To analyze the disaster which effected tourism.	

Feedback Sheet #9

Date: 2018.07.27

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: 【CHICHIBU FIELD TRIP】

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
This day was extremely productive. - Chichibu is a city located to 1h50 to west of Tokyo, belongs to Saitama prefecture. - The population is 70.000 people. - The Chichibu tourism activity is coordinated by The Chichibu Omotenashi Tourism Organization that works in cooperation with 5 municipalities, tourism associations and commerce & industry chambers of the area. - Omotenashi means "Hospitality" in Japanese language. - This organization was the first registered as DMO in the Japan Tourism System, and is a real example of the tourism management of a potential area involving of the community. - The Chichibu Omotonashi Tourism Organization designs tourist packages that include several experiences in the community. - One of the most important is the "MINPAKU" that means "sharing traditional lifestyle of local families" - The MINPAKU experience includes the enjoyment with local activities with Chichibu native families. The visitors make different actions as: farming, cooking typical food and living local traditions. - The cost of this local experience is JPY8000 per person. 10% is a commission for the travel	- <i>I only could say this day was extremely nice, was a big honour to visit Chichibu city and discover its attractiveness.</i> - <i>Knowing the duties that Chichibu Omotenashi Tourism Organization are doing in the area gave the clearest example of the activities that a DMO (Destination Management & Marketing Organization) executes in Japan tourism activity.</i> - <i>Ecuador, has different tourist products that involve local community as Chichibu, they are located along the country. These projects now, had expanded the tourist offer of the country and every day they are looking for ways to improve their services.</i> - <i>The difference between our products and Chichibu one, is that most of them are private.</i>

0000120

Red

agency, JPY500 for families and the balance for the tourism organization. - Nowadays, Chichibu city receives an average of one and two groups of students from Japan and neighbour countries. Among other activities led by the organization are - Management of Chichibu area trips. - Promotional Digital Campaign of Facebook. - Tourism campaigns in trade fairs (Japan Travel Mart) - Promotion and Coordination of tourist guides. - Wilde-area bicycle rental. - Filming location service. - Chichibu brand project - Creation of pamphlets and free papers. - Improving facilities and hospitality services. - One of their expectations is promoting Chichibu in the following potential markets: Taiwan, Usa, France and Thailand. - One of the most important Chichibu attraction is THE YOMATSURI NIGHT FESTIVAL, that is held during winter season, is an amazing exhibition of culture and traditions. Is one of the most important festivals in Japan and attracts 300.000 each year, that means a fundamental economic resource for the community. - Chichibu has to a lot of tourist offer for natural and cultural interest, and the success key is the commitment of the community with the tourism and the hospitality.	- <i>Ecuador important options that deserve the visit of the outbound tourism are: Maquipucuna Reserve, Yunguilla Reserve, Mantaraya Lodge, Tren Ecuador, Anaconda Amazon Cruise, Napo Wildlife Center, Pacari, Runa Tupari and more...</i> - <i>After the field trip to Chichibu, I could say that Quito Tourism Board is a DMO very organized in the capital of Ecuador, I will pose some changes learnt in this experience in Japan and then I will propose to replicate our model in the rest of the country.</i> - <i>Something I felt in the afternoon, during the visit to Festival Museum, The Shinto Temple and the Roadside station, is that Chichibu's community are really commitment with the hospitality, something that is really important in the tourism. They were extremely kind with us, and we learned so much!</i>
--	--

Comment from JICA	<i>You all have Omotenashi!</i> <i>Anaconda?! Latinos are always friendly and kind.</i>
Comment from JTCA	<i>To involve various people related Quito DMO into new idea of tourism make good success in the destination</i>

Feedback Sheet #10

Date: 2018.07.30

Country: *Ecuador*

Name: *María Belén Pacheco*

AM: 【MICE TOURISM AND TOURISM PROMOTION】

Mrs. Keiko Nishimoto

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- Mice is the new industry of the events. - MICE mean: M= Meeting / I= Incentive / C= Convention & E= Exhibition. - In Japan and Singapore this new business product is known as: MICE and include (meetings, incentives, conventions and exhibitions). In United States is known as: MEETINGS INDUSTRY and include (meetings, incentives and conventions). In Australia is known as: BUSINESS EVENTS and include (meetings, incentives, conventions and exhibitions). - One of the word very used in MICE topic is "MESSE" that refers to the big places where the events held. - The origin of MESSE, come from the word "mass". During the medieval Europe, when people used to meet in Sundays for going to the mass, a massive event that concentrated a big population in a central place. - At present time, MICE industry is one of the most productive tourism segment that is supporting the economic growth of the countries that have incorporated the product to their business. - The types of events are: business events, festivals and culture events, entertainment events and sport ones. - The direct impact of the meetings industry is: high	- <i>Fortunately, Quito knows the importance of the MICE tourism, for that reason, during 2016, the city worked in its new tourism strategic plan, where MICE product has a special priority.</i> - <i>Our office has a specific area that manages the MICE strategies for Quito, some of the actions that we are doing to promote our MICE resources are: creation of the Quito's bidding book, scouting trips, attendance to MICE fairs, registration in the ICCA Association, and public relations with MICE media.</i> - <i>Besides, Quito is building its new Metropolitan Convention Center, in the fields of the old airport, this big center will have an area of 5000 mts2 and a capacity of 6000 people.</i>

0000119

Pu

spend per visitor, low impact on the destination and return visit for leisure; and the indirect ones are: knowledge creation and skill transfers, scientific advances, city and national knowledge and others. - The MICE industry as the tourism industry are highly sensitive to global issues like: political conflicts, economic changes and natural disasters, and is extremely important to develop strategies in order to face them, as Japan, did during 2011, when suffered the "triple disaster (the great earthquake, the tsunami and the electrical power plant failure)" the country made several crisis communication plans with the purpose of sending the world the message about its normality, thus to avoid the cancellation of the events programmed during that year. All the plans had success results.	- <i>The city of Guayaquil is doing great investment in its MICE industry too, actually, this city is receiving the most of the events at moment.</i> - <i>Unfortunately, these strategies are focused in the MICE development of Quito and Guayaquil cities in an independent way. The Ministry of Tourism does not have a structured plan for the country.</i>
--	---

PM: [ROLE OF GUIDEBOOK FOR TOUR PROMOTION]

Mr. Takeshi Oku

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- 900 titles of Guide book are printed in Japan each year. - There are 13.000 bookstores in Japan. - The Japanese people are famous readers and like to travel with the accompaniment of a travel guide. - Main readers are independent travellers, their ages are between 20's and 30's. - GLOBE-TROTTER is the most important travel guide of Japan, it is distributed to almost to all Japanese (tourists, travel agents, hotels students, business women and men) - The 67,20% of Japan market buy a guide upon planning a trip. - The objective of a guide book is gather information of a destination. - Travel guidebooks are the key to decide the	- <i>The lecture was really interesting, because, I received more information about the Japan's visitor profile.</i> - <i>Knowing about the Japanese market uses a guidebook to decide travelling destinations was really effective.</i> - <i>I will take advantage of the opportunity given by</i>

future destination for travelling. - The Japanese are more visual; therefore, they like to see images, photos, colours and have such most possible information of the destinations, in order to feel security and take the decision of travelling.	<i>Mr. Takeshi in order to send all the information about Quito and Ecuador in order to update the new edition of the guide book that will be published next year.</i>
---	---

Comment from JICA	<i>I actually buy 3 or 4 guidebooks, when I travel.</i> 
Comment from JTCA	<i>Communication with the organizer of MICE is a key to draw MICE into destination.</i> 

Feedback Sheet # 11

Date: 2018.07.31

Country: *Ecuador*

Name: *María Belén Pacheco*

AM: **【IMPORTANCE OF MARKETING】**

Mr. Tony Everitt

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- During this marketing class, we focused in the branding building, like one of the most important strategy to promote and position a destination. - The success will be the building of an authentic brand for the destination. - Should be a long-term brand that goes over political changes, governments, and politic. - A brand needs to be authentic, simple and easy to remember it. - The destination brand principles said that we need to find the perfect combination between what the destinations have to offer and what their visitors are needing. - A brand is the key for creating the image of our destinations in the minds of our consumers. - The marketing as everything in the world have changed in the different centuries, in the past the perfect way for promoting destinations was through printed materials, then through was broadcasting in media but at present, the digital is the way to send an effective message. - Finally, the brand is not only a logo or slogan, nowadays, is the concept and the key words with which the others should identify the products of destinations.	- <i>The lecture was extremely interesting and the study of the different brands of our destinations was very effective, because, it reconfirms me that strongest weakness of Ecuador is the lack of an authentic brand.</i> - <i>Ecuador's brand is a political brand, it always changes with new governments or local administrations, therefore, the different attractions of the country does not identify with the country brand, and usually create independent brands that only disperse the attention of our target markets.</i>

0000117

Ru

PM: 【ROLE OF JATA "JAPAN ASSOCIATION OF TRAVEL AGENTS"】

Mrs. Maya Matsuoka

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- JATA works under the general policy of Japan Tourism Agency (JTS), however, is not a public entity. - JATA represents to the private sector and it is formed by the legal and licensed travel agencies of Japan. - The role of JATA is focused in the management of the Japan outbound market, so, they coordinate different strategies and promotional actions in order to promote the overseas travels, such us: destinations seminars, trainings, familiarization trips, specific destination events, and more. - The most important partners of JATA are the national tourism boards, embassies, outbound tour operators and different destinations. - JATA, also coordinate the TOURISM EXPO JAPAN, the largest travel fair in Japan and Asia & Pacific region. Attending to this event is the best way to be in contact with the tourism business network and with the final consumers or potential visitors of Japan. - As JATA coordinate the outbound market, it has identified different features of Japanese market such as: - o The senior market is the biggest market in Japan for overseas travels. - o The new destinations need to be promoted in Japan through packaged tours and travel agencies intermediation. - o The Japanese market enjoy the culture and the biodiversity of the new destinations.	- <i>The profile of the Japanese outbound market given by JATA was very informative, now I have more ideas about what Japanese market looks for destinations and how it likes to travel.</i> - <i>That information is the base for the identification of the Japan's visitor profile, that will help to Quito and Ecuador to develop the tourist product for this new market.</i> - <i>Also, was a great opportunity to contact with JATA in order to coordinate some promotional actions that Quito Tourism Board can do in Japan for boosting the promotion of the country here, due to, it has the knowledge and the network contact.</i>

Comment from JICA	Ecuador's brand is political ??	
Comment from JTCA		

Feedback Sheet # 12

Date: 2018.08.1

Country: *Ecuador*

Name: *María Belén Pacheco*

AM: **【ROLE OF TOUR OPERATOR】**

Mr. Jun Hirabayashi

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- OTOA "Overseas Tour Operators association of Japan", which is a private entity known by Japan Tourism Agency, that represents to outbound tour operators in Japan. - The outbound travel market structure in Japan is the classic structure of tourism that respect the different channels for the commerce of the products, where tour operators have a very important role between the destination and its suppliers and DMC's "Destination Management Company" and Japanese travel agencies and visitors. - The outbound travel market in Japan is a big challenge because only represents the 14% of the total population. The domestic travel is bigger than overseas travel. - If a destination achieves to position itself in Japan market, it will have high expenditure, a stable market, long-stay tours, multiple destinations tours and well-mannered tourists., - The Japanese market demands to a destination: DMC's with high level of services, Japanese speaking guides, strong local support, good standard of hotels, constant information, safety and security. - Payment conditions between Japan tourism industry and overseas tour operators could be the big issue to develop tourism business. - There is a strict travel law in Japan that protects to Japanese consumers, therefore, the destinations and DMC's overseas need to be very accurate in the products that will provide.	- <i>It was very effective to understood how the Japan outbound market works, because, is the specific point that our destinations are looking for in Japan.</i> - <i>If I want to propose working in the adaptation of our tourist product to Japan as a new market for Ecuador, is extremely important to know the conditions, demands and needs of this market.</i> - <i>I will share all information with our DMC's and local tour operators to start building their strategy and product portfolio according to Japanese needs and requires.</i> 0000116

pw

PM: 【TOURISM PR & MARKETING IN JAPAN】

Mr. Jeremy Law

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- A very important aspect to position our destinations in Japan is through the building of a consistent and persistent strategy and it only will be done with a broad knowledge of the market. - One of the most effective recommendation is planning our marketing strategy with the support of a Public Relation company because it has the expertise and all the information about a specific market. - A specific strategy to position a destination in a new market has to compile: - o PR strategy: public relations, creation and distribution of press releases and Tv actions. - o Creation and spread of content - o Creativity: infographics, data visualizations, video content. - o Social Media marketing - The success is finding the perfect combination between the earned media (web PR, events, free press, reputation, social network system); the owned media (web site, social channel, creative content) and the paid media (mass media, digital advertisement) - And, the development of the content needs to be focused in the target segments' profiles and needs.	- <i>The Public Relations to promote the destinations is one of the most important marketing strategy, Quito Tourism Board has worked on this way for more than 6 or 7 years, and it is one of the most successful action that we do for promoting the destination overseas.</i> - <i>The PR company is the biggest partner of the city abroad because it represents to the destination in its outbound markets.</i> - <i>At present, Quito has PR representatives in: Usa, Canada, Mexico, Colombia, Brazil, Argentina, Spain, United Kingdom and Germany.</i>

Comment from JICA	I have some friends who only speak Japanese, they are not interested in oversea at all. even though I tell them how wonderful it is to them!	
Comment from JTCA		

Feedback Sheet # 13

Date: 2018.08.2

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: 【OUTBOUND TOURISM】

Mr. Jun Hirabayashi

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- The Senior market is the biggest outbound market in Japan. They have money and time. - Japan's young generation do not show a lot of interest in travelling. - 25-29 years old generation is the Japan group that travel more abroad, however, it's dropping very much. - In Japan, the "graduation trips" are common, specially for youngsters that finish High School or University, but, the preferred destinations are inside of Japan. - The Japanese market has 20 days a year for holidays, however, the workers don't usually take vacations. - The reason for young people not travelling overseas is because they don't have enough money and they don't have time. - Also, they are following a tendency of travelling inside to Japan first.	- <i>I'm really interested to make a marketing strategy for promoting Quito & Ecuador in Japan, even though, I'm seeing that it will be a big challenge, because the conditions of the potential market change constantly.</i> - <i>The first thing that I will propose to my team, is encouraging to local industry to start studying this market more deeply in order to adapt the offer that already has to the Japanese visitors, I'm sure that we have resources and attractions that they would enjoy.</i>

0000115

12

PM: 【VISIT TO EDO TOKYO MUSEUM 】

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- The Edo-Tokyo Museum, is an essential visit to learn about Tokyo's past in the Edo era. - The Edo period is very important in the history of the country. Since 1603 a powerful sovereign controlled the country with the title of "shogun". - During 250 years the "shogun" led Japan, bringing stability and great artistic, intellectual and economic development. - The Edo period finish when the Imperial period or "Meiji Era" began. - With an interactive exhibition, the museum provides information about political and economic conditions during the Edo period, also there are scale models that reproduce cities and community of that time. - The Edo Museum has a very coordinated structure which mission is to do all the possible actions to preserve the history of Japan.	- <i>The visit of Edo Tokyo Museums was very interesting to learnt about one of the important period in the history of Japan, was a little complicated to understand everything because was the first time that explored characters and things of this period, however, I really enjoyed.</i> - <i>The management of the museum is very similar to the Quito's ones, where, the labour focuses on preserve our history.</i>

Comment from JICA	<i>You have Galapagos! It's one of a kind!! You can make educational tour of that!</i>	
Comment from JTCA	<i>Change of logo more in promotion and Newly registered w/H are very strong opportunity for JP tourists.</i>	

Feedback Sheet # 14

Date: 2018.08.6

Country: *Ecuador*

Name: *María Belén Pacheco*

AM: 【TOURISM PROMOTION & MARKETING OF LOCAL AUTONOMOUS ORGANIZATION IN TOCHIGUI PREFECTURE】

Mr. Kazuya Kawamata

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- Tochigi Prefecture is located two hours from Tokyo. - One of the most important tourist attraction is the NIKKO TOSHOGU SHIRE^N, that is a world heritage site, however, it has other resources as: culture, nature, gastronomy, festivals, agro tourism in the strawberry farms. - During 2017, Tochigi received 221.627 visitors, from Taiwan, China, Thailand, Hong Kong, South Korea and North America, although there is a big percentage of visitors which origin is unknown. - The tourism division of Tochigi Prefecture is in charge of attracting foreign tourists, tourism exchange division, coordination of the different sector involved in tourism, production of promotional material such as: maps, pamphlets, - However, the tourism division in Tochigi is not a DMO, they work in a coordinated way with Nikko City. - Some of the tourism challenges in Tochigi are the creation of attractiveness and sightseeing destinations; the improvement tourist satisfaction of tourist and the creation of tourism content to extend the long-stay in the city.	- <i>The coordination of the field trip to Tochigui Prefecture and Nikko City was a very great opportunity to have direct experience of the tourism management in Japan.</i> - <i>Was extremely interesting to know how the Prefecture does the best efforts in order to booster its tourist activity, through the creation of new products, the monitoring of the inbound tourism and the improvement of the tourism facilities.</i>

0000114

PM: 【POLICY OF INBOUND TOURISM IN NIKKO CITY IN TOCHIGI PREFECTURE 】
Mr. Masaaki Numao

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- Nikko City is a DMO, Destination Management Organization in charge of the coordination of tourism activity of Nikko region that is formed by 5 cities: Imaichi, Nikko, Fujiwara, Ashion and Kuriyama. - During 2017, the region received 12'098.713 visitors, - The tourism strategy of Nikko City is based on 3 pillars: 1. Realizing high-quality, satisfying tourism. 2. Developing total tourism capacity through strong cooperation. 3. Implementing steady, far reaching PR. - Tourism is the most important productive industry in Nikko City. - Some of the activities that Nikko City DMO does are: the collection of marketing data, operation of Nikko City Tourism PR Center, promotion in outbound markets through JNTO and he constant cooperation with the government and prefecture.	- <i>To know about all the activities that the DMO of Nikko City usually does for fostering the tourism activity in the region gave me more examples and strategies that Quito can replicate in Ecuador, because, as I told in previous training sessions, I'm sure that Quito Tourism Board is a very organized tourism and marketing organization.</i>

Comment from JICA	I hope that you learnt something useful for Quito and other cities and towns in Ecuador!	
Comment from JTCA	There are 47 prefectures in Japan, if I wish you could have visit each region.	

Feedback Sheet # 15

Date: 2018.08.6

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM/PM: 【FIELD TRIP TO NIKKO CITY】

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- Tochigi is a prefecture with amazing natural landscapes as the Chuzenji lake and The Kezon Falls, where they have developed varied sustainable eco-tourism initiatives. - Nikko city is located in the mountains of Tochigi prefecture, the most important attraction is the series of sanctuaries and sacred places that make the town a religious and tourist centre very visited during the whole year. - The temples and sanctuaries of Nikko Toshugo Shrine was named as a World Heritage Site by UNESCO in 1993. - The temples are Shinto and Buddhist, the two most important religion practiced in Japan. - The main attraction is focused in the Toshogu temple, located in the middle of forests, It is the tomb of the great shogun of Edo period.	- Was a fascinating experience that let me know more about culture, history and traditions of Japan, a country with many contrasts between the modernity and the traditional life. - The visit of Sake Brewery was really interesting, I enjoyed most the passion with Mr. Watanabe told about his labour and his valuable knowledge about sake. - Knowing more about beliefs and rituals of ancient Tokyo also was really interesting, I enjoyed with the different concepts of feeling life. - Finally, the experience in Japanese Wood Curving was incredible! I think that is a real sample of the "new experiences" that travelling people is looking for in the destinations.

I'm sure that your mom 'd be very glad to get your wood curving mirror!
Very good souvenir for your Mama!

00001131



Feedback Sheet # 16

Date: 2018.08.7

Country: Ecuador

Name: María Belén Pacheco

AM: 【CASE STUDYN FOR X-COUNTRY】

Mr. Masato Takamatsu

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- Work group about the planning of a tourism promotion strategy and tourism policy to enhance tourism to VIETNAM in relation to Malaysia as the main competitor.	- <i>This activity was a big challenge and a very good practice too, because it demanded us the creation of a tourism strategy with the application of all knowledge received during the training.</i> - <i>It was the best way to help us of the creation of our Action Plan.</i>

AM: 【ACTIVITY OF ONLINE TRAVEL AGENT OTA EXPEDIA】

Mrs. Yeji Olivia Jeung

Summary of the Lecture/Session	Your insights, findings or ideas you can utilize/apply in your country
- Expedia is the biggest platform for selling flights, hotels, tour packages of the world. - One of its strategy for business is buying different platforms of tourist product in order to expand its service offers. For example, Expedia is the owner to Trivago, Travelocity, Hotels.com and others.	- <i>This was a very good lecture for closing all the subjects that we have learnt during the training.</i> 0000112

- Despite, Expedia is the leader OTA in the different regions of the world, in Japan is positioning yet. - Japan is a very traditional off-line marketing, the people used to book their trips through tourism agencies. - Rakuten, is the most important OTA in Japan. - At present, the package bookings are growing in the Expedia business because they have better prices and generates more incomes. - The Expedia platform for mobiles is the most important priority, because of, the global market now, uses a smartphone as main tool for everything.	- <i>To understand one of the most important tendency for bookings travels around the world was a perfect key for planning a tourism strategy.</i> - <i>Was really interesting to know that if we planning a promotional campaign in a OTA for Japan, is better think in the digital platforms as Rakuten or LINE.</i>
---	---

Comment from JICA	reviews. I personally check tripadvisor and booking.com's comments
Comment from JTCA	You have completed your Action plan which included precise analysis of Japanese market! (Aug 08) very well, Good job. (Aug 08) Hirooka

SWOT ANALYSIS

Date: 2018.17.07

Country: ECUADOR

Name: *María Belén Pacheco*

Competitor Country: COLOMBIA

STRENGTHS	WEAKNESSES
- Ecuador is the country of the middle of the world, because it's crossed by the equator (latitude 0) - Has 4 worlds in only one place, each one with special features and attractions. - Ecuador is the owner of the Galapagos Islands (one the 1000 places you must visit before dying) - Country's size, Ecuador is a small country that lets visit its four regions in a same trip. - It has a system of protected areas that covers the 20% of its territory with a big natural and cultural biodiversity - The most accessible Amazon of South America, only 30 minutes in a flight from Quito. - Has the most preserved historical centre of South America in Quito, its capital. - Has the Chimborazo Volcano, which is the nearest point to the sun from the center of the Earth - Ecuador is a peaceful country, without conflictive problems as terrorism, drugs traffic, guerrilla or wars. - Very organized local tourist industry, with trained professionals, good services and facilities.	- Does not have a tourist positioning strategy. - Lack of budget for promoting the country around the world. - Does not have a powerful tourist brand. - It has insufficient air connections with destinations in the world. - Only does tourist promotion in its priority inbound markets, however, the country does not allocated budget for opening new markets. - Has not a tourism policy supported by the government. - The government has not understood that the tourism can be a potential source for the economy, development and progress. - There is not a unique and strategic entity responsible of promoting the whole country in all the aspects: tourism, business, production, investments. There are entities that promote cities and products in an independent way, such us: Quito, Guayaquil and Cuenca Tourism Boards, the Quito's Convention Bureau, Tren Ecuador, among others. - Prices in Ecuador are in American dollars, that mean, more expensive in comparison with neighbors' countries.

OPPORTUNITIES	THREATS
- The increase of the trips in the world. - The increase of new outbound markets around the world such as: Brasil, China, Russia, Japan, Australia, and others. - Interest of wholesalers and tour operators in new destinations and new tourist products. - New tourism trends that look for experiences with local people, eco-tourism products and exotic destinations. - Global recovery of MICE tourism industry. - Increase of tourist demand towards countries in South America. - Change of the political administration, that is looking for opening opportunities and commercial relations with more countries in the region and the world. - The participation in the Marketing and Promotion Program in order to understand the Japanese tourist market.	- Perception of insecurity in Ecuador due to Colombian conflict with drug trafficking and guerrilla, in the border with Ecuador. - Increase in arrivals of Venezuelan people that are moving to Ecuador for living, that are generating disorder in our country. - Increase of Colombian tourist promotion investment. - Positioning of new tourist destinations in the minds of our priority markets such as Costa Rica, Guatemala, Bolivia, Paraguay. - Cheaper prices in neighbors countries for tourist services and products.

CROSS SWOT ANALYSIS

Date: 2018.17.07

Country: ECUADOR

Name: *María Belén Pacheco*

Competitor Country: COLOMBIA

	STRENGTHS	WEAKNESSES
	- Ecuador is the country of the middle of the world, because it's crossed by the equator (latitude 0) - Has 4 worlds in only one place, each one with special features and attractions. - Ecuador is the owner of the Galapagos Islands (one the 1000 places you must visit before dying) - Country's size, Ecuador is a small country that lets visit its four regions in a same trip. - It has a system of protected areas that covers the 20% of its territory with a big natural and cultural biodiversity - The most accessible Amazon of South America, only 30 minutes in a flight from Quito. - Has the most preserved historical centre of South America in Quito, its capital.	- Does not have a tourist positioning strategy. - Lack of budget for promoting the country around the world. - Does not have a powerful tourist brand. - It has insufficient air connections with destinations in the world. - Only does tourist promotion in its priority inbound markets, however, the country does not allocated budget for opening new markets. - Has not a tourism policy supported by the government. - The government has not understood that the tourism can be a potential source for the economy, development and progress. - There is not a unique and strategic entity responsible of promoting the whole country in all the aspects: tourism, business, production, investments. There are entities

0000110

(R)

	- Has the Chimborazo Volcano, which is the nearest point to the sun from the center of the Earth - Ecuador is a peaceful country, without conflictive problems as terrorism, drugs traffic, guerrilla or wars. - Very organized local tourist industry, with trained professionals, good services and facilities.	- that promote cities and products in an independent way, such as: Quito, Guayaquil and Cuenca Tourism Boards, the Quito's Convention Bureau, Tren Ecuador, among others. - Prices in Ecuador are in American dollars, that mean, more expensive in comparison with neighbors' countries.
OPPORTUNITIES		
- The increase of the trips in the world. - The increase of new outbound markets around the world such as: Brasil, China, Russia, Japan, Australia, and others. - Interest of wholesalers and tour operators in new destinations and new tourist products. - New tourism trends that look for experiences with local people, eco-tourism products and exotic destinations. - Global recovery of MICE tourism industry. - Increase of tourist demand towards countries in South America. - Change of the political administration, that is looking for opening opportunities and commercial relations with more countries in the region and the world. - The participation in the Marketing and Promotion Program in order to understand the Japanese tourist market.	1. <i>To promote the tourist resources of Ecuador in the new outbound markets that are growing in the world.</i> 2. <i>To create new tourist products focused in new tourism trends using the resources and attractions that Ecuador already has.</i> 3. <i>To develop an organized MICE product taking advantage of the local tourist industry of Ecuador and the change of its political administration related to the commercial relations with the world.</i>	1. <i>To create a new tourist promotion strategy for Ecuador that helps to strengthen its positioning in its traditional markets and open new markets.</i> 2. <i>To set up a unique entity or a committee that leads the promotion strategy in liaison with the tourist boards and local industry.</i> 3. <i>To innovate Ecuador tourist offer to adapt it to the interest of Japanese marketing.</i>

THREATS

- Perception of insecurity in Ecuador due to Colombian conflict with drug trafficking and guerrilla, in the border with Ecuador.
- Increase in arrivals of Venezuelan people that are moving to Ecuador for living, that are generating disorder in our country.
- Increase of Colombian tourist promotion investment.
- Positioning of new tourist destinations in the minds of our priority markets such as Costa Rica, Guatemala, Bolivia, Paraguay.
- Cheaper prices in neighbors countries for tourist services and products.

1. *To give to Ecuador tourist product an added value that focuses on the conditions of the country such as its security, its peaceful, its professionalism and its fantastic as unique resources and attractions.*
2. *To position Ecuador as a new MICE destination, in order to, it becomes the new competitor of our competitors in this specialized segment, due to, the country has infrastructure and tourist resources.*

1. *Strategic alliance with Colombian tour operators, with the purpose of creating and operating a new tour package that includes multi-destinations in South America (Colombia, Ecuador, and/or Peru) similar to the tourist products of the European destinations. This way Ecuador can take advantage of the tourist positioning that Colombia has today.*

JAPON

Población Total: 124'578.000 millones de habitantes

Total de Salidas al extranjero: 17'889.300 p. (2017) / 14% del total de la población
55,6% Hombres
44,4% Mujeres

Proyección de Salidas al 2018: 18'720.000 (+2%)

Proyección de Salidas 2030: Regiones Asia & Pacifico: +29,6%

Asia & Pacific Region

"The New Market of the World"

- Asia es la región más grande del mundo en producción económica.
- La región representa más de un tercio de la economía mundial (34%), la mayoría se concentra en el noreste de Asia (25%).
- El rápido crecimiento económico en una región con más de la mitad de la población mundial, junto con la creciente conectividad aérea, la apertura del mercado, la facilitación de viajes y la promoción, han impulsado los viajes internacionales en Asia y el Pacífico.

1. VISITANTES JAPONESES DE SITIOS PATRIMONIALES DE LA HUMANIDAD

2. ECO – TURISTAS JAPONESES

PERFIL DEL TURISTA JAPONÉS



- *Tendencias, valores, expectativas, actividades preferidas, preferencias, necesidades y deseos de los mercados objetivo y / o segmentos*

TURISTAS JAPONESES DE PATRIMONIOS MUNDIALES	✓ ECO-TURISTAS JAPONESES
<i>Tendencias:</i> ✓ Mercado Adulto ✓ 55 - 70 años de edad ✓ Disfrutan de viajar al extranjero porque están jubilados, han trabajado durante mucho tiempo. <i>Valores y expectativas:</i> ✓ Necesitan protección y seguridad ✓ Alto nivel de servicios ✓ Guías de habla japonesa ✓ Buen nivel de hoteles ✓ Información constante ✓ Fuerte apoyo local ✓ Puntualidad	<i>Tendencias:</i> ✓ Generación Joven(Millennials) ✓ 20 - 35 años de edad ✓ Usuarios de servicios de redes sociales (SNS) ✓ Economía compartida y reducción de los costos de viaje (LCC) <i>Valores y expectativas:</i> ✓ Grupos más pequeños o personas que viajan solas ✓ Explorar temas específicos de los destinos ✓ Quieren libertad para explorar por sí mismos. ✓ Experiencias locales activas ✓ Servicios de Internet (wifi gratuito, tarjetas SIM, aplicación de la ciudad, sitio web, bluetooth)

PERFIL DEL TURISTA JAPONÉS



TURISTAS JAPONESES DE PATRIMONIOS MUNDIALES

Actividades y Preferencias:

- ✓ Buscan experiencias e historias auténticas
- ✓ Cultura e historia
- ✓ Sitios del Patrimonio Mundial
- ✓ Experiencia con la comunidad local
- ✓ Alto nivel de gasto
- ✓ Pasión por la fotografía

Necesidades y Deseos:

- ✓ Viaje con paquetes turísticos organizados
- ✓ Recomendaciones de agencias de viajes
- ✓ Usan guías de viaje
- ✓ Estancias más largas en un destino (10 días)
- ✓ Excursiones multidestinados (visitar 1, 2 o 3 países en una larga gira) especialmente si viaja largas distancias.

✓ ECO-TURISTAS JAPONESES

Actividades y Preferencias:

- ✓ Comida, moda y cultura
- ✓ Tours enfocados en diferentes temas, tales como: biodiversidad, historia, tradiciones, tendencias.
- ✓ Experiencias en las que aprenden algo especial del destino
- ✓ Naturaleza, turismo local auténtico

Necesidades y Deseos:

- ✓ Paquetes turísticos F.I.T
- ✓ Guías turísticos con profundo conocimiento y experiencia
- ✓ Costos asequibles de los servicios
- ✓ Acceso a servicios de economía colaborativa (Uber, Airbnb, Cabify)
- ✓ Acceso a información turística
- ✓ Herramientas digitales que respaldan la estadía en el destino

1. ECUADOR, el país en el Centro del Mundo

Recursos turísticos, productos, sitios turísticos

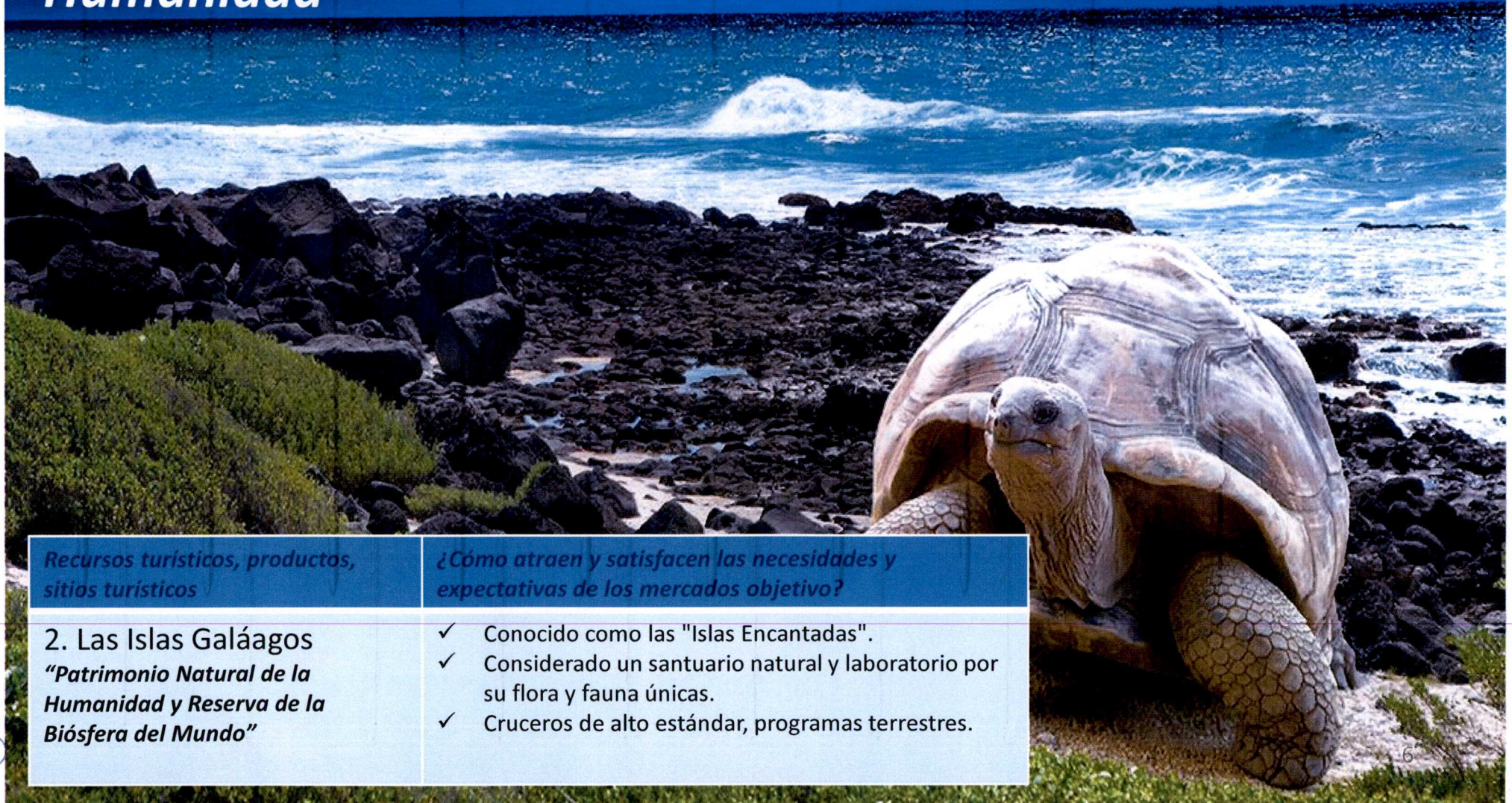
1. Ecuador

"4 Mundos en un solo lugar"

¿Cómo atraen y satisfacen las necesidades y expectativas de los mercados objetivo?

- ✓ Cuatro áreas geográficas distintas: Las Islas Galápagos, Los Andes, La Amazonia y la Costa
- ✓ Clima primaveral todo el año
- ✓ Diferentes productos turísticos en cada región.

2. Las Islas Galápagos "Patrimonio Natural de la Humanidad"



*Recursos turísticos, productos,
sitios turísticos*

2. Las Islas Galápagos
"Patrimonio Natural de la
Humanidad y Reserva de la
Biosfera del Mundo"

*¿Cómo atraen y satisfacen las necesidades y
expectativas de los mercados objetivo?*

- ✓ Conocido como las "Islas Encantadas".
- ✓ Considerado un santuario natural y laboratorio por su flora y fauna únicas.
- ✓ Cruceros de alto estándar, programas terrestres.

3. Quito "Primer Patrimonio Cultural del Humanidad"



*Recursos turísticos,
productos, sitios turísticos*

3. Quito

*"Primer Patrimonio Cultural
de la Humanidad"*

*¿Cómo atraen y satisfacen las necesidades y
expectativas de los mercados objetivo?*

- ✓ Uno de los centros históricos más grandes y mejor conservados de América Latina.
- ✓ Valiosa diversidad en historia, arte colonial, arquitectura, gente y cultura.
- ✓ City Tours, Centro de información turística, Servicios de muy alta calidad.

4. Quito

“Auténticas Experiencias Locales”

Recursos turísticos, productos,
sitios turísticos

*¿Cómo atraen y satisfacen las necesidades y
expectativas de los mercados objetivo?*

4. Quito

“Auténticas Experiencias Locales”

- ✓ La capital más cercana al sol a 2.850 msnm.
- ✓ El único lugar donde puedes tener simultáneamente un pie en el hemisferio norte y el otro en el sur.
- ✓ Experiencias de estilo de vida: cúpulas, artesanos, clases de cocina.



5. El Chocó Andino “La Nueva Reserva de la Biósfera del Mundo”

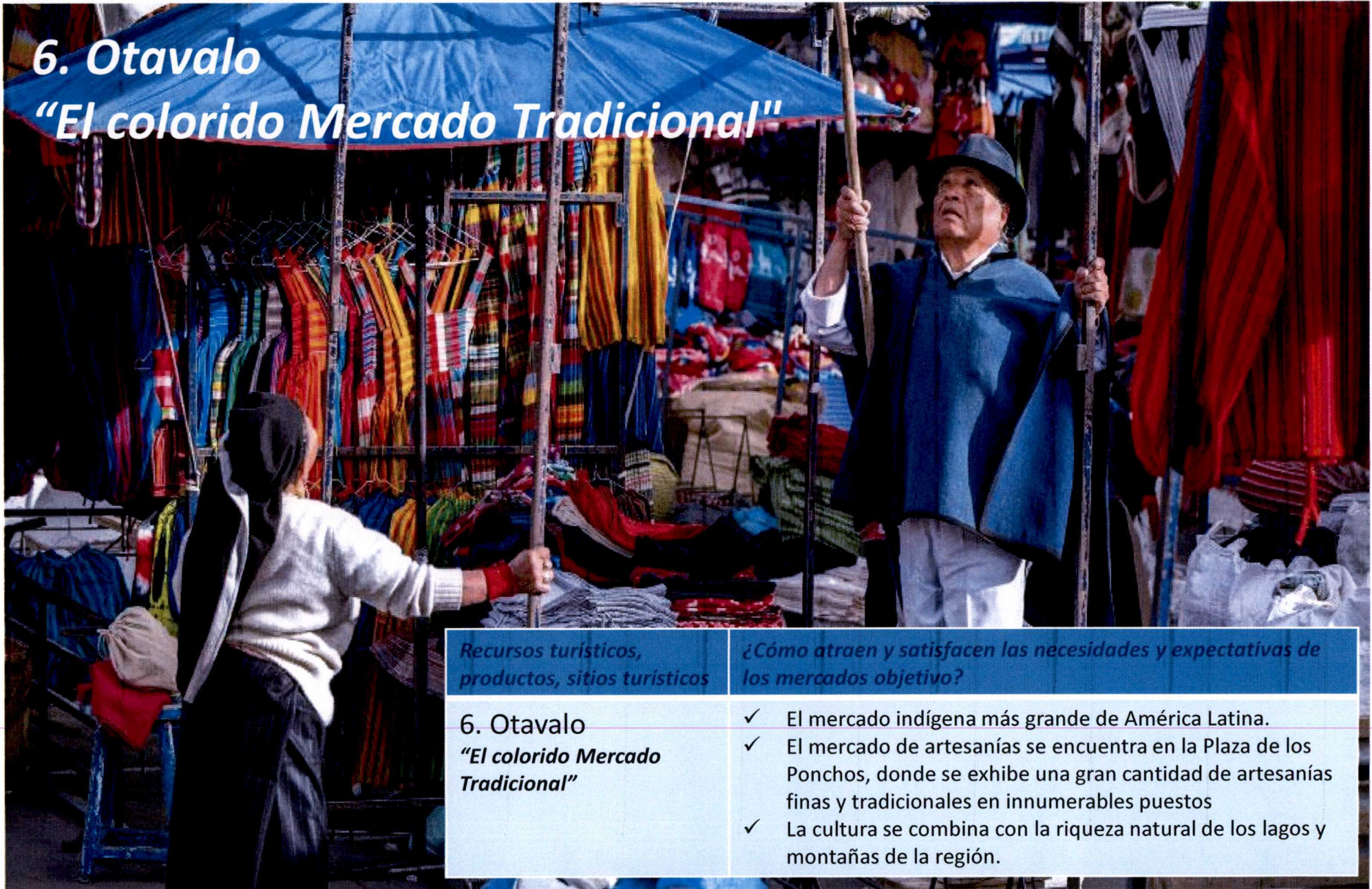
*Recursos turísticos,
productos, sitios turísticos*

5. El Chocó Andino
“La Nueva Reserva de la
Biósfera del Mundo”

*¿Cómo atraen y satisfacen las necesidades y expectativas de los
mercados objetivo?*

- ✓ La región de Choco Andino se encuentra nombrada por la Unesco como sitio de patrimonio natural hace dos semanas.
- ✓ Increíble biodiversidad en el bosque nuboso más grande de Ecuador, se encuentra en Quito.
- ✓ Hogar de osos de anteojos, orquídeas, bromelias, aves, mamíferos, reptiles, tucanes y otros.
- ✓ Lodges, rutas ciclistas, trekkings, deportes de aventura, observación de aves.

6. Otavalo "El colorido Mercado Tradicional"



Recursos turísticos,
productos, sitios turísticos

6. Otavalo
"El colorido Mercado
Tradicional"

¿Cómo atraen y satisfacen las necesidades y expectativas de
los mercados objetivo?

- ✓ El mercado indígena más grande de América Latina.
- ✓ El mercado de artesanías se encuentra en la Plaza de los Ponchos, donde se exhibe una gran cantidad de artesanías finas y tradicionales en innumerables puestos
- ✓ La cultura se combina con la riqueza natural de los lagos y montañas de la región.

Action Plan **Tourism Marketing & Promotion** **for QUITO - ECUADOR**

Organization: Public Management Company of Tourism Destination
"Quito Tourism Board"

Name: *María Belén Pacheco Cuesta*

0000097

PART 1

COUNTRY/AREA MARKETING

9600000

Overall Goal:

- The creation of this ACTION PLAN for the Metropolitan District of Quito is based on new trends, new market segments and experiences of Japan tourism industry and mainly emphasizes the most important value proposal that Quito and Ecuador have for this market and the world, which is their geographical position in the middle of the world.

Project Objective:

- To identify the Japan visitor's profile as one outbound market in the Asia Pacific Region, in order to shape the attractiveness of Quito and Ecuador to their interests, preferences and needs.
- To booster the adaptability and the creation of sustainable and innovated tourist products for Japanese Market, through the supporting of Quito Tourism Board, as the DMO "Destination Management & Marketing Organization" of Quito City.

00000005

Target source markets & target market segments



【WHO】

- *Target source markets:*

JAPAN

Total Population: 124'578.000 p.

Total Overseas Travelers: 17'889.300 p. (2017) / 14% total population
55,6% Male
44,4% Female

Forecast Departures 2018: 18'720.000 (+2%)

Forecast Departures: 2030 / Asia & Pacific Region: +29,6%

Asia & Pacific Region

"The New Market of the World"

- Asia is the world's largest region in economic output.
- The region accounts for over one-third of the world's economy (34%), most of which in North-East Asia (25%).
- Rapid economic growth in a region with over half the world's population, coupled with rising air connectivity, market openness, travel facilitation and promotion have boosted international travel in Asia and the Pacific.

【WHO】

1. JAPANESE WORLD HERITAGE
VISITORS

2. JAPANESE ECO- TOURISTS

Target source markets & target market segments



- *Trends, values, expectations, preferred activities, preferences, needs and wants of the target markets and/or segments*

JAPANESE WORLD HERITAGE VISITORS

Trends:

- ✓ Senior market
- ✓ 55 – 70 years old
- ✓ Enjoy travel overseas because they are retired, they had worked for a long time, is time to rest.

Values & Expectations:

- ✓ Need safety and security
- ✓ High level of services
- ✓ Japanese speaking guides
- ✓ Good standard of hotels
- ✓ Constant information
- ✓ Strong local support
- ✓ Punctuality

JAPANESE ECO- TOURISTS

Trends:

- ✓ Young Generation (Millenials)
- ✓ 20 – 35 years old
- ✓ Users of Social Networking Services (SNS)
- ✓ Sharing Economy and reduction of travel costs (LCC)

Values & Expectations:

- ✓ Smaller groups or individuals traveling
- ✓ Explore specific topics of destinations
- ✓ Wanting freedom to explore by themselves.
- ✓ Active local experiences
- ✓ Internet facilities (free wifi, SIM cards, City APP, web site, bluetooth)

0000002

Target source markets & target market segments



JAPANESE WORLD HERITAGE VISITORS

Preferred activities / preferences:

- ✓ Looking for authentic experiences and stories
- ✓ Culture and history
- ✓ World heritage sites
- ✓ Experience with local community
- ✓ High level of spending
- ✓ Love photography

Needs & Wants:

- ✓ Travel with organized tour packages
- ✓ Recommendations from travel agencies
- ✓ Use travel guidebooks
- ✓ Longer stays in a destination (10 days)
- ✓ Multidestinations tours (visit 1, 2, or 3 countries in a long tour) specially if travel long distances.

JAPANESE ECO- TOURISTS

Preferred activities / preferences:

- ✓ Food, fashion and culture
- ✓ Tours focused in different topics, such as: biodiversity, history, traditions, trends.
- ✓ Experiences that learn something special of the destination
- ✓ Nature, authentic local tourism

Needs & Wants:

- ✓ F.I.T tour packages
- ✓ Tour guides with deep knowledge and experience
- ✓ Affordable costs of services
- ✓ Access to sharing economy services (Uber, Airbnb, Cabify)
- ✓ Access to tourist information
- ✓ Digital tools that support the stay in the destination

【WHAT】

1. Ecuador, the country of the Middle of the World

*Tourism resources,
products, tourism sites*

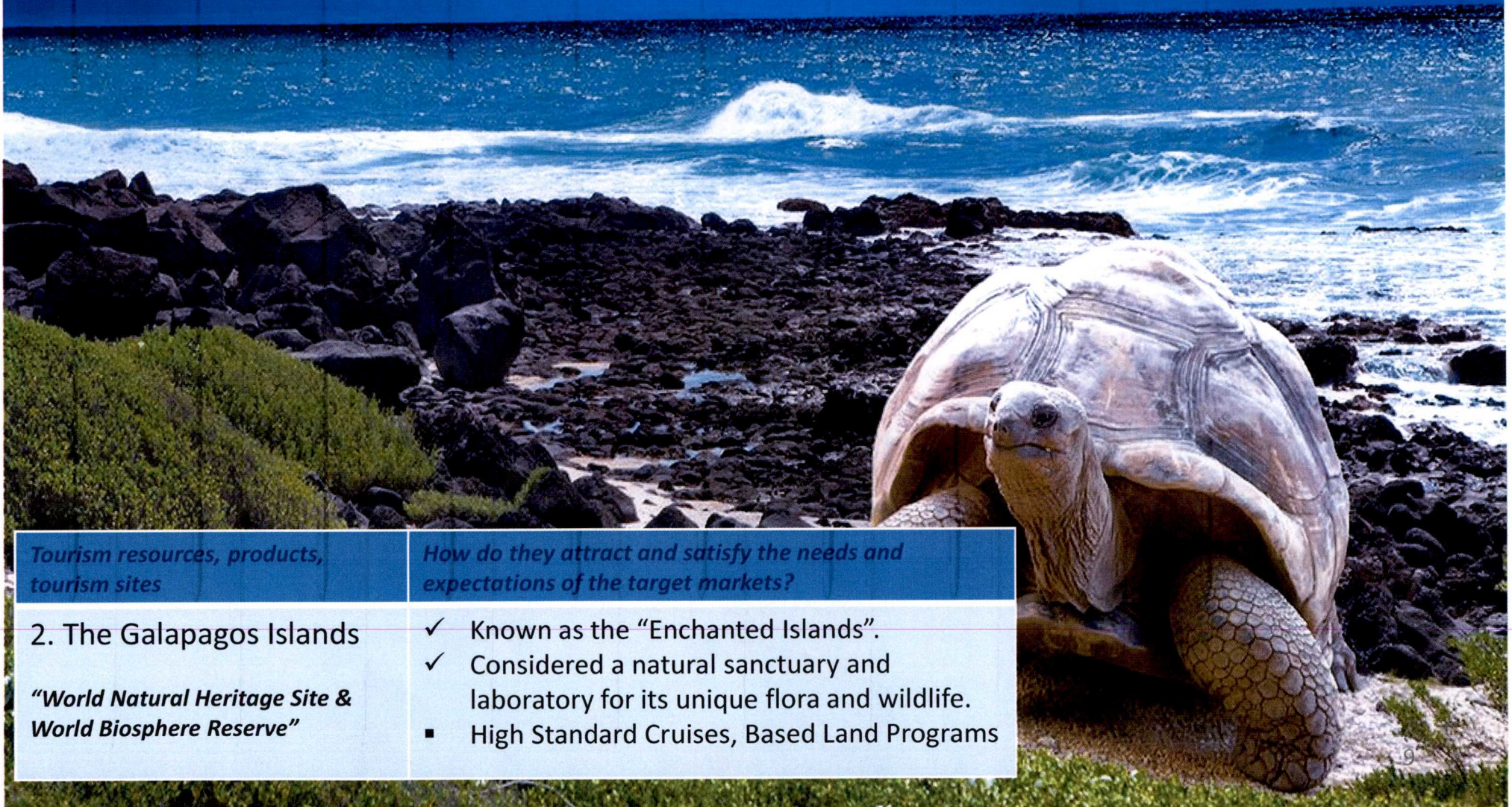
1. Ecuador

*"Four Worlds in only
one place"*

*How do they attract and satisfy the needs and
expectations of the target markets?*

- ✓ Four distinct geographic areas: The Galapagos Islands, The Andes, The Amazonia and the Coast
- ✓ Spring weather whole year
- Different tourist products in each region.

2. The Galapagos Islands “World Natural Heritage Site”



*Tourism resources, products,
tourism sites*

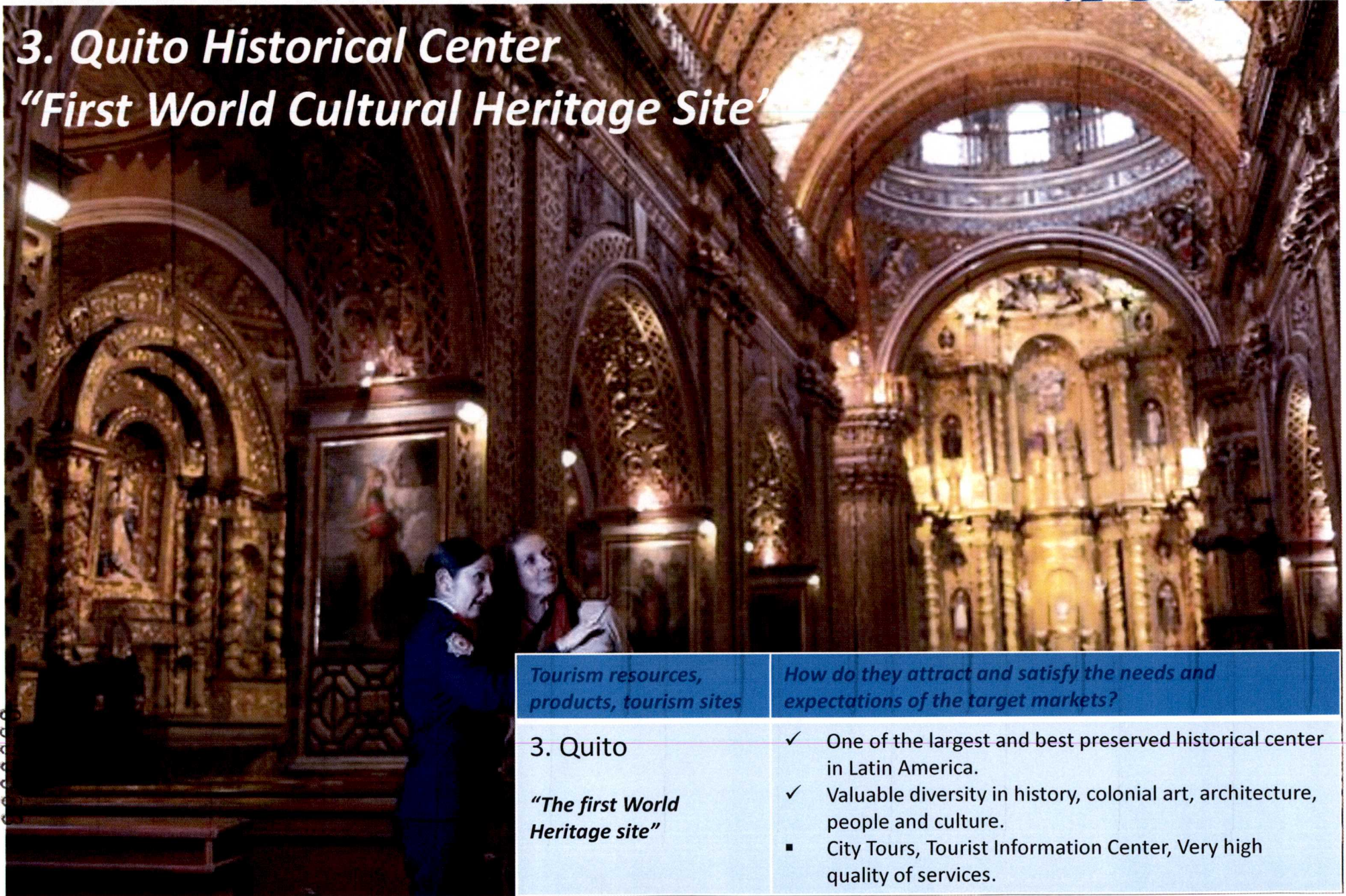
2. The Galapagos Islands

*“World Natural Heritage Site &
World Biosphere Reserve”*

*How do they attract and satisfy the needs and
expectations of the target markets?*

- ✓ Known as the “Enchanted Islands”.
- ✓ Considered a natural sanctuary and laboratory for its unique flora and wildlife.
 - High Standard Cruises, Based Land Programs

3. Quito Historical Center "First World Cultural Heritage Site"



*Tourism resources,
products, tourism sites*

3. Quito

*"The first World
Heritage site"*

*How do they attract and satisfy the needs and
expectations of the target markets?*

- ✓ One of the largest and best preserved historical center in Latin America.
- ✓ Valuable diversity in history, colonial art, architecture, people and culture.
- City Tours, Tourist Information Center, Very high quality of services.

4. Quito

"Authentic Local Experiences"

Tourism resources, products,
tourism sites

4. Quito

"Authentic Local Experiences"

*How do they attract and satisfy the needs and
expectations of the target markets?*

- ✓ The closest capital to the sun at 2,850 msls .
- ✓ The only place where you can simultaneously have one foot in the Northern hemisphere and the other in the Southern.
- ✓ Lifestyle experiences: domes, artisans, cooking clases.



5. The Andean Choco Andino "Newest World Biosphere Reserve"

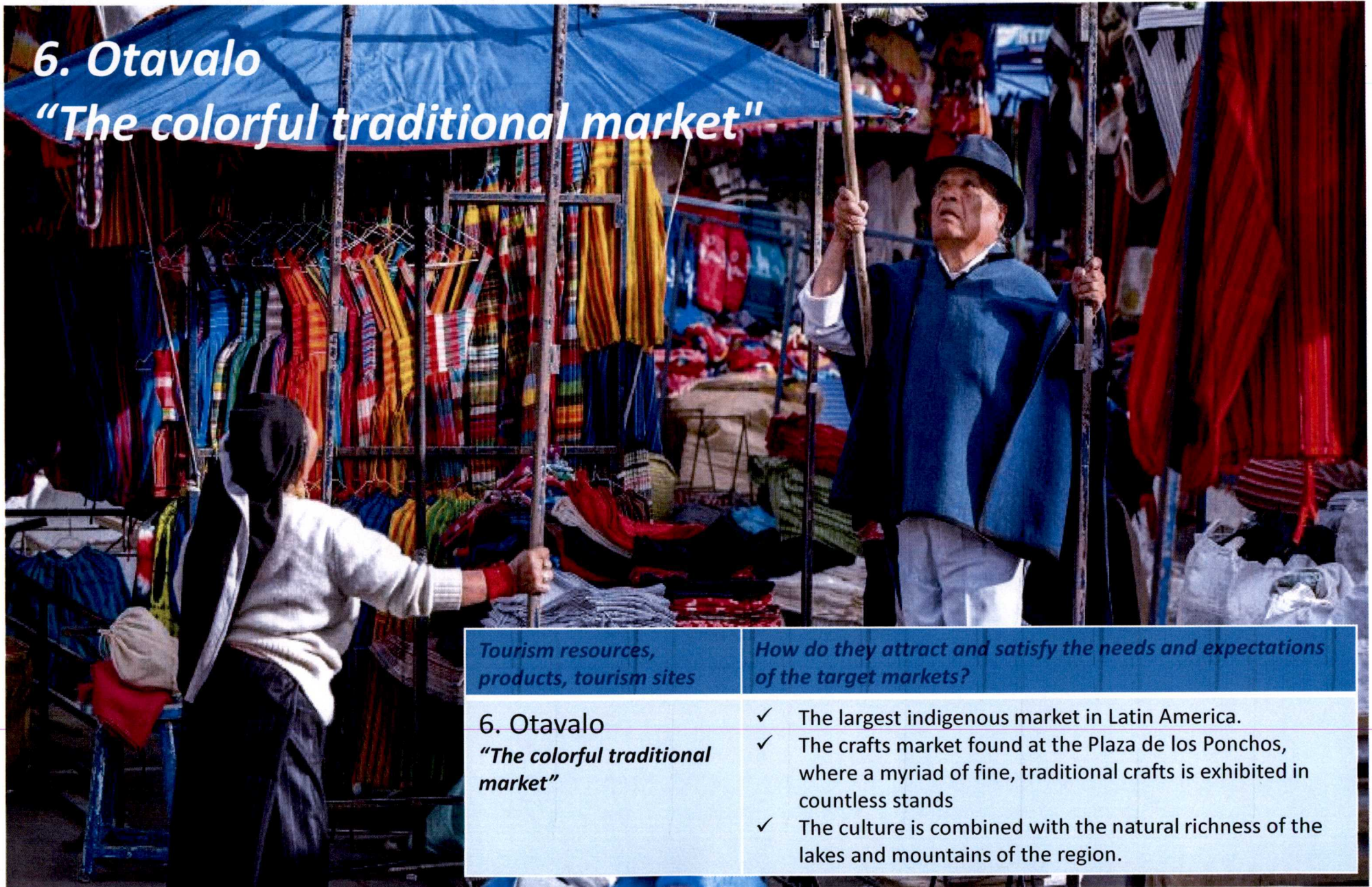
*Tourism resources,
products, tourism sites*

5. The Andean
Choco Andino
"Newest World Biosphere
Reserve"

*How do they attract and satisfy the needs and expectations
of the target markets?*

- ✓ The Choco Andino Region is located is named by Unesco as natural heritage site two weeks ago.
- ✓ Amazing biodiversity in the biggest cloud forest of Ecuador, is located in Quito.
- ✓ Home of spectacled bears, orchids, bromelias, birds, mammals, reptiles, tucans, and others.
- ✓ Lodges, bicycle routes, trekkings, adventure sports, birdwatching.

6. Otavalo *"The colorful traditional market"*



*Tourism resources,
products, tourism sites*

6. Otavalo
*"The colorful traditional
market"*

*How do they attract and satisfy the needs and expectations
of the target markets?*

- ✓ The largest indigenous market in Latin America.
- ✓ The crafts market found at the Plaza de los Ponchos, where a myriad of fine, traditional crafts is exhibited in countless stands
- ✓ The culture is combined with the natural richness of the lakes and mountains of the region.

Competition – COLOMBIA



Destinations, tourism resources, products and sites

1. Cartagena de Indias (walled city)
World Cultural Heritage Site
2. Santa Marta Sierra Nevada
3. Los Katíos National Park
World Natural Heritage Site
4. Colombia Coffee Cultural landscape
World Cultural Heritage Site
5. The Zipaquirá Salt Cathedral



0000034

Competitive Advantages



6'500.000

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS (2017)

- Powerful tourist brand
- Strategic Tourism Policy that goes over the politic and governments.
- More than 70 identified tourist products that have all the facilities and infrastructure.
- Great investments in destination positioning activities such as: participation in all the travel shows around the world, campaigns to final consumers and advertorials in relevant media.
- Bogota, is considered a HUB for international airlines that gives to Colombia the opportunity to connect directly with almost destinations in the world.



- ***SWOT Analysis of your tourism resources, products and sites over your competitors in the identified source markets and/or market segments.***

SWOT Analysis over COLOMBIA

Strengths

- Ecuador is the country located in the middle of the world, because it's crossed by the equator (latitude 0)
- Has 4 worlds in only one place, each one with special features and attractions.
- Ecuador is the owner of the Galapagos Islands (one the 1000 places you must visit before dying)
- Country's size, Ecuador is a small country that lets visit its four regions in a same trip.
- It has a system of protected areas that covers the 20% of its territory with a big natural and cultural biodiversity
- The most accessible Amazon of South America, only 30 minutes in a flight from Quito.
- Has the most preserved historical centre of South America in Quito, which is the capital.
- Has the Chimborazo Volcano, which is the nearest point to the sun from the center of the Earth
- Ecuador has 4 World Heritage Sites, 2 Intangible World Heritage and 7 Biosphere Reserves named by UNESCO.
- Ecuador is a peaceful country, without conflictive problems as terrorism, drugs traffic, guerrilla or wars.
- Very organized local tourist industry, with trained professionals, good services and facilities.

Weaknesses

- Does not have a tourist positioning strategy.
- Lack of budget for promoting the country around the world.
- Does not have a powerful tourist brand.
- It has insufficient air connections with destinations in the world.
- Only does tourist promotion in its priority inbound markets, however, the country does not allocated budget for opening new markets.
- Has not a tourism policy supported by the government.
- The government has not understood that the tourism can be a potential source for the economy, development and progress.
- There is not a unique and strategic entity responsible of promoting the whole country in all the aspects: tourism, business, production, investments.
- Prices in Ecuador are in American dollars, that mean, more expensive in comparison with neighbors' countries.

Opportunities

- The increase of the trips in the world.
- The increase of new outbound markets around the world such as: Brasil, China, Russia, Japan, Australia, and others.
- Interest of wholesalers and tour operators in new destinations and new tourist products.
- New tourism trends that look for experiences with local people, eco-tourism products, world heritage sites and exotic destinations.
- Global recovery of MICE tourism industry.
- Increase of tourist demand towards countries in South America.
- Change of the political administration, that is looking for opening opportunities and commercial relations with more countries in the region and the world.
- Existence of organizations that are responsible of the tourism management and marketing of destinations in Ecuador.
- The participation in the Marketing and Promotion Program in order to understand the Japanese tourist market.

Threats

- Perception of insecurity in Ecuador due to Colombian conflict with drug trafficking and guerrilla, in the border with Ecuador.
- Increase of arrivals of and Venezuelan people that are moving to Ecuador for living, that are generating disorder and crowded in our country.
- Increase of Colombian tourist promotion investment.
- Positioning of new tourist destinations in the minds of our priority markets such as: Costa Rica, Guatemala, Bolivia, Paraguay.
- Cheaper prices in neighbor countries for tourist services and products.

0000001

Cross SWOT Analysis



	Strengths: competitive edges ➤ Ecuador is the country located in the middle of the world, because it's crossed by the equator (latitude 0) ➤ Has 4 worlds in only one place, each one with special features and attractions. ➤ Ecuador is the owner of the Galapagos Islands (one the 1000 places you must visit before dying) ➤ Country's size, Ecuador is a small country that lets visit its four regions in a same trip. ➤ It has a system of protected areas that covers the 20% of its territory with a big natural and cultural biodiversity ➤ The most accessible Amazon of South America, only 30 minutes in a flight from Quito. ➤ Has the most preserved historical centre of South America in Quito, which is the capital. ➤ Has the Chimborazo Volcano, which is the nearest point to the sun from the center of the Earth ➤ Ecuador has 4 World Heritage Sites, 2 Intangible World Heritage and 7 Biosphere Reserves named by UNESCO. ➤ Ecuador is a peaceful country, without conflictive problems as terrorism, drugs traffic, guerrilla or wars. ➤ Very organized local tourist industry, with trained professionals, good services and facilities.	Weaknesses ➤ Does not have a tourist positioning strategy. ➤ Lack of budget for promoting the country around the world. ➤ Does not have a powerful tourist brand. ➤ It has insufficient air connections with destinations in the world. ➤ Only does tourist promotion in its priority inbound markets, however, the country does not allocated budget for opening new markets. ➤ Has not a tourism policy supported by the government. ➤ The government has not understood that the tourism can be a potential source for the economy, development and progress. ➤ There is not a unique and strategic entity responsible of promoting the whole country in all the aspects: tourism, business, production, investments.. ➤ Prices in Ecuador are in American dollars, that mean, more expensive in comparison with neighbors' countries.
Opportunities • The increase of the trips in the world. • The increase of new outbound markets around the world such as: Brasil, China, Russia, Japan, Australia, and others. • Interest of wholesalers and tour operators in new destinations and new tourist products. • New tourism trends that look for experiences with local people, eco-tourism products and exotic destinations. • Global recovery of MICE tourism industry. • Increase of tourist demand towards countries in South America. • Change of the political administration, that is looking for opening opportunities and commercial relations with more countries in the region and the world. • Existence of organizations that are responsible of the tourism management and marketing of destinations in Ecuador. • The participation in the Marketing and Promotion Program in order to understand the Japanese tourism market.	<i>Promotional Strategy for promoting the Quito & Ecuador's World Heritage Sites in Japanese Market.</i> <i>To strengthen the positioning of Quito as a new MICE destination, with tourist attractions and high local infrastructure like the new Convention Center.</i>	<i>Promoting tourist resources of Quito-Ecuador as the country of "the middle in the world" in the new fast-growing outbound markets (Asian-Pacific markets).</i> <i>To innovate Quito tourist offer to adapt into the interest of Japanese market through the strengthen of the "Research and Product Development Area" of Quito Tourism Board, as the DMO "Destination Management & Marketing Organization" of Quito City.</i>

Cross SWOT Analysis



Strengths:

competitive edges

- Ecuador is the country located in the middle of the world, because it's crossed by the equator (latitude 0)
- Has 4 worlds in only one place, each one with special features and attractions.
- Ecuador is the owner of the Galapagos Islands (one the 1000 places you must visit before dying)
- Country's size, Ecuador is a small country that lets visit its four regions in a same trip.
- It has a system of protected areas that covers the 20% of its territory with a big natural and cultural biodiversity
- The most accessible Amazon of South America, only 30 minutes in a flight from Quito.
- Has the most preserved historical centre of South America in Quito, which is the capital.
- Has the Chimborazo Volcano, which is the nearest point to the sun from the center of the Earth
- Ecuador has 4 World Heritage Sites, 2 Intangible World Heritage and 7 Biosphere Reserves named by UNESCO.
- Ecuador is a peaceful country, without conflictive problems as terrorism, drugs traffic, guerrilla or wars.
- Very organized local tourist industry, with trained professionals, good services and facilities.

Weaknesses

- Does not have a tourist positioning strategy.
- Lack of budget for promoting the country around the world.
- Does not have a powerful tourist brand.
- It has insufficient air connections with destinations in the world.
- Only does tourist promotion in its priority inbound markets, however, the country does not allocated budget for opening new markets.
- Has not a tourism policy supported by the government.
- The government has not understood that the tourism can be a potential source for the economy, development and progress.
- There is not a unique and strategic entity responsible of promoting the whole country in all the aspects: tourism, business, production, investments. There are entities that promote cities and products in an independent way, such us: Quito, Guayaquil and Cuenca Tourism Boards, the Quito's Convention Bureau, Tren Ecuador, among others.
- Prices in Ecuador are in American dollars, that mean, more expensive in comparison with neighbors' countries.

Threats

- Perception of insecurity in Ecuador due to Colombian conflict with drug trafficking and guerrilla, in the border with Ecuador.
- Increase of arrivals of and Venezuelan people that are moving to Ecuador for living, that are generating disorder and crowded in our country.
- Increase of Colombian tourist promotion investment.
- Positioning of new tourist destinations in the minds of our priority markets such as: Costa Rica, Guatemala, Bolivia, Paraguay.
- Cheaper prices in neighbor countries for tourist services and products.

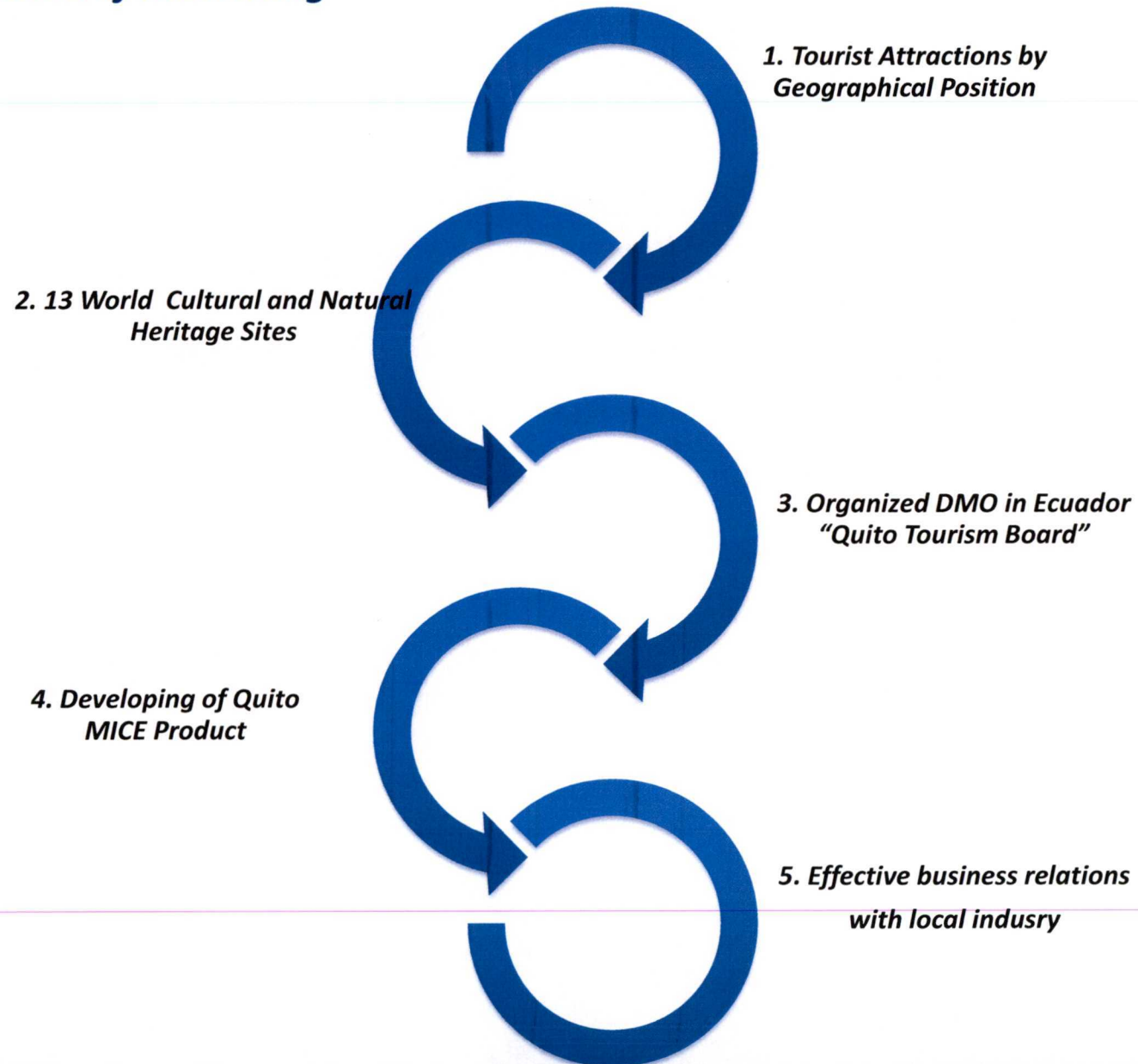
1. *To give to Ecuador tourist product an added value that focuses on the conditions of the country such us its security, its peaceful, its professionalism and its fantastic as unique resources and attractions.*

1. *Strategic alliance with Colombian tour operators, with the purpose of creating and operating a new tour package that includes multi-destinations in South America (Colombia, Ecuador, and/or Peru) similar to the tourist products of the European destinations. This way Ecuador can take advantage of the tourist positioning that Colombia has today.*

✓ **POSSIBLE STRATEGY to market your tourism resources, products and sites to the identified markets and/or market segments (UPS, strengths of your products over your competitors)**

1. Promoting tourist resources of Quito-Ecuador as the country of **"the middle in the world"** in the new fast-growing outbound markets (Asian markets)
2. Developing a tourist product around the two world heritage sites of Quito in order to start the destination promoting in Japanese Markets
3. Strengthening of the "Research and Product Development Area" of Quito Tourism Board, as the DMO "Destination Management & Marketing Organization" of Quito City to support the innovation and adaptability of the tourist offer to the interest of Japanese market. .
4. To strengthen the positioning of Quito as a new MICE destination, with tourist attractions and high local infrastructure like the new Convention Center.
5. Boostering a strategic alliance between Ecuadorian and Colombian tour operators, with the purpose of creating a new tour package that includes multi-destinations in South America.

✓ *Strategic Pillars of Marketing*



0000077

Communication & Promotion



【HOW】	Consumers Prospect visitors	Travel Trade	Media
Public sector	Official Website City APP Digital campaigns for destination positioning Tourist information Center with ICT Advertorial in airlines magazines Guidebooks	Official Website City APP Newsletters Destination Trainings (seminars, webinars, roadshows) Trade information Center Exhibition in travel fairs Co-op campaigns with airlines Public Relations support Overseas representation	Press/fam invitation Press Releases Interview Blogs Photo Gallery Press Conferences Press Events
Private sector	Websites Promotional videos Storytelling Brochures / pamphlets Magazines and newspapers ads SNS campaigns Exhibition in travel fairs	Product Trainings Sales calls Sales visits Newsletters Trade events Promotional deals for booking campaigns Sharing Economy promotion	Press/fam invitations Press releases Tv shows
Visitors	Words of mouth Social Media Recommendation Travel platforms (Trip Advisor, Booking) Blogs	Words of mouth Blogs	Blogs Social Media Content Generation

PART 2

MY PERSONAL ACTION PLAN

0000075

Role and Responsibility in destination marketing	I work as Marketing Coordinator of International Markets, in Quito Tourism Board, the company responsible for the national and international promotion of Quito, the capital of Ecuador, • Support in the design of 2019 Quito's promotional plan for the outbound markets. • Coordination of the promotional activities in the following outbound markets: Brazil, Argentina, Spain, United Kingdom, Germany an others. • Analysis of the Quito's statistics related to the entrance of the international arrivals. • Support for the coordination of Quito PR strategy and promotional actions for European, South American and other markets. • Management of the public relations with international journalist, tour operators, wholesalers, tourist associations and others, with the purpose of generating opportunities for promotion of our destination. • Coordination of international fam, press and blog trips. • Coordination of international events for promoting the destination such as: travel shows, travel fairs, workshops, roadshows, BTL events, among others. • Representation of Quito in travel shows, congress, international events and trainings that help us to be in direct contact with the different markets. • Management of promotional campaigns focused in the final consumers. • Coordination of the new Quito Digital Platform promotional campaigns.
Goal & Key performance indicators (KPIs)	<i>Booster the tourism promotion and marketing of Quito-Ecuador in Japan, as a new outbound market within the Asia Pacific area.</i> KPI's : 1. # Number of tourist promotional actions in Japanese market 2. # Number of local tour operators interested in Japanese or Asia Pacific Area markets 3. # Number of tourist arrivals, length-stay and travel spending of Japan and other countries from Asia Pacific Area.

0000071

**Committed
Actions to
contribute to
the successful
implementation
of the project**

1. Sharing knowledge about new trends of the Tourism Promotion & Marketing.
2. Sharing knowledge about the importance of a effective brand-building.
3. Presentation of Japanese visitor's profile (needs, preferences, interests and expectations)
4. Monitoring of Asia Pacific tourist arrivals, length-stay and travel spending in the Quito's statistic system.
5. Strengthening of research, adaptability and product development procedures in Quito Tourism Board.
6. Quito training destination for Japanese travel agents.
7. Analysis of participation in Tourism Expo Japan.
8. Spread of a newsletter and a press release about Quito & Ecuador Destination Key Facts.
9. Cooperation with a local DMC or Tour Operator for planning a Press or Fam Trip for Japanese market.
10. Proposal for fostering a budget allocation to make specific promotional activities in new markets.

0000073

Time Frame of My Action Plan



Timing	Your actions	Stakeholders
Upon Return to your country	▪ Presentation of the Experience in Japan and the Action Plan for Quito- Ecuador	Quito Tourism Board
1 month	• Sharing knowledge about new trends of the Tourism Promotion & Marketing. • Sharing knowledge about the importance of a effective brand-building. • Presentation of Japanese visitor's profile (needs, preferences, interests and expectations)	Marketing Department Product Development Department (Quito Tourism Board)
3 months	• Presentation of Japanese visitor's profile (needs, preferences, interests and expectations)	Local Tourist Industry
6 months	• Spread of a newsletter and press release about Quito & Ecuador Destination Key Facts.	JATA Japanese Travel Agents Japanese Media
12 months	• Quito training destination for Japanese travel agents. • Monitoring of Asia Pacific tourist arrivals, length-stay and travel spending in the Quito's statistic system. • Strengthening of research, adaptability and product development procedures in Quito Tourism Board. • Cooperation with a local DMC or Tour Operator to plan a Press or Fam Trip for Japanese market.	JATA & Japanese Travel Agents Local Tourist Industry, Ministry of Tourism Local Tourist Industry Local Tour Operator, Japanese Travel Agents, Japanese Media
24 months	• Analysis of participation in Tourism Expo Japan. • Proposal for fostering a budget allocation to make specific promotional activities in new markets	Marketing Department (Quito Tourism Board) Local Tourist Industry Japanese Market

Resources and Budget



Your actions	Necessary Resources	Estimated Expenses	Budget
Presentation of the Experience in Japan and the Action Plan for Quito- Ecuador	- Quito Tourism Board Seminar Room - Presentation and Speaker	N/R	\$0.00
Sharing knowledge about new trends of the Tourism Promotion & Marketing	- Quito Tourism Board Seminar Room - Presentation and Speaker	N/R	\$0.00
Sharing knowledge about the importance of a effective brand-building.	- Quito Tourism Board Seminar Room - Presentation and Speaker	N/R	\$0.00
Presentation of Japanese visitor's profile (needs, preferences, interests and expectations) <i>For Marketing Department</i>	- Quito Tourism Board Seminar Room - Presentation and Speaker	N/R	\$0.00
Presentation of Japanese visitor's profile (needs, preferences, interests and expectations) <i>For Local Tourist Industry</i>	- Quito Tourism Board Seminar Room - Presentation and Speaker - Coffee Break	Coffee Break for 50 people	\$1.200,00
Spread of a newsletter about Quito & Ecuador Destination Key Facts.	- Newsletter - Press Release - Support from JATA - Support from JICA - Support from Ecuador Embassy in Japan	N/R N/R N/R N/R N/R	\$0.00 \$0,00 \$0,00 \$0,00 \$0,00
Quito training destination for Japanese travel agents.	- Presentation - Speaker - Support from JATA - Support from Ecuador Embassy in Japan	N/R N/R N/R N/R	\$0.00 \$250,00 \$0,00 \$0,00

Resources and Budget



Your actions	Necessary Resources	Estimated Expenses	Budget
Monitoring of Asia Pacific tourist arrivals, length-stay and travel spending in the Quito's statistic system.	New Research Resources	Hiring of statistical consultants	\$15.000,00
Strengthening of research, adaptability and product development procedures in Quito Tourism Board.	Product Development Department restructuration	Hiring of a person for research and developing products.	\$12.000,00
Cooperation with a local DMC or Tour Operator to plan a Press or Fam Trip for Japanese market.	- Contacts of Japanese Tourism Industry - Tourist services for the press or farm trip (10 people)	- Air tickets - Services and tourist activities in the destination	\$15.000,00 \$12.000,00
Analysis of participation in Tourism Expo Japan.	Support from Marketing Coordinator	N/R	\$0.00
Proposal for fostering a budget allocation to make specific promotional activities in new markets	Creation of a Marketing Plan for the new Market	Promotional activities such as: (PR representation, participation in travel fairs, co-op campaigns, seminars)	\$20.000,00
		ESTIMATED BUDGET	\$75.450,00

- The estimated budget could be financed by the budget allocation given by the Municipality of Quito each year for tourist promotion of the destination.***



Thank you!

Your Story Begins in

QUITO°

2018

María Belén Pacheco
Marketing Coordinator
bpacheco@quito-turismo.gob.ec
Quito Tourism Board



Certificate

*This is to certify that Miss Maria Belen Pacheco Cuesta
has successfully completed the Knowledge Co-Creation
Program (Group and Region Focus)*

in Tourism Promotion and Marketing(B)

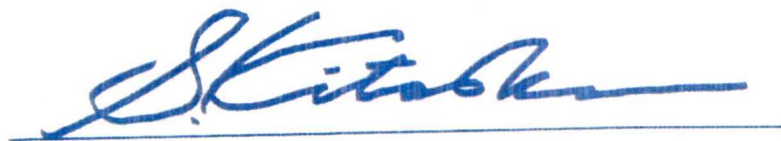
at Japan Transport Cooperation Association

from July 12, 2018 to August 9, 2018

organized by the Japan International Cooperation

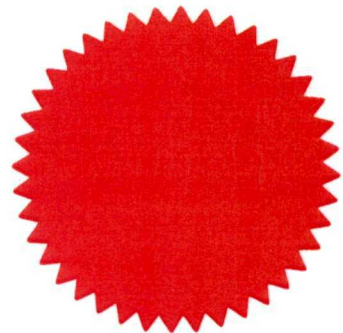
Agency under the International Cooperation

Program of the Government of Japan.



SHINICHI KITAOKA
PRESIDENT
JAPAN INTERNATIONAL COOPERATION AGENCY

Date: August 9, 2018



0000068

Certificate



Japan International Cooperation Agency



**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO**

COMPROBANTE DE PAGO N° 699

FECHA: 04/07/2018

©

Asiento N° 2838

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR Cta Cte No 01220299

Nota Débito N°0

A LA ORDEN DE: **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**

USD 359.55

LA SUMA DE: **TRESCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE Dolares 55/100 Cts**

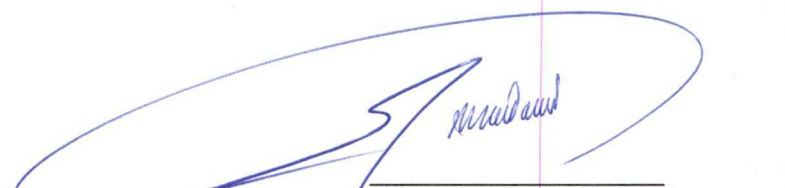
QUITO, 04 de Julio del 2018

DETALLE DEL COMPROBANTE:

PACHECO CUESTA MARIA BELEN.- ANTICIPO DE VIATICOS Y SUBSISTENCIA PARA UN DELEGADO COMO REPRESENTANTE DE QUITO AL PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS "TURISMO PROMOCION ADN MARKETING" EN TOKIO-JAPON DEL 10 AL 11 DE AGOSTO DE 2018 MEMORANDO N° EPMGDT-DM-2018-136 SOLICITA CARLA CARDENAS

				VERONICA	
No	DOCUMENTOS BANCARIOS	Valor	Firma	Ruc/CI	
CTA 1038400499	Beneficiario				
	PACHECO CUESTA MARIA BELEN	359.55			
	TOTAL DOCUMENTOS BANCARIOS USD	359.55			
Código	APLICACION CONTABLE	Parcial	Debe	Haber	
1.1.2.15.01.001	Descripción				
	ANTICIPOS DE VIATICOS, PASAJES Y OTROS DE VIAJE I		359.55		
1.1.1.03.01.001	BANCO CENTRAL DEL ECUADOR CTA CTE 01220299			359.55	
	SUMAN o PASAN USD		359.55	359.55	

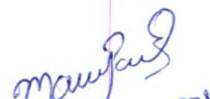

Tesorera
Veronica Ponce


Gerente Financiero Administrativo
Ing. Leonidas Espinosa

04/07/2018 17:55

Página 1/1

TC-165


F21434221

0000067

**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO
ANTICIPO DE FONDOS
Transacción # 10761**

Fecha: 04/07/2018

Proveedor: PACHECO CUESTA MARIA BELEN

Detalle:

ANTICIPO VIATICOS Y SUBSIST.TOKYO JAPON

Tipo	Fecha	Número	Valor	Cuenta
MEMO	04/07/2018	204-2018	359.55	1.1.2.15.01.001 ANTICIPOS DE VI
		Total=>	359.55	



CECIBEL TUALOMBO
Jefa Financiera



PATRICIA LLERENA M.
Contadora

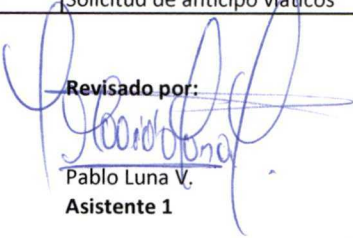
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

CONTROL PREVIO ANTICIPO VIATICOS Y SUBSISTENCIAS

FUNCIONARIO : María Belen Pacheco Cuesta
CONCEPTO: Anticipo viáticos y subsistencia
VALOR: \$ 359,55
MEMORANDO No. : EPMGDT-JTH-204-2018

No.	DOCUMENTO	CONTROL		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Solicitud anticipo viáticos y subsistencia	/		
2	Ficha técnica	/		
3	Correo del cálculo de viáticos y subsistencia con copia del boleto aéreo	/		
4	Solicitud de certificación Presupuestaria	/		
5	Certificación Presupuestaria	/		
6	Formulario de solicitud de viáticos y subsistencia (Ministerio de Trabajo)	/		
7	Memorando entrega documentos habilitantes	/		
8	Resolución Administrativa	/		
9	Solicitud de anticipo viáticos	/		

Revisado por:


Pablo Luna V.
Asistente 1Quito, 04 de julio de 2018. 

0000065

MEMORANDO EPMGDT-JTH-204-2018

Quito DM, 04 de julio de 2018

PARA: Leonidas Espinosa Gallardo
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

CC: Cecibel Tualombo
JEFE FINANCIERA

DE: María del Carmen Carrera E.
JEFE DEPARTAMENTAL 2
TALENTO HUMANO

ASUNTO: Solicitud pago anticipo de viáticos y subsistencias María Belén Pacheco.

Por medio del presente solicito a usted autorizar a quien corresponda, proceder con el pago del anticipo por el concepto de viáticos y subsistencias para la servidora María Belén Pacheco, Coordinadora de Promoción y Operación Internacional A de Quito Turismo; para que asista del 09 de julio al 11 de agosto del presente año al programa de Co-creación de Conocimientos denominado "Tourism Promotion and Marketing" en representación de Quito Turismo.

El valor total a pagar por el concepto antes descrito es de trescientos cincuenta y nueve dólares de los Estados Unidos de Norteamérica con 55/100 (US\$ 359.55).

Atentamente,

María del Carmen Carrera E.
JEFE DEPARTAMENTAL 2
TALENTO HUMANO



ACCIÓN	RESPONSABLE	SIGLA	FECHA	SUMILLA
Elaborado por:	Isabel Cruz	JTH	04/07/2018	



TURISMO

RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA No. EPMGDT-GG-VS-2018-325

VERÓNICA SEVILLA LEDERGERBER
GERENTE GENERAL DE LA
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

CONSIDERANDO:

- Que,** el artículo 315 de la Constitución de la República faculta al Estado la constitución de empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la presentación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.
- Que,** el citado artículo determina que, las empresas públicas funcionarán como sociedades de derecho público, con personería jurídica, autónoma financiera, económica, administrativa y de gestión, con los altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales;
- Que,** el artículo 5 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas faculta a los gobiernos autónomos la creación de empresas públicas por acto normativo legalmente expedido;
- Que,** en base de lo dispuesto en los artículos 225 numeral 4, 314, 315, y 425 de la Constitución de la República, el concejo Metropolitano de Quito expide la Ordenanza Metropolitana de Creación de Empresas Públicas (O.M. No. 0309 de 16 de abril de 2010), publicada en el Registro Oficial No. 186 del 5 de mayo del 2010, que en su Sección Sexta crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, la misma que sucede jurídicamente a la Empresa Metropolitana Quito-Turismo, asumiendo los derechos y obligaciones, así como los derechos litigiosos, obligaciones y acciones; y, en general, los derivados de todos y cada uno de los actos y contratos celebrados por aquella, de conformidad con la Ley Orgánica de Empresas Públicas;;
- Que,** el artículo 16 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas determina que la *Administración del Talento Humano* de las empresas públicas corresponde al Gerente General o a quien éste delegue expresamente;
- Que,** el artículo 30 de la referida Ley Orgánica, manifiesta que, en la relación de trabajo entre los servidores de carrera sujetos a esta Ley y los obreros, se observarán las siguientes normas: entre otras, "2. *No forma parte de la remuneración:... b) ...,viáticos, subsistencias y movilizaciones;*".
- Que,** el artículo 108 del Reglamento Interno de Administración del Talento Humano de Quito Turismo, determina el procedimiento para la declaración de Comisión de Servicios en el exterior de los funcionarios de la Empresa;
- Que,** mediante Memorando N° EPMGDT-DM-2018-130 del 15 de junio de 2018, el Director de Mercadeo Dennis Swanberg, solicita a la Gerencia General se autorice la comisión de servicios para que la señorita María Belén Pacheco Cuesta, participe como representante de Quito Turismo

0000063

en el Programa "Tourism Promotion and Marketing" que se desarrollará del 11 de julio al 10 de agosto de 2018 en Tokyo – Japón.

Que, mediante sumilla inserta en el Memorando N° EPMGDT-DM-2018-130, la Gerencia General aprueba la comisión de servicios de la señorita María Belén Pacheco Cuesta.

Que, la salida de la servidora designada no representa mayor erogación de fondos, pues JICA cubrirá los costos de pasaje aéreo (incluido impuestos), alojamiento y alimentación durante toda la estadía en Japón (incluso fines de semana y días feriados), transporte interno en Japón y seguro médico que cubre enfermedad (siempre que no sea condición preexistente), emergencias y accidentes, en territorio japonés. Sin embargo la Institución nominadora deberá asumir los valores relacionados con la alimentación en los lugares de tránsito.

Que, existen los recursos suficientes para atender la presente comisión de servicios en el exterior, conforme la certificación de disponibilidad de fondos N° 190, emitida por la Gerencia Financiera Administrativa de Quito Turismo;

En uso de sus facultades legales,

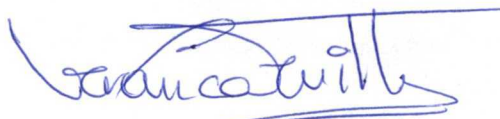
RESUELVE:

Art. 1.- Autorizar el viaje y declarar en comisión de servicios a la señorita María Belén Pacheco Cuesta, a partir del 09 de julio al 11 de agosto de 2018, incluyendo los días de traslado para que asista en calidad de representante de Quito Turismo al Programa "Tourism Promotion and Marketing", a realizarse en la ciudad de Tokyo – Japón.

Art. 2.- Los gastos relacionados con esta participación se cubrirán con cargo a la partida, que para el efecto consta en el presupuesto de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo.

Art.3.- La presente resolución entrará en vigencia a partir de su expedición; y de su aplicación encárguese a la Gerencia Financiera Administrativa de la Empresa.

Dado en DM de Quito, a los 28 días del mes de junio de 2018.



Verónica Sevilla Ledergerber

GERENTE GENERAL
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA
DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

INFORME N° EPMGDT-JTH-039-2018

TEMA: ANÁLISIS COMISIÓN DE SERVICIOS CON REMUNERACIÓN PARA CUMPLIMIENTO DE SERVICIOS INSTITUCIONALES.

Análisis para la Comisión de Servicios con Remuneración para el Cumplimiento de Servicios Institucionales de la servidora María Belén Pacheco en representación de Quito Turismo en el programa de Co-creación de Conocimientos denominado ***"Tourism Promotion and Marketing"*** organizado por el Centro Internacional JICA, mismo que tendrá lugar del 11 de julio al 10 de agosto de 2018 en Tokyo-Japón, al respecto me permito poner en su conocimiento lo siguiente:

Antecedentes:

Mediante carta S/N del 16 de febrero de 2018 enviada por el Señor Takeo Ishikawa Representante de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón a la señora Verónica Sevilla Gerente General de Quito Turismo, se invita a nominar a un funcionario de la institución para que participe en el programa de Co-creación de Conocimientos denominado ***"Tourism Promotion and Marketing"***.

Mediante sumilla inserta en la misma carta, la Gerencia General, solicita a Dennis Swanberg evaluar si puede asistir o enviar un delegado.

Mediante Oficio N° EPMGDT-2017-001501, de 06 de marzo de 2018, el señor Leonidas Espinosa Gallardo Gerente General Subrogante de Quito Turismo, nombra a la señorita Ma. Belén Pacheco, Coordinadora de Promoción Operación Internacional A de la Dirección de Mercadeo, quién cumple con el perfil solicitado para la actividad, además es servidora con nombramiento.

Mediante correo electrónico suscrito por la señora Gabriela Salgado Oficial de Programa de Becas de JICA remitido el 12 de marzo de 2018 se envía los documentos e información necesaria para preparar su aplicación.

Mediante carta S/N del 04 de junio de 2018 suscrita por el Señor Takeo Ishikawa Representante de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón a la señora Verónica Sevilla Gerente General de Quito Turismo, informa que la Ingeniera María Belén Pacheco Cuesta, ha sido aceptada para participar en el Programa de Co-creación de Conocimientos. En el mismo documento se informa también que *"JICA cubrirá los costos de pasaje aéreo (incluido impuestos), alojamiento y alimentación durante toda la estadía en Japón (incluso fines de semana y días feriados), transporte interna en Japón y seguro médico que cubre enfermedad (siempre que no sea condición preexistente), emergencias y accidentes, en territorio japonés. (...) La Institución nominadora y/o becarios deberán asumir únicamente los valores relacionados con la obtención de los*

TURISMO

0000062

documentos de viaje que fueren necesarios, el transporte interno entre la ciudad de origen y el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (Tababela) y la alimentación en los lugares de tránsito, de ser aplicable."

Mediante Oficio N° 001702, de 05 de junio de 2018, la señora Verónica Sevilla Gerente General de Quito Turismo, confirma la participación de la señorita Ma. Belén Pacheco, Coordinadora de Promoción Operación Internacional A de la Dirección de Mercadeo en el "Programa de Co-creación de Conocimientos".

Mediante correo electrónico suscrito por la señora Gabriela Salgado Oficial de Programa de Becas de JICA y remitido el 07 de junio de 2018 a la servidora Ma. Belén Pacheco se envía los formularios necesarios para completar antes del viaje.

Mediante correo electrónico suscrito por la señora Gabriela Salgado Oficial de Programa de Becas de JICA y remitido el 07 de junio de 2018 a la servidora Ma. Belén Pacheco se envía información necesaria para avanzar con los preparativos del viaje a Japón.

Mediante memorando No. EPMGDT-DM-2018-130 del 15 de junio de 2018, se solicita a Gerencia General autorización Participación Programa "Tourism Promotion and Marketing" Otorgado por JICA.

Mediante sumilla inserta en memorando No. EPMGDT-DM-2018-130 del 15 de junio de 2018, la Gerencia General autoriza proceder de acuerdo a la normativa vigente.

Mediante correo electrónico del 20 de junio de 2018, la servidora María Belén Pacheco, solicita el cálculo de viáticos a Contabilidad.

Mediante correo electrónico del 20 de junio de 2018, la servidora Patricia Llerena Contadora, envía el cálculo de viáticos a la servidora requirente de mencionado cálculo.

Mediante memorando No. EPMGDT-DM-2018-136 del 21 de junio de 2018, la servidora Carla Cárdenas Jefe de Promoción de la Dirección de Mercadeo de Quito Turismo, solicita se emita la disponibilidad presupuestaria por concepto de viáticos para la servidora delegada como representante de la ciudad de Quito para el Programa de Co-creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing".

La Jefatura Administrativa emite la Certificación Presupuestaria No. 190 con fecha 22 de junio de 2018, por concepto de viáticos y subsistencias por un valor de \$359,55 (Trescientos cincuenta y nueve dólares de los Estados Unidos de Norteamérica con 55/100).

Base Legal:

Art. 3.- PRINCIPIOS QUE ORIENTAN LA ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO.- Los sistemas de administración del talento humano que desarrolle la Empresa estarán basados en los siguientes principios:

- a) Profesionalización y capacitación permanente del personal, mediante el manejo de un plan de capacitación y fomento de la investigación científica y tecnológica acorde a los requerimientos y consecución de objetivos;

Art.- 144.- INCENTIVOS EN CAPACITACIÓN.- La Jefatura de Talento Humano autorizada por la Gerencia General o su delegado, elaborará un Plan de Becas debidamente presupuestado a favor de servidores seleccionados por cada Gerencia y Dirección. El incentivo de capacitación se aplicará bajo los principios de igualdad y equidad, procurando diversificar el número de los servidores beneficiados, evitando la reiterada participación de una misma persona en el período de un año.

La Empresa podrá suscribir con el Instituto de Fortalecimiento del Talento Humano (IFTH) y otros organismos, convenios de capacitación y formación, en los que se establecerá condiciones de participación para el otorgamiento de becas a nivel nacional o internacional.

Art. 113.- COMISIÓN DE SERVICIOS CON Y SIN REMUNERACIÓN PARA ESTUDIOS DE POSTGRADO Y CUMPLIMIENTO DE SERVICIOS INSTITUCIONALES. Los servidores de nombramiento tendrán derecho a comisión de servicios con o sin remuneración para efectuar estudios regulares de post-grado, reuniones, conferencias, pasantías y visitas de observación en el exterior o en el país, hasta por dos años, cuando sea compatible con el interés institucional, cuente con la autorización del Gerente General o su delegado, previo informe favorable de la Jefatura de Talento Humano y siempre que el servidor hubiere cumplido por lo menos un año de servicio en la empresa.

El servidor que no hubiere aprobado los estudios de post-grado, objeto de la comisión de servicios tendrá la obligación de restituir a la empresa todos los valores recibidos por concepto de remuneraciones, beneficios, más gastos desembolsados por la Empresa y los correspondientes intereses, salvo los casos justificados por fuerza mayor o caso fortuito sobre la base del informe de la Jefatura de Talento Humano. Para lo cual deberá suscribir el convenio respectivo.

Análisis:

La Dirección de Mercadeo, es la encargada de definir y recomendar a la o los servidores que cumplan con el perfil requerido para acceder a programas de becas o estudios relacionados con el área en la que desempeñan sus labores habituales.

La señorita María Belén Pacheco, cuenta con los documentos habilitantes para el cumplimiento de esta licencia de acuerdo al siguiente detalle:

1. Nombramiento Permanente, desde enero 2013
2. Autorización Gerencia General
3. Certificación presupuestaria No. 190

Con los antecedentes y de acuerdo a la normativa legal vigente la Jefatura de Talento Humano considera procedente que la servidora María Belén Pacheco Cuesta, goce de una comisión de servicios con remuneración para estudios relacionados con la Dirección en la que desempeña sus funciones.

Conclusión:

Considerando que para Quito Turismo, es de gran importancia que sus servidores y funcionarios cuenten con herramientas de capacitación y formación permanente y actual, mismas que le permitan desarrollarse profesionalmente, la Jefatura de Talento Humano procederá a realizar la respectiva Resolución Administrativa y Acción de Personal para la comisión de servicios con remuneración de la servidora María Belén Pacheco Cuesta, así como también se solicitará la emisión del seguro de viajes correspondiente a la institución.

Atentamente,



María Isabel Cruz
ASISTENTE 1
TALENTO HUMANO
QUITO TURISMO

Quito DM, 25 de junio 2018

PARA: María del Carmen Carrera
JEFE DE TALENTO HUMANO

CC: Leonidas Espinosa
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

DE: Carla Cárdenas
JEFE DE PROMOCIÓN

ASUNTO: *Entrega de documentación, Comisión de Servicios Participación de Quito en el Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing" 2018*

Por medio de la presente realizo la entrega de toda la documentación requerida para la coordinación del viaje de la funcionaria María Belén Pacheco, Coordinadora de Promoción y Operación Internacional, representante delegada para la participación en el Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotions and Marketing" organizado por la Agencia de Cooperación Internacional de Japón "JICA" a desarrollarse del 11 de julio al 10 de agosto /2018 más días de viaje en la ciudad de Tokio-Japón, con el fin de que se pueda continuar con el proceso correspondiente.

Los documentos entregados se detallan a continuación:

- Memorando N°EPMGDT-DM-2018-130 - Autorización y delegación de Gerencia General
- Ficha Técnica del Proyecto N°QT-DM-09-2018
- Certificación Presupuestaria para Viáticos N°190
- Pasaje aéreo internacional emitido por JICA
- Expediente de Invitación, Nominación, Postulación y Aceptación de la funcionaria de Quito Turismo para el programa educativo.
- Formulario de solicitud de viáticos y subsistencia

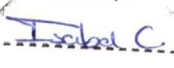
Por la atención dada a la presente, le anticipo mis agradecimientos,

Atentamente,


Carla Cárdenas

Jefe de Promoción

ACCIÓN	NOMBRE	SUMILLA
Elaborado por:	Ma. Belén Pacheco	


TALENTO HUMANO
25 JUN 2018
vz:44
Recibido por:

0000060

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

Nro. SOLICITUD :

FECHA DE LA SOLICITUD: 25/06/2018

SELECCIONE LO QUE REQUIERA SOLICITAR

VIATICOS

☒

MOVILIZACIONES

☐

SUBSISTENCIAS

☒

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :

MARIA BELEN PACHECO CUESTA

PUESTO :

COORDINADORA DE PROMOCIÓN Y OPERACIÓN INTERNACIONAL

CIUDAD - PAÍS : TOKIO - JAPON

NOMBRE DE LA UNIDAD DE LA O EL SERVIDOR :

DIRECCIÓN DE MERCADEO

FECHA SALIDA 09/07/2018

HORA SALIDA (23H45)

FECHA LLEGADA (11/08/2018)
(LUGAR HABITUAL DE TRABAJO)
(Lunes 13/08/2018)

HORA LLEGADA (08H30)
(LUGAR HABITUAL DE TRABAJO)

SERVIDORAS/ ES QUE INTEGRAN LA COMISION
SOLO MI PERSONA

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A CUMPLIRSE :

REPRESENTACIÓN DE QUITO TURISMO EN EL PROGRAMA DE CO-CREACIÓN DE CONOCIMIENTOS "TOURISM PROMOTION AND MARKETING" ORGANIZADO POR LA AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DE JAPÓN "JICA".

TRANSPORTE

TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	ITINERARIO O RUTA	SALIDA		LLEGADA	
			FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm	FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm
AÉREO	DELTA	Quito -Atlanta	09/07/2018	23:45	10/07/2018	5:54
AÉREO	DELTA	Atlanta -Tokio	10/07/2018	11:44	11/07/2018	14:35
AÉREO	DELTA	Tokio -Atlanta	10/08/2018	16:30	10/08/2018	16:11
AÉREO	DELTA	Atlanta -Quito	11/08/2018	18:24	11/08/2018	22:45

DATOS PARA TRANSFERENCIA

TIPO DE CUENTA : AHORROS

NO. DE CUENTA : 1038400499

NOMBRE DE LA ENTIDAD FINANCIERA : BANCO PACIFICO

FIRMA DE LA O EL SERVIDOR SOLICITANTE

FIRMA DE LA O EL RESPONSABLE DE LA UNIDAD SOLICITANTE

NOMBRE
MARIA BELEN PACHECO

NOMBRE
DENNIS SWANBERG

JEFA / E INMEDIATO DE LA O EL RESPONSABLE DE LA UNIDAD

MAXIMA AUTORIDAD O DELEGADO /A

FIRMA REVISADO

FIRMA AUTORIZADA

NOMBRE
CARLA CÁRDENAS

NOMBRE
VERONICA SEVILLA

NOTA :

. De no existir disponibilidad presupuestaria, tanto la solicitud como la autorización quedarán insubsistentes

. El informe de cumplimiento de servicios institucionales deberá presentarse dentro del término máximo de 4 días de cumplidos dichos servicios .

AUTORIZACIÓN: El comisionado acepta que los valores no liquidados en los tiempos establecidos en el reglamento, sean descontados del rol de pagos actual

0000059

**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO
CERTIFICACION PRESUPUESTARIA No: 190**

Transacción No: 235

Fecha: 22/06/2018

Responsable: CARDENAS RAMIREZ CARLA PAOLA

Identificación: Cédula 1713998431

Programa: 01 QUITO TURISMO

SubPrograma: 02 MERCADEO

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Documento	No	Fecha	Valor	Detalle
MEMORANDO	EPMGDT-DM-2018-136	21/06/2018	359.55	SOLICITUD DE DISPONI

DETALLE:

DISPONIBILIDAD.- Los viáticos y subsistencias para un delegado como representante de Quito al Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promorion and Marketing" en Tokio-Japón del 10 al 11 de agosto de 2018. Memorando N° EPMGDT-DM-2018-136 solicita Carla Cárdenas.

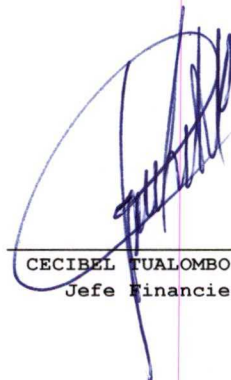
GLOPEZ

©

Partida Presupuestaria	Valor
01.02.05.01.730304.000.17.01.001.0000.0000 VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EX	359.55
Total =>	359.55



LEONIDAS ESPINOSA G.
Gerente Financiero Adm.



CECIBEL TUALOMBO O.
Jefe Financiera

GERENCIA
FINANCIERA
Y ADMINISTRATIVA
22.06.2018



MEMORANDO EPMGDT-DM-2018-136

Quito DM, 21 de junio de 2018

PARA : Leonidas Espinosa
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

ASUNTO : Solicitud de Certificación Presupuestaria para viáticos

Por medio del presente solicito a usted se emita la disponibilidad presupuestaria por concepto de viáticos para la funcionaria delegada como representante de la ciudad de Quito para el Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing" que se llevará a cabo del 11 al 10 de Agosto más los días correspondientes de viaje en la ciudad de Tokio-Japón.

Todos los detalles los encuentra adjuntos en la Ficha Técnica autorizada por la Gerencia General.

Funcionaria Delegada: *María Belén Pacheco* – Coordinadora de Promoción y Operación Internacional

PROGRAMA	MERCADEO
METAS DEL PROGRAMA	Incrementar en un 25% la participación de los mercados principales de Quito.
PROYECTO	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL
ACTIVIDAD	Viáticos Internacionales
TÉCNICO RESPONSABLE	Carla Cárdenas
PARTIDA PRESUPUESTARIA	730304
TIPO DE COMPRA	Gestión
DETALLE ESPECÍFICO DEL PRODUCTO	Viáticos Internacionales
VALOR	USD \$359,55

Agradezco de antemano su atención.
Atentamente,

Carla Cárdenas

JEFE DE PROMOCIÓN

Adj/ Autorización Gerencia General

Ficha Técnica del Evento

Cálculo de viáticos emitido por Financiero

ACCIÓN	NOMBRE	SUMILLA
Elaborado por:	María Belén Pacheco	



Zimbra:

bpacheco@quito-turismo.gob.ec

Re: Solicitud de calculo de viatico

De : Patricia Llerena <pllerena@quito-turismo.gob.ec>

Asunto : Re: Solicitud de calculo de viatico

Para : Belen Pacheco <bpacheco@quito-turismo.gob.ec>

Para o CC : ctualombo <ctualombo@quito-turismo.gob.ec>

mié, 20 de jun de 2018 15:38

1 ficheros adjuntos

Buenas tardes Belencita

De acuerdo a lo solicitado adjunto el cálculo solicitado.

Saludos cordiales

20/06/2018CALCULO VIATICO Y SUBSISTENCIA DEL 10 AL 11 DE AGOSTO 2018 A ATLANTA EEUU 1,40)					
Participación de Quito en Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing" GRADO COEFICIENTE VR.D. VIATICO\					
DIA	MES	PACHECO CUESTA MARIA BELEN	170,00	1,41	239,70
			VALOR		
	10AGOSTO	VIATICO	239,70		
	11AGOSTO	SUBSISTENCIA	119,85		
			TOTAL VIATICOS	239,70	
			TOTAL SUBSISTENCIA	119,85	359,55
			TOTAL	359,55	

Viático: es cuando una persona tiene que pernoctar fuera de su domicilio

Subsistencia: cuando se desplazan fuera de su domicilio y lugar de trabajo por jornadas de 6 a 8 horas y regresan a su domicilio.

Nota: Adjuntar factura de hotel a su nombre del alojamiento del 10 al 11 de agosto del año en curso.

Av. Amazonas N79-39 y Av. de la Prensa
(Centro de Eventos Bicentenario)
.....
(+593 2) 299 3300 al 30 ext. 1038
.....
pllerena@quito-turismo.gob.ec
.....

Angela Patricia Llerena Moreno
CONTADORA

www.quito-turismo.gob.ec
.....
www.quito.com.ec



*Tu historia
comienza en Quito*

De: "Belen Pacheco" <bpacheco@quito-turismo.gob.ec>
Para: "Patricia Llerena" <pllerena@quito-turismo.gob.ec>
Enviados: Miércoles, 20 de Junio 2018 15:32:18
Asunto: Re: Solcitud de calculo de viatico

Paty.
Tiene razón, le envío el modificado.

Agenda de trabajo:

FECHAS	ACTIVIDAD
Lun. Jul 9	Vuelo salida Quito – Atlanta
Mar. Jul 10	Vuelo Atlanta – Tokio Arribo a la ciudad de Tokio (Japón)

Mie. Jul 11 al	
Vie- Ago 10	Participación en Programa Educativo de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing",
Vie. Ago 10	Vuelo de retornoTokio- Atlanta Noche de alojamiento
Sab. Ago 11	Vuelo Atlanta – Quito Arribo a la ciudad de Quito

Estas son las horas de vuelo:

0000055

予約番号
REFERENCE 2BBEB5/1J (GA881M/DL) /DL (GA881M)
航空券番号
TICKET NUMBER 0062551758329
発券航空会社
TICKETING AIRLINE DELTA AIR LINES
発券日
TICKETING DATE 06JUN18
発券事務所
TICKETING PLACE TOKYO/KOKUSAI SERVICE AGENCY
16302112

フライト情報 FLIGHT INFORMATION

出発/到着日時 DATE/TIME	都市 (ターミナル) CITY/AIRPORT (TERMINAL)	航空会社/便名/クラス AIRLINE/FLIGHT/CLASS	座席 SEAT	予約 STATUS	備考 REMARKS
09JUL (MON) 2345	QUITO	DELTA AIR LINES		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC
10JUL (TUE) 0554	ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (1)	DL680 / M			BGG:2PC NVB/NVA:09JUL/09JUL
10JUL (TUE) 1144	ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (1)	DELTA AIR LINES		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC
11JUL (WED) 1435	TOKYO/NARITA INTL (1)	DL295 / M			BGG:2PC NVB/NVA:10JUL/10JUL
10AUG (FRI) 1630	TOKYO/NARITA INTL (1)	DELTA AIR LINES		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC
10AUG (FRI) 1611	ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (1)	DL296 / M			BGG:2PC NVB/NVA:10AUG/10AUG
11AUG (SAT) 1824	ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (1)	DELTA AIR LINES		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC
11AUG (SAT) 2245	QUITO	DL673 / M			BGG:2PC NVB/NVA:11AUG/11AUG

FB:運賃種別 FARE BASIS BGG:無料手荷物許容量 FREE BAGGAGE ALLOWANCE NVB/NVA:有効期限 NOT VALID BEFORE/AFTER

S

00000004

予約番号 REFERENCE	2BBEB5/1J (GA88IM/DL) /DL (GA88IM)
航空券番号 TICKET NUMBER	0062551758329
発券日 TICKETING DATE	06JUN18
発券航空会社 TICKETING AIRLINE	DELTA AIR LINES
発券事務所 TICKETING PLACE	TOKYO/KOKUSAI SERVICE AGENCY 16302112

フライト情報 FLIGHT INFORMATION

出発/到着日時 DATE/TIME	都市 (ターミナル) CITY/AIRPORT (TERMINAL)	航空会社/便名/クラス AIRLINE/FLIGHT/CLASS	座席 SEAT	予約 STATUS	備考 REMARKS
09JUL (MON) 2345 10JUL (TUE) 0554	QUITO ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (I)	DELTA AIR LINES DL680 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:09JUL/09JUL
10JUL (TUE) 1144 11JUL (WED) 1435	ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (I) TOKYO/NARITA INTL (1)	DELTA AIR LINES DL295 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:10JUL/10JUL
10AUG (FRI) 1630 10AUG (FRI) 1611	TOKYO/NARITA INTL (1) ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (I)	DELTA AIR LINES DL296 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:10AUG/10AUG
11AUG (SAT) 1824 11AUG (SAT) 2245	ATLANTA/HARTSFIELD-JACKSON (I) QUITO	DELTA AIR LINES DL673 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:11AUG/11AUG

FB:運賃種別 FARE BASIS BGG:無料手荷物許容量 FREE BAGGAGE ALLOWANCE NVB/NVA:有効期限 NOT VALID BEFORE/AFTER

Saludos cordiales,

Av. Amazonas N79-39 y Av. de la Prensa
(Centro de Eventos Bicentenario)
.....
(+593 2) 299 3300 al 30 ext. 1025
.....
bpacheco@quito-turismo.gob.ec
.....

María Belén Pacheco C.
Coordinadora de Promoción y Operación Internacional
www.quito-turismo.gob.ec
www.quito.com.ec





*Tu historia
comienza en Quito*

De: "Patricia Llerena" <pllerena@quito-turismo.gob.ec>

Para: "María Belén Pacheco" <bpacheco@quito-turismo.gob.ec>

Enviados: Miércoles, 20 de Junio 2018 15:01:27

Asunto: Re: Solicitud de calculo de viatico

Buenas tardes Belencita

Por favor rectificar lo resaltado de amarillo por usted el retorno es Tokio Atlanta lo que entiendo.

Saludos cordiales

Av. Amazonas N79-39 y Av. de la Prensa
(Centro de Eventos Bicentenario)

.....
(+593 2) 299 3300 al 30 ext. 1038
.....

pllerena@quito-turismo.gob.ec
.....

www.quito-turismo.gob.ec
.....

www.quito.com.ec



Angela Patricia Llerena Moreno
CONTADORA

MEMORANDO EPMGDT-DM-2018-130
Quito DM, 15 Junio 2018

PARA : Verónica Sevilla
GERENTE GENERAL

ASUNTO: *Solicitud de autorización Participación Programa "Tourism Promotion and Marketing" Otorgado por JICA*

De acuerdo a la Ficha Técnica adjunta y todos los documentos correspondientes pongo en su consideración los detalles logísticos de la participación de Quito Turismo en el Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing" organizado por la Agencia de Cooperación Internacional de Japón "JICA".

A su vez solicito la autorización de la participación y agenda de actividades de la funcionaria postulada y aceptada como representante de Quito Turismo para este programa educativo, que se desarrollará del 11 de julio al 10 de agosto 2018 más días de viaje en la ciudad de Tokio-Japón.

Representante: *María Belén Pacheco* Coordinadora de Promoción y Operación Internacional

FECHAS	ACTIVIDAD
Lun. Jul 9	Vuelo salida Quito – Atlanta
Mar. Jul 10	Vuelo Atlanta – Tokio Arribo a la ciudad de Tokio (Japón)
Mie. Jul 11 al Vie- Ago 10	Participación en Programa Educativo de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing",
Vie. Ago 10	Vuelo de retorno Atlanta - Tokio
Sab. Ago 11	Vuelo Atlanta – Quito Arribo a la ciudad de Quito

Particular que se informa para los fines y procesos correspondientes.

Atentamente,

Dennis Swanberg
Dennis Swanberg
Director de Mercadeo

ACCIÓN	NOMBRE	SUMILLA
Elaborado por:	Ma. Belén Pacheco	

TURISMO

*Recibido
19/06/2018
14:48*

QUITO
GERENCIA GENERAL

15 JUN 2018

Recibido por:

Fecha: 15 de Junio 2018

FICHA TECNICA DE PROYECTO N° QT-DM-09-2018

DENOMINACION:

Participación de Quito Turismo en:

- ✓ Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing" organizado por el Centro Internacional JICA Tokyo, que se llevará a cabo del 11 de julio al 10 de agosto del 2018.

ANTECEDENTES:

- La Oficina de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA en el Ecuador, el 16 de febrero mediante Oficio N° JICA ECU 084 2018, realizó la invitación a Verónica Sevilla, Gerente General de Quito Turismo a participar en el Programa Beca de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing", organizado por el Centro Internacional JICA Tokyo que se llevará a cabo del 11 de julio al 10 de agosto del 2018; cuyo objetivo principal está enfocado en adquirir conocimientos para desarrollar un plan estratégico de marketing y promoción turística.
- La JICA solicitó a Quito Turismo la nominación de un funcionario de la empresa, hasta el lunes 12 de marzo del 2018, quien debió cumplir estrictamente con los requisitos establecidos por Japón para los candidatos a este programa de estudio entre los que se encontraron:
 - Cumplimiento de funciones actuales relacionadas al marketing turístico y acciones de promoción en organizaciones públicas y/o gubernamentales encargadas de promoción turística del país y/o ciudad.
 - Experiencia en el campo de desarrollo turístico y/o marketing por más de 5 años.
 - Contar con un título universitario.
 - Tener conocimiento del idioma inglés en lectura y escritura, equivalente a un TOEFL.
 - Contar de buena salud física y mental.
 - Edad entre 30 a 45 años de edad.
 - Pertenecer al personal permanente de la institución con el fin de poner en práctica el plan de acción en cualquier momento luego de su retorno al país.
- Cabe indicar que la JICA como entidad organizadora del programa educativo en mención cubrirá los gastos relativos a pasajes aéreos, alojamiento, alimentación, transporte interno y seguro médico del participante durante toda la estadía en Japón.
- Con sumilla inserta en el documento de invitación, el 1 de marzo, la Gerencia General solicita a Dennis Swanberg, Director de Mercadeo, evaluar la participación de un delegado de la Dirección de Mercadeo de Quito Turismo.

- Mediante Oficio N° EPMGDT-2017-001501 del 6 de marzo del 2018, dirigido a Toshiaki Furuya, Representante de la Agencia JICA; Leonidas Espinosa, Gerente General Subrogante de Quito Turismo, confirma la nominación de la señorita María Belén Pacheco, Coordinadora de Promoción y Operación Internacional, quien cumple con el perfil solicitado por las características del curso, además de ser funcionaria permanente de la empresa.
- El 9 de abril del 2018, la funcionaria nominada realiza la entrega a la Agencia de Cooperación Internacional de Japón JICA de todos los documentos solicitados de postulación al programa educativo entre los que se encuentran: el formulario de aplicación al programa educativo; certificados de estudios, certificados de conocimiento del idioma inglés, documentos de viaje, entre otros.
- Mediante oficio JICA ECU 230 2018, Takeo Ishikawa, Representante de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón notifica a Verónica Sevilla, Gerente General de Quito Turismo, la aceptación de la nominación de la señorita María Belén Pacheco Cuesta, para participar en el Programa de Co-Creación "Tourism Promotion and Marketing"
- Mediante oficio N° 001702 la Gerencia General de Quito Turismo confirma la participación de la funcionaria en mención en el programa educativo otorgada por JICA, por tal razón, se solicita dar inicio a todos los trámites correspondientes para dar ejecución al proceso de viaje.

ANÁLISIS TÉCNICO:

Para Quito Turismo, la participación en este Programa Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing", constituye una valiosa oportunidad de proyección de acciones y proyectos en favor del desarrollo y promoción del turismo en el Distrito Metropolitano de Quito.

El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de la ciudad de Quito al 2021 desarrollado por Quito Turismo durante el primer semestre del 2016 enfoca su misión 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 mundial¹.

Por tanto, el intercambio de experiencias con gestores turísticos de Japón generará una facilidad de acción para Quito Turismo en objetivos como:

- ✓ Innovación del plan de promoción de Quito con acciones de vanguardia.
- ✓ Obtención de nuevos conocimientos para apoyar a los empresarios en la creación de nuevos productos turísticos sostenibles e innovadores.

¹ Plan Estratégico de Quito al 2021. Producto 2-Definición de Estrategia.

(Firma)

- ✓ Identificación del perfil del visitante japonés, con el fin de identificar sus intereses y necesidades para crear o adaptar nuestra oferta turística a sus intereses, y convertir al Japón en un mercado de oportunidad para nuestro destino.
- ✓ Diseño de un nuevo Plan de Marketing con nuevas estrategias que posicionen a Quito en el mundo digital turístico.
- ✓ Creación de un nuevo producto turístico en Quito enfocado en los consumidores japoneses.
- ✓ Incremento del número de visitantes a Quito desde Japón.
- ✓ Incorporación de nuevas formas de promover nuestro destino basadas en la experiencia japonesa.
- ✓ Benchmarking de las estrategias de promoción turística que Japón utiliza para sus mercados prioritarios.

PRESUPUESTO:

Dentro del POA/PAC 2018 de Quito Turismo se considera la participación de Quito en actividades que fortalezcan la difusión y el posicionamiento en los mercados internacionales, así como, la oportunidad de abrir alianzas de trabajo que permitan potenciar el destino en su ámbito turístico, su ámbito comercial y actualmente su potencial de crecimiento a través de la expansión a productos de alto impacto a otros mercados en el mundo.

De acuerdo a las características y condiciones de este programa educativo, JICA "Agencia de Cooperación Internacional de Japón" cubrirá los costos de pasaje aéreo, alojamiento, alimentación, seguro médico y transporte interno en territorio japonés, razón por la que se debe tomar en cuenta los gastos correspondientes a las ciudades en tránsito y conexión aérea, que será cubierta a través de las políticas de viáticos de Quito Turismo.

AGENDA DE TRABAJO:

FECHAS	ACTIVIDAD
Lun. Jul 9	Vuelo salida Quito – Atlanta
Mar. Jul 10	Vuelo Atlanta – Tokio Arribo a la ciudad de Tokio (Japón)
Mie. Jul 11 al Vie- Ago 10	Participación en Programa Educativo de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing",
Vie. Ago 10	Vuelo de retorno Tokio - Atlanta Noche de alojamiento
Sab. Ago 11	Vuelo Atlanta – Quito Arribo a la ciudad de Quito

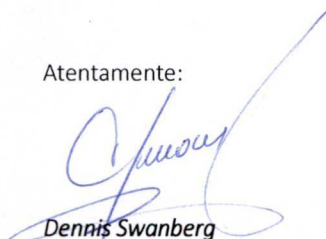
CONCLUSIONES:

De acuerdo a lo mencionado en esta ficha técnica y toda la documentación adjunta, con el fin de dar cumplimiento a nuestros objetivos institucionales en favor del fortalecimiento de la promoción y desarrollo turístico del Distrito Metropolitano de Quito y al haberse citado las ventajas estratégicas que se adquirirían con la presencia de Quito en esta jornada educativa de trabajo se recomienda dar inicio a los procedimientos correspondientes para formalizar la comisión de servicios para este viaje.

DOCUMENTOS ADJUNTOS:

1. Oficio de Invitación a Quito Turismo emitido por JICA – JICA ECU 084 2018
2. Ficha Informativa del Knowledge Co-Creation Program “Tourism Promotion and Marketing”
3. Copia de Oficio de Nominación Funcionaria de Quito Turismo – EPMGDT-2017-001501
4. Formulario de Aplicación al Programa Educativo
5. Oficio de Aceptación de Funcionaria delegada por Quito Turismo – JICA ECU 230 2018
6. Oficio de Confirmación de participación de Quito Turismo en programa educativo – N° 001702
7. Emails informativos emitidos por JICA
8. Contrato de Beca Internacional para estudios presenciales en el extranjero proveniente de fondos de Cooperación Internacional – Instituto de Fomento al Talento Humano
9. Pasaje Aéreo emitido por JICA para funcionaria delegada

Atentamente:



Dennis Swanberg
Director de Mercadeo
QUITO TURISMO

ACCIÓN	NOMBRE	SUMILLA
Elaborado por:	Ma. Belén Pacheco	

TURISMO

eチケットお客様控え

ELECTRONIC TICKET ITINERARY / RECEIPT

発行日 DATE OF ISSUE : 06JUN18

お名前 NAME PACHECOCUESTA/MARIABELENMS

予約番号

REFERENCE 2BBEB5/1J (GA881M/DL) /DL (GA881M)

航空券番号

TICKET NUMBER 0062551758329

発券航空会社

TICKETING AIRLINE DELTA AIR LINES

発券日

TICKETING DATE 06JUN18

発券事務所

TOKYO/KOKUSAI SERVICE AGENCY

TICKETING PLACE 16302112

フライト情報 FLIGHT INFORMATION

出発/到着日時 DATE/TIME	都市 (ターミナル) CITY/AIRPORT (TERMINAL)	航空会社/便名/クラス AIRLINE/FLIGHT/CLASS	座席 SEAT	予約 STATUS	備考 REMARKS
09JUL (MON) 2345 10JUL (TUE) 0554	QUITO ATLANTA/HARTSFIELD- JACKSON (I)	DELTA AIR LINES DL680 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:09JUL/09JUL
10JUL (TUE) 1144 11JUL (WED) 1435	ATLANTA/HARTSFIELD- JACKSON (I) TOKYO/NARITA INTL (1)	DELTA AIR LINES DL295 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:10JUL/10JUL
10AUG (FRI) 1630 10AUG (FRI) 1611	TOKYO/NARITA INTL (1) ATLANTA/HARTSFIELD- JACKSON (I)	DELTA AIR LINES DL296 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:10AUG/10AUG
11AUG (SAT) 1824 11AUG (SAT) 2245	ATLANTA/HARTSFIELD- JACKSON (I) QUITO	DELTA AIR LINES DL673 / M		OK	FB:MHNA8NMQ//CQJAC BGG:2PC NVB/NVA:11AUG/11AUG

FB:運賃種別 FARE BASIS BGG:無料手荷物許容量 FREE BAGGAGE ALLOWANCE NVB/NVA:有効期限 NOT VALID BEFORE/AFTER

運賃/航空券情報 FARE/TICKET INFORMATION

お支払手段 FORM OF PAYMENT	TPXXXXXXXXXX9849 EXP:03/19 APVL:009432
運賃 FARE	USD2463.00
運賃支払額 EQUIV. FARE PAID	JPY270100
税金/料金 TAX/FEE/CHARGE	2090SW/5200I/33730EC/5490ED/6100QB/550QI/330WT/1240AY/880XA/1540XY/1240YC/10980YR/500 XF
合計 TOTAL	JPY335290
その他料金 OTHER FEE/CHARGE	
運賃計算情報 FARE CALCULATION	UIO DL X/ATL DL TYO M1181.50DL ATL DL UIO M1181.50 1S100.00 NUC2463.00END ROE1.00 DL XFATL4.5
制限事項等 ENDORSEMENTS/RESTRICTIONS	NONREF PENALTY APPLIES ICER 1USD 109.6597JPY

- ・ご搭乗手続きはお早めにお済ませください。搭乗手続きの締切時刻は各航空会社にお問合せください。
- ・搭乗手続き時、あるいは入国審査時に航空券の提示を求められた場合は、パスポートと共にこのeチケットお客様控えをご提示下さい。
- ・このeチケットお客様控えは、航空券の発券時点での内容が反映されています。最新の予約状況は旅程表画面をご覧ください。
- ・航空会社より提供される運送やその他のサービスについては、運送約款に従います。運送約款は航空会社 (又は指定代理店) から入手いただけます。
- ・ご注意: このeチケットお客様控えは、ワルソー条約という「航空券」の一部をなします。
- ・航空会社により受託手荷物に別途手数料が必要な場合があります。詳細は各航空会社ホームページをご確認ください。<https://www.tripforyou.net/trip4u/airlinebaggage.html>
- ・スプレー缶や花火、可燃性液体等の危険物の航空機内への持ち込みは禁止されています。本規定について、ご不明な点があればご利用の航空会社へお問い合わせください。
- ・Please check-in as early as possible. For detailed check-in requirement, please contact each airline directly.
- ・Please show this Itinerary/Receipt with your passport, if you are requested to present your ticket at check-in, or customs and immigration.
- ・This Itinerary/Receipt only shows you the relevant information at the time of ticket being issued. For the latest information, please refer to your "Trip for You" Itinerary display.
- ・Carriage and other services provided by the carrier are subject to conditions of carriage, which are hereby incorporated by reference. These conditions may be obtained from the issuing carrier.
- ・NOTICE: This Itinerary/Receipt constitutes the "Passenger Ticket and Baggage check" for the purpose of the Warsaw Convention. If the passenger's journey involves an ultimate destination or stop in a country other than the country of departure the Warsaw Convention may be applicable and the Convention governs and in most cases limits the liability of carriers for death or personal injury and in respect of loss of damage to baggage.
- ・Baggage fees may apply depending on the airlines' baggage policies. Please refer to airline's website for detailed information.
- ・The carriage of certain hazardous materials, like aerosols, fireworks, and flammable liquids, aboard the aircraft is forbidden.
- ・If you do not understand these restrictions, further information may be obtained from your airline.
- ・Data Protection Notice: Your personal data will be processed in accordance with the applicable carrier's privacy policy and, where your booking is made via a reservation system provider ("GDS"), with its privacy policy. These are available at <http://www.iatatravelcenter.com/privacy> or from the carrier or GDS directly. You should read this documentation, which applies to your booking and specifies, for example, how your personal data is collected, stored, used, disclosed and transferred. (applicable for interline carriage)

※空港ターミナルの表示について/Terminal Indicators

英字の「I」と数字の「1」を読み間違えないようにご注意ください。/Please note that number '1' and Alphabet 'I' look alike.

0000050

INFORMATION ON DISPATCH OF AIR TICKET FOR JICA PARTICIPANTS

URGENT

Page:1/2

Date:2018/06/07

KOKUSAI SERVICE AGENCY

Usual Contact No.

TEL: 81-3-6261-2781

FAX: 81-3-5212-2132

An air ticket for the participant has been dispatched. Please convey the following information to him/her.

1. NAME OF PARTICIPANT

D1802580 Ms. PACHECO CUESTA Maria Belen

2. NATIONALITY: ECUADOR

3. TRAINING COURSE NO J1804104

Tourism Promotion and Marketing(B)

4. DURATION: From 20180711 To 20180810

5. FLIGHT SCHEDULE: As attached E-TICKET itinerary

*Please be noticed that you are NOT allowed to make any change of airline ticket arranged by JICA, except for changes due to bad weather.

*Please present E-TICKET receipt at check-in counter at the Airport.

6. FREE BAGGAGE ALLOWANCE:

It depends on the route, booking class, etc. You will find more back-ground information on each airline company. Excess of the limitations regarding number of pieces, its size or overweight are on your responsibility for any excessive baggage charges.

7. STOP-OVER HOTEL ARRANGEMENT (≥6hours): at

☐ Need arrangement by the participant

☐ HOTEL ,

Confirmation No.:

See the attached paper(s)

Stop-Over Allowance to obtain Japanese visa or as a result of the flight schedule,
Please read "KENSHU-IN GUIDEBOOK"

☆☆ Meeting Place in Japan: TOKYO (NARITA) T 1

*At the airport

Meeting staff waits for the participant with JICA name board.

The details of connection domestic flights will be informed from meeting staff.

*Transit Hotel in Japan / ☒ NARITA ~~HANEDA~~ KANSAI

Hotel: _____

**CONTRATO DE BECA INTERNACIONAL PARA ESTUDIOS PRESENCIALES EN EL EXTRANJERO,
PROVENIENTE DE FONDOS DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

CONTRATO No. 019-2018

COMPARECIENTES.-

Comparecen a la celebración del presente contrato, por una parte, el INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO, representado legalmente por el **Ing. SYDNEY TAMARA CARRILLO CORDERO**, en su calidad de **Coordinadora Zonal 2**, de conformidad al documento habilitante que se agrega al presente instrumento, a quien en adelante se le denominará "EL INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO"; por otra parte, el/la señor/a/ita **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**, con cédula de ciudadanía No. **1721434221**, por sus propios y personales derechos, a quien en adelante se le denominará "EL/LA BECARIO/A. Las partes, libre y voluntariamente, por así convenir a sus legítimos intereses, suscriben el presente contrato al tenor de las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA.- ANTECEDENTES:

1. Que el artículo 26 de la Constitución de la República del Ecuador establece: *"La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo"*.
2. El artículo 226 ibídem, dispone: *"Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias,... ()...Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos por la Constitución"*.
3. El artículo 5 literal i) del de la Ley Orgánica de Educación Superior, manifiesta que: *"Son derechos de las y los estudiantes obtener de acuerdo con sus méritos académicos becas, créditos y otras formas de apoyo económico que le garantice igualdad de oportunidades en el proceso de formación de educación superior"*.
4. El artículo 183 literal f) de la Ley Orgánica de Educación Superior, establece que entre las funciones de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, se encuentran: *"diseñar, administrar e instrumentar la política de becas del gobierno para la educación superior ecuatoriana: para lo cual coordinará, en lo que corresponda, con el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas"*.
5. La Disposición Transitoria Vigésima Cuarta del Código Orgánico Monetario y Financiero, determina que: *"El Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, IECE, creado con la Ley Sustitutiva a la Ley del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, a partir de la vigencia de este Código dejará de operar y en su lugar mediante Decreto Ejecutivo, se creará la nueva institución pública encargada de la administración de becas, seguimiento y*



asesoría académica, perteneciente a la Función Ejecutiva, hasta tanto el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, IECE, seguirá actuando conforme a su ley constitutiva”.

6. De conformidad con lo dispuesto en el literal g) numeral 28.1 del artículo 28 y el literal k) del numeral 28.4 del artículo 28 del Estatuto Orgánico de Gestión por Procesos del extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas IECE, actualmente Instituto de Fomento al Talento Humano, se confirió la posibilidad de suscribir el presente instrumento a los Gerentes Regionales o Gerentes de Agencia. Mediante Acuerdo No. 2015-022, de 24 de febrero de 2015, el Secretario de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, Econ. René Ramírez, nombró a la MSc. Susana Toro Orellana como Directora Ejecutiva del Instituto de Fomento al Talento Humano.
7. Mediante Decreto Ejecutivo No. 555, del 19 de enero de 2015, se crea el Instituto de Fomento al Talento Humano, como un organismo de derecho público, con personería jurídica, autonomía operativa financiera y administrativa, con patrimonio propio, adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, en cuyo artículo 2 literales b) y f), se determinan las atribuciones del Instituto de Fomento al Talento Humano, las mismas que señalan lo siguiente: *“b) Administrar las becas y ayudas económicas, otorgadas por el Estado ecuatoriano, gobiernos extranjeros, organismos internacionales, instituciones educativas nacionales o extranjeras”; y, “f) Ejercer la jurisdicción coactiva, de acuerdo a lo establecido en la Disposición Transitoria Vigésima Cuarta del Código Orgánico Monetario Financiero, con sujeción a las disposiciones del Código de Procedimiento Civil”.*
8. Mediante Resolución No. 001-IFTH-DE-2015, de 18 de febrero de 2015, la entonces Directora Ejecutiva del Instituto de Fomento al Talento Humano, MSc. María Isabel Cruz Amaluza, resolvió: **“Artículo 1.-** *Asumir la Estructura Orgánica a excepción de la Gerencia de Riesgos y la Unidad de Cumplimiento, así como el distributivo de puestos con todo el personal tanto de nombramiento como los contratos ocasionales que manejaba el extinto IECE de manera provisional, hasta que sea aprobado y puesto en marcha su modelo de gestión, por las instancias administrativas pertinentes. [...] Artículo 3.-* Disponer el traslado del archivo, contratos, juicios coactivos, convenios y demás instrumentos jurídicos, que pertenecían al extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas – IECE, al Instituto de Fomento al Talento Humano, quien asume todos los derechos y obligaciones existentes en los mismos. [...] **Artículo 5.-** *Asumir las delegaciones realizadas por la máxima autoridad del extinto Instituto de Crédito Educativo y Becas, a los distintos funcionarios del nivel jerárquico para la correcta operatividad de la institución, así mismo se asume la normativa establecida en resoluciones emanadas por el Directorio, la Máxima Autoridad y Cuerpos Colegiados del extinto IECE [...]*”.



9. El artículo 2 literal b) de la Ley Sustitutiva a la Ley del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas-IECE, actualmente, Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, dispone que es función de esta institución: *"Administrar los recursos económicos, mediante crédito educativo y/o becas, que el Estado, las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, voluntariamente o por disposición legal, destinen al financiamiento de la educación de ecuatorianos o ecuatorianas"*.
10. El artículo 2 literal c) de la Ley ibídem determina que es función de la institución: *"Coordinar el proceso de preselección o selección para las becas nacionales e internacionales otorgadas a los estudiantes ecuatorianos por el Estado, gobiernos extranjeros, organismos internacionales, instituciones educativas nacionales o extranjeras; y, a su vez difundir estos procesos a través de su boletín y la página electrónica del IECE, con el fin de transparentarlo"*.
11. Con Resolución No. 008-DIR-IECE-2010, de 8 de julio de 2010, el Directorio del entonces Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas-IECE, actualmente Instituto de Fomento al Talento Humano, expidió el Reglamento para el Funcionamiento de la Comisión Mixta de Selección de Becarios, en donde se regula el proceso de preselección de candidatos para el otorgamiento de becas internacionales, señalándose que la misma funcionará bajo la coordinación del extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas- IECE, actual Instituto de Fomento al Talento Humano.
12. La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación mediante Acuerdo No. 2012-029 de 03 de abril del 2012, expidió la Política Pública para el Fomento de Talento Humano en Educación Superior, en cuyo párrafo cuarto del numeral 2.4.2, establece que el extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas-IECE, actual Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, es el: *"organismo ejecutor de la política pública de fortalecimiento del talento humano en las áreas de educación superior, ciencia, tecnología e innovación"*.
13. El artículo 8.5 del Reglamento de Becas y Ayudas Económicas del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, define a las BECAS DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL como: *"...la oferta de cooperación internacional no reembolsable otorgada por países cooperantes y organizaciones internacionales destinadas a realizar estudios de formación superior, capacitación, perfeccionamiento y entrenamiento profesional. Estas becas se otorgarán de conformidad con los reglamentos existentes o que se dicten para el efecto"*.
14. El artículo 12 del Reglamento ibídem dispone que: *"La oferta de cooperación internacional, una vez avalada por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, será difundida y promocionada por el IECE y será otorgará a través de la Comisión Mixta de Selección de Becarios del IECE.- El IECE será el responsable de administrar y dar seguimiento a estas becas"*.
15. El artículo 31 del mismo Reglamento señala que: *"Cuando la beca otorgada provenga de un organismo extranjero, a través de cooperación internacional no reembolsable, deberá sujetarse a las obligaciones establecidas por las partes"*.



16. En sesión celebrada el **03 DE MAYO 2018**, la Comisión Mixta de Selección de Becarios, de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, luego del proceso correspondiente, y en función del listado de postulantes seleccionados/as dentro del proceso de evaluación y calificación, resolvió preseleccionar al/la señor/a/ita **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**, postulante a la beca ofertada por el **Gobierno de Japón a través de JICA**, por cuanto cumple con los requisitos establecidos, según se desprende del Acta No. **011-2018**, de la misma fecha.
17. Conforme lo señalado en el artículo 6 del Reglamento de la Comisión Mixta de Selección de Becarios, la resolución antes señalada fue puesta en conocimiento del Ministerio de Relaciones Exteriores con **Oficio de 04 DE MAYO DE 2018** para la notificación a nombre del gobierno ecuatoriano ante el gobierno oferente de la beca para la correspondiente adjudicación.
18. Con Oficio de fecha **04 DE JUNIO 2018**, el **Gobierno de Japón a través de JICA**, pone en conocimiento del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, la adjudicación de la beca al señor/a/ita **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**.

CLÁUSULA SEGUNDA.- OBJETO:

El presente contrato tiene por objeto otorgar la beca del/la señor/a/ita **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**, para que realice el **"PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS DENOMINADO: TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)"**.

CLÁUSULA TERCERA.- UNIVERSIDAD Y LUGAR DE ACTIVIDADES DEL BECARIO:

El **"BECARIO/A"** en virtud de la beca otorgada por el **Gobierno de Japón a través de JICA**, realizará el **PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS DENOMINADO: TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)"**.

CLÁUSULA CUARTA.- MONTO DEL FINANCIAMIENTO Y RUBROS DE COBERTURA:

El financiamiento para la beca otorgada cubre en forma **TOTAL**, y comprende los rubros y las cuantías determinadas en la convocatoria y/o en la confirmación de la beca.

CLÁUSULA QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO Y DURACIÓN DE LOS ESTUDIOS:

El plazo de duración del presente contrato de financiamiento de beca es de **4 SEMANAS**, contados a partir del: **11 DE JULIO AL 10 DE AGOSTO 2018**

CLÁUSULA SEXTA.- DERECHOS DEL/A BECARIO/A:

Son derechos del becario, los siguientes:

- a. Solicitar crédito educativo como complemento a la beca, el que podrá ser atendido previo análisis de las condiciones de la beca, en cumplimiento de lo previsto en el Reglamento de

- Becas y Ayudas Económicas del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH y de acuerdo con las disponibilidades del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH;
- b. Solicitar la suspensión temporal o definitiva de la beca por causales debidamente justificadas, tanto ante el oferente de la beca como ante el Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH;
 - c. Solicitar a la Comisión Mixta de Selección de Becarios del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, la autorización para la ampliación de la beca, cuando fuere del caso;
 - d. Solicitar a la Comisión mixta de Selección de Becarios del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, y en forma justificada, el cambio de especialidad o de centro docente, siempre que el oferente lo acepte; y,
 - e. Solicitar a través del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, que las representaciones diplomáticas ecuatorianas, atiendan situaciones especiales del/a becario/a.

CLÁUSULA SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

Las partes se comprometen a lo siguiente:

OBLIGACIONES DEL INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO:

- a. Realizar el seguimiento y control, para el cumplimiento y ejecución del presente contrato.

OBLIGACIONES DEL (LA) BECARIO(A):

- a. Aceptar la beca en las condiciones establecidas por el oferente y que constan en la convocatoria respectiva;
- b. Respetar las leyes del país anfitrión;
- c. Obtener el título académico/certificado para el cual se le otorgó la beca;
- d. Presentar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, en forma semestral el certificado oficial de asistencia regular a clases y/o, reporte oficial de calificaciones expedido por la Universidad o Centro de Estudios, que demuestre la finalización y/o aprobación del mismo, según sea el caso;
- e. Informar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, sobre la interrupción de las actividades académicas por enfermedad, calamidad doméstica o cualquier otra causa de fuerza mayor, dentro del plazo comprendido entre 30 a 45 días de haberse producido el hecho respectivo;
- f. Informar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, dentro de los siguientes 60 días de encontrarse en el país donde cursará los estudios objeto de la beca respecto del nombre y dirección del centro docente, así como sobre la dirección de su residencia en el exterior;
- g. Informar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, sobre cualquier alteración referente al programa de estudios;
- h. Presentar documentos legítimos, durante la ejecución de la beca;
- i. Cumplir con las normas, reglamentos y/o estatutos relacionados con los ámbitos académico, disciplinario y demás, establecidos por las Instituciones de Educación Superior en las cuales desarrollarán sus estudios;
- j. Proporcionar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, la información necesaria para el seguimiento ocupacional; y,
- k. Las demás establecidas en el presente contrato.

CLÁUSULA OCTAVA.- SUSPENSIÓN DE LA BECA:

El Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, podrá solicitar la suspensión de la beca si el/a becario/a hubiere incurrido o se encuentre inmerso en uno o más de los siguientes hechos:

- a. Incumplir cualquiera de las obligaciones del becario constantes en los numerales b, c, d y e de la cláusula séptima de este contrato;
- b. Enfermedad, incapacidad mental o física que impida al becario la continuación de sus actividades académicas,
- c. Adulteración o falsedad de los documentos presentados, cuando estos hechos hayan sido detectados con posterioridad a la concesión de la beca; y,
- d. Por expresa voluntad del becario.

CLÁUSULA NOVENA.- MODIFICACIONES:

El presente contrato podrá ser modificado o ampliado por acuerdo de las partes, siempre que la Comisión Mixta de Selección de Becarios del Instituto de Fomento al Talento Humano o la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, según el caso y dentro de su competencia, lo justifique para el adecuado desarrollo del Programa de Formación.

CLÁUSULA DÉCIMA.- TERMINACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato termina por una de las siguientes causales:

1. Por cumplimiento del objeto del contrato;
2. Por mutuo acuerdo de las partes;
3. Por muerte del /a becario/a; y,
4. Por terminación unilateral declarada por el Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH.

En los casos de terminación del contrato por las causales antes señaladas se suscribirán los instrumentos legales correspondientes.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

Respecto de todo lo que no se encuentre estipulado en el presente contrato, las partes estarán a lo establecido en el Reglamento de Becas y Ayudas Económicas del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, el Código Civil y más normativa vigente relacionada.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA.- DOMICILIO DE LAS PARTES:

Para todos los efectos legales de este contrato, las partes convienen en señalar su domicilio en la ciudad de QUITO y sus comunicaciones o notificaciones, las recibirán en las siguientes direcciones:

EL/LA BECARIO/A:

Dirección: Francisco Ballesteros Oe2-216 y Lauro Guerrero. Ciudadela Atahualpa.

Teléfonos: 3111-669 / 0995620524

Correo electrónico: bpacheco@quito-turismo.gob.ec

Ciudad: Quito

EL INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO:

Dirección: Alpallana y Diego de Almagro

Teléfono: 3990400

Correo electrónico: becas@fomentoacademico.gob.ec

Ciudad: Quito

CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA.- DIVERGENCIAS Y CONTROVERSIAS:

Las partes renuncian domicilio sometiéndose expresamente a los jueces competentes de la ciudad de Quito o a la jurisdicción que elija el Instituto de Fomento al Talento Humano-IFT, así como al procedimiento verbal sumario o ejecutivo, sin perjuicio de la acción coactiva que tiene la institución de conformidad con su ley constitutiva.

CLÁUSULA DÉCIMA CUARTA.- DOCUMENTOS HABILITANTES:

Forman parte del presente contrato, en calidad de habilitantes, los siguientes documentos:

1. Copia simple de la convocatoria;
2. El documento de adjudicación de la beca;
3. El documento que contiene los rubros y las cuantías determinadas en la convocatoria y/o en la confirmación de la beca; y,
4. Los documentos que acreditan la calidad de los comparecientes.

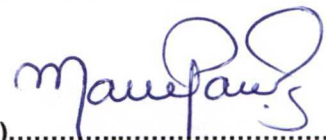
CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA.- RATIFICACIÓN Y ACEPTACIÓN:

Las partes declaran que se ratifican en todas las cláusulas del presente contrato, por así convenir a sus intereses, en constancia de lo cual suscriben en unidad de acto, en dos (2) ejemplares originales, de igual tenor y valor jurídico, en la ciudad de Quito, a los 14 días del mes de JUNIO 2018

POR EL IFTH:

f).....
Ing. SYDNEY TAMARA CARRILLO CORDERO
Coordinadora Zonal 2
IFTH

POR EL/LA BECARIO/A:

f).....

PACHECO CUESTA MARIA BELEN
C.C. No. 1721434221

Zimbra:

bpacheco@quito-turismo.gob.ec

Fwd: Copia Contrato Legalizado

De : Janneth de los Angeles Salazar Proaño
<jsalazar@fomentoacademico.gob.ec>

jue, 28 de jun de 2018 11:06

📎 1 ficheros adjuntos

Asunto : Fwd: Copia Contrato Legalizado

Para : Belen Pacheco <bpacheco@quito-turismo.gob.ec>

Estimada Belén

Envio copia del contrato legalizado para su registro, no olvidarse de que una vez que termine el curso tiene que enviarme copia del documento obtenido. Le deseo mucha suerte y éxitos en el mismo

que tenga un buen día.

Saludos Cordiales,

Janneth de los Angeles Salazar Proaño

ANALISTA DE ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS DE BECAS Y AYUDAS ECONÓMICAS
ZONAL 2

INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO

• Alpallana E7-183 entre Av. Diego de Almagro y Whymper

Telf.: + (593 2) 3990 400 Ext 1292.

www.fomentoacademico.gob.ec

Quito - Ecuador

----- Mensaje reenviado -----

De: "Impr_RegionalQ2" <impresora@fomentoacademico.gob.ec>

Para: "Janneth de los Angeles Salazar Proaño"
<jsalazar@fomentoacademico.gob.ec>

Enviados: Jueves, 28 de Junio 2018 10:39:08

 **[Untitled].pdf**
2 MB

0000045



**CONTRATO DE BECA INTERNACIONAL PARA ESTUDIOS PRESENCIALES EN EL EXTRANJERO,
PROVENIENTE DE FONDOS DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

CONTRATO No. 019-2018

COMPARECIENTES.-

Comparecen a la celebración del presente contrato, por una parte, el INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO, representado legalmente por el Ing. SYDNEY TAMARA CARRILLO CORDERO, en su calidad de Coordinadora Zonal 2, de conformidad al documento habilitante que se agrega al presente instrumento, a quien en adelante se le denominará "EL INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO"; por otra parte, el/la señor/a/ita PACHECO CUESTA MARIA BELEN, con cédula de ciudadanía No. 1721434221, por sus propios y personales derechos, a quien en adelante se le denominará "EL/LA BECARIO/A. Las partes, libre y voluntariamente, por así convenir a sus legítimos intereses, suscriben el presente contrato al tenor de las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA.- ANTECEDENTES:

1. Que el artículo 26 de la Constitución de la República del Ecuador establece: *"La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo"*.
2. El artículo 226 ibídem, dispone: *"Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias,... ()...Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos por la Constitución"*.
3. El artículo 5 literal i) del de la Ley Orgánica de Educación Superior, manifiesta que: *"Son derechos de las y los estudiantes obtener de acuerdo con sus méritos académicos becas, créditos y otras formas de apoyo económico que le garantice igualdad de oportunidades en el proceso de formación de educación superior"*.
4. El artículo 183 literal f) de la Ley Orgánica de Educación Superior, establece que entre las funciones de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, se encuentran: *"diseñar, administrar e instrumentar la política de becas del gobierno para la educación superior ecuatoriana: para lo cual coordinará, en lo que corresponda, con el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas"*.
5. La Disposición Transitoria Vigésima Cuarta del Código Orgánico Monetario y Financiero, determina que: *"El Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, IECE, creado con la Ley Sustitutiva a la Ley del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, a partir de la vigencia de este Código dejará de operar y en su lugar mediante Decreto Ejecutivo, se creará la nueva institución pública encargada de la administración de becas, seguimiento y*



Instituto de Fomento
al **Talento Humano**

asesoría académica, perteneciente a la Función Ejecutiva, hasta tanto el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, IECE, seguirá actuando conforme a su ley constitutiva”.

6. De conformidad con lo dispuesto en el literal g) numeral 28.1 del artículo 28 y el literal k) del numeral 28.4 del artículo 28 del Estatuto Orgánico de Gestión por Procesos del extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas IECE, actualmente Instituto de Fomento al Talento Humano, se confirió la posibilidad de suscribir el presente instrumento a los Gerentes Regionales o Gerentes de Agencia. Mediante Acuerdo No. 2015-022, de 24 de febrero de 2015, el Secretario de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, Econ. René Ramírez, nombró a la MSc. Susana Toro Orellana como Directora Ejecutiva del Instituto de Fomento al Talento Humano.
7. Mediante Decreto Ejecutivo No. 555, del 19 de enero de 2015, se crea el Instituto de Fomento al Talento Humano, como un organismo de derecho público, con personería jurídica, autonomía operativa financiera y administrativa, con patrimonio propio, adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, en cuyo artículo 2 literales b) y f), se determinan las atribuciones del Instituto de Fomento al Talento Humano, las mismas que señalan lo siguiente: “b) *Administrar las becas y ayudas económicas, otorgadas por el Estado ecuatoriano, gobiernos extranjeros, organismos internacionales, instituciones educativas nacionales o extranjeras*”; y, “f) *Ejercer la jurisdicción coactiva, de acuerdo a lo establecido en la Disposición Transitoria Vigésima Cuarta del Código Orgánico Monetario Financiero, con sujeción a las disposiciones del Código de Procedimiento Civil*”.
8. Mediante Resolución No. 001-IFTH-DE-2015, de 18 de febrero de 2015, la entonces Directora Ejecutiva del Instituto de Fomento al Talento Humano, MSc. María Isabel Cruz Amaluís, resolvió: “**Artículo 1.-** *Asumir la Estructura Orgánica a excepción de la Gerencia de Riesgos y la Unidad de Cumplimiento, así como el distributivo de puestos con todo el personal tanto de nombramiento como los contratos ocasionales que manejaba el extinto IECE de manera provisional, hasta que sea aprobado y puesto en marcha su modelo de gestión, por las instancias administrativas pertinentes. [...] Artículo 3.-* Disponer el traslado del archivo, contratos, juicios coactivos, convenios y demás instrumentos jurídicos, que pertenecían al extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas – IECE, al Instituto de Fomento al Talento Humano, quien asume todos los derechos y obligaciones existentes en los mismos. [...] **Artículo 5.-** *Asumir las delegaciones realizadas por la máxima autoridad del extinto Instituto de Crédito Educativo y Becas, a los distintos funcionarios del nivel jerárquico para la correcta operatividad de la institución, así mismo se asume la normativa establecida en resoluciones emanadas por el Directorio, la Máxima Autoridad y Cuerpos Colegiados del extinto IECE [...]*”.



9. El artículo 2 literal b) de la Ley Sustitutiva a la Ley del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas-IECE, actualmente, Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, dispone que es función de esta institución: *"Administrar los recursos económicos, mediante crédito educativo y/o becas, que el Estado, las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, voluntariamente o por disposición legal, destinen al financiamiento de la educación de ecuatorianos o ecuatorianas"*.
10. El artículo 2 literal c) de la Ley ibídem determina que es función de la institución: *"Coordinar el proceso de preselección o selección para las becas nacionales e internacionales otorgadas a los estudiantes ecuatorianos por el Estado, gobiernos extranjeros, organismos internacionales, instituciones educativas nacionales o extranjeras; y, a su vez difundir estos procesos a través de su boletín y la página electrónica del IECE, con el fin de transparentarlo"*.
11. Con Resolución No. 008-DIR-IECE-2010, de 8 de julio de 2010, el Directorio del entonces Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas-IECE, actualmente Instituto de Fomento al Talento Humano, expidió el Reglamento para el Funcionamiento de la Comisión Mixta de Selección de Becarios, en donde se regula el proceso de preselección de candidatos para el otorgamiento de becas internacionales, señalándose que la misma funcionará bajo la coordinación del extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas- IECE, actual Instituto de Fomento al Talento Humano.
12. La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación mediante Acuerdo No. 2012-029 de 03 de abril del 2012, expidió la Política Pública para el Fomento de Talento Humano en Educación Superior, en cuyo párrafo cuarto del numeral 2.4.2, establece que el extinto Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas-IECE, actual Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, es el: *"organismo ejecutor de la política pública de fortalecimiento del talento humano en las áreas de educación superior, ciencia, tecnología e innovación"*.
13. El artículo 8.5 del Reglamento de Becas y Ayudas Económicas del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, define a las BECAS DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL como: *"...la oferta de cooperación internacional no reembolsable otorgada por países cooperantes y organizaciones internacionales destinadas a realizar estudios de formación superior, capacitación, perfeccionamiento y entrenamiento profesional. Estas becas se otorgarán de conformidad con los reglamentos existentes o que se dicten para el efecto"*.
14. El artículo 12 del Reglamento ibídem dispone que: *"La oferta de cooperación internacional, una vez avalada por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, será difundida y promocionada por el IECE y será otorgará a través de la Comisión Mixta de Selección de Becarios del IECE.- El IECE será el responsable de administrar y dar seguimiento a estas becas"*.
15. El artículo 31 del mismo Reglamento señala que: *"Cuando la beca otorgada provenga de un organismo extranjero, a través de cooperación internacional no reembolsable, deberá sujetarse a las obligaciones establecidas por las partes"*.



Instituto de Fomento
al Talento Humano

16. En sesión celebrada el **03 DE MAYO 2018**, la Comisión Mixta de Selección de Becarios, de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, luego del proceso correspondiente, y en función del listado de postulantes seleccionados/as dentro del proceso de evaluación y calificación, resolvió preseleccionar al/la señor/a/ita **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**, postulante a la beca ofertada por el **Gobierno de Japón a través de JICA**, por cuanto cumple con los requisitos establecidos, según se desprende del Acta No. 011-2018, de la misma fecha.
17. Conforme lo señalado en el artículo 6 del Reglamento de la Comisión Mixta de Selección de Becarios, la resolución antes señalada fue puesta en conocimiento del Ministerio de Relaciones Exteriores con **Oficio de 04 DE MAYO DE 2018** para la notificación a nombre del gobierno ecuatoriano ante el gobierno oferente de la beca para la correspondiente adjudicación.
18. Con **Oficio de fecha 04 DE JUNIO 2018**, el **Gobierno de Japón a través de JICA**, pone en conocimiento del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, la adjudicación de la beca al señor/a/ita **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**.

CLÁUSULA SEGUNDA.- OBJETO:

El presente contrato tiene por objeto otorgar la beca del/la señor/a/ita **PACHECO CUESTA MARIA BELEN**, para que realice el **"PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS DENOMINADO: TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)"**.

CLÁUSULA TERCERA.- UNIVERSIDAD Y LUGAR DE ACTIVIDADES DEL BECARIO:

El **"BECARIO/A"** en virtud de la beca otorgada por el **Gobierno de Japón a través de JICA**, realizará el **PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS DENOMINADO: TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)"**.

CLÁUSULA CUARTA.- MONTO DEL FINANCIAMIENTO Y RUBROS DE COBERTURA:

El financiamiento para la beca otorgada cubre en forma **TOTAL**, y comprende los rubros y las cuantías determinadas en la convocatoria y/o en la confirmación de la beca.

CLÁUSULA QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO Y DURACIÓN DE LOS ESTUDIOS:

El plazo de duración del presente contrato de financiamiento de beca es de **4 SEMANAS**, contados a partir del: **11 DE JULIO AL 10 DE AGOSTO 2018**

CLÁUSULA SEXTA.- DERECHOS DEL/A BECARIO/A:

Son derechos del becario, los siguientes:

- a. Solicitar crédito educativo como complemento a la beca, el que podrá ser atendido previo análisis de las condiciones de la beca, en cumplimiento de lo previsto en el Reglamento de



Becas y Ayudas Económicas del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH y de acuerdo con las disponibilidades del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH;

- b. Solicitar la suspensión temporal o definitiva de la beca por causales debidamente justificadas, tanto ante el oferente de la beca como ante el Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH;
- c. Solicitar a la Comisión Mixta de Selección de Becarios del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, la autorización para la ampliación de la beca, cuando fuere del caso;
- d. Solicitar a la Comisión mixta de Selección de Becarios del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, y en forma justificada, el cambio de especialidad o de centro docente, siempre que el oferente lo acepte; y,
- e. Solicitar a través del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, que las representaciones diplomáticas ecuatorianas, atiendan situaciones especiales del/a becario/a.

CLÁUSULA SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

Las partes se comprometen a lo siguiente:

OBLIGACIONES DEL INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO:

- a. Realizar el seguimiento y control, para el cumplimiento y ejecución del presente contrato.

OBLIGACIONES DEL (LA) BECARIO(A):

- a. Aceptar la beca en las condiciones establecidas por el oferente y que constan en la convocatoria respectiva;
- b. Respetar las leyes del país anfitrión;
- c. Obtener el título académico/certificado para el cual se le otorgó la beca;
- d. Presentar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, en forma semestral el certificado oficial de asistencia regular a clases y/o, reporte oficial de calificaciones expedido por la Universidad o Centro de Estudios, que demuestre la finalización y/o aprobación del mismo, según sea el caso;
- e. Informar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, sobre la interrupción de las actividades académicas por enfermedad, calamidad doméstica o cualquier otra causa de fuerza mayor, dentro del plazo comprendido entre 30 a 45 días de haberse producido el hecho respectivo;
- f. Informar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, dentro de los siguientes 60 días de encontrarse en el país donde cursará los estudios objeto de la beca respecto del nombre y dirección del centro docente, así como sobre la dirección de su residencia en el exterior;
- g. Informar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, sobre cualquier alteración referente al programa de estudios;
- h. Presentar documentos legítimos, durante la ejecución de la beca;
- i. Cumplir con las normas, reglamentos y/o estatutos relacionados con los ámbitos académico, disciplinario y demás, establecidos por las Instituciones de Educación Superior en las cuales desarrollarán sus estudios;
- j. Proporcionar al Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, la información necesaria para el seguimiento ocupacional; y,
- k. Las demás establecidas en el presente contrato.



Instituto de Fomento
al Talento Humano

CLÁUSULA OCTAVA.- SUSPENSIÓN DE LA BECA:

El Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, podrá solicitar la suspensión de la beca si el/a becario/a hubiere incurrido o se encuentre inmerso en uno o más de los siguientes hechos:

- a. Incumplir cualquiera de las obligaciones del becario constantes en los numerales b, c, d y e de la cláusula séptima de este contrato;
- b. Enfermedad, incapacidad mental o física que impida al becario la continuación de sus actividades académicas,
- c. Adulteración o falsedad de los documentos presentados, cuando estos hechos hayan sido detectados con posterioridad a la concesión de la beca; y,
- d. Por expresa voluntad del becario.

CLÁUSULA NOVENA.- MODIFICACIONES:

El presente contrato podrá ser modificado o ampliado por acuerdo de las partes, siempre que la Comisión Mixta de Selección de Becarios del Instituto de Fomento al Talento Humano o la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, según el caso y dentro de su competencia, lo justifique para el adecuado desarrollo del Programa de Formación.

CLÁUSULA DÉCIMA.- TERMINACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato termina por una de las siguientes causales:

1. Por cumplimiento del objeto del contrato;
2. Por mutuo acuerdo de las partes;
3. Por muerte del /a becario/a; y,
4. Por terminación unilateral declarada por el Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH.

En los casos de terminación del contrato por las causales antes señaladas se suscribirán los instrumentos legales correspondientes.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

Respecto de todo lo que no se encuentre estipulado en el presente contrato, las partes estarán a lo establecido en el Reglamento de Becas y Ayudas Económicas del Instituto de Fomento al Talento Humano-IFTH, el Código Civil y más normativa vigente relacionada.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA.- DOMICILIO DE LAS PARTES:

Para todos los efectos legales de este contrato, las partes convienen en señalar su domicilio en la ciudad de QUITO y sus comunicaciones o notificaciones, las recibirán en las siguientes direcciones:

EL/LA BECARIO/A:

Dirección: Francisco Ballesteros Oe2-216 y Lauro Guerrero. Ciudadela Atahualpa.

Teléfonos: 3111-669 / 0995620524

Correo electrónico: bpacheco@quito-turismo.gob.ec



Instituto de Fomento
al Talento Humano

Ciudad: Quito

EL INSTITUTO DE FOMENTO AL TALENTO HUMANO:

Dirección: Alpallana y Diego de Almagro

Teléfono: 3990400

Correo electrónico: becas@fomentoacademico.gob.ec

Ciudad: Quito

CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA.- DIVERGENCIAS Y CONTROVERSIAS:

Las partes renuncian domicilio sometándose expresamente a los jueces competentes de la ciudad de Quito o a la jurisdicción que elija el Instituto de Fomento al Talento Humano-IFT, así como al procedimiento verbal sumario o ejecutivo, sin perjuicio de la acción coactiva que tiene la institución de conformidad con su ley constitutiva.

CLÁUSULA DÉCIMA CUARTA.- DOCUMENTOS HABILITANTES:

Forman parte del presente contrato, en calidad de habilitantes, los siguientes documentos:

1. Copia simple de la convocatoria;
2. El documento de adjudicación de la beca;
3. El documento que contiene los rubros y las cuantías determinadas en la convocatoria y/o en la confirmación de la beca; y,
4. Los documentos que acreditan la calidad de los comparecientes.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA.- RATIFICACIÓN Y ACEPTACIÓN:

Las partes declaran que se ratifican en todas las cláusulas del presente contrato, por así convenir a sus intereses, en constancia de lo cual suscriben en unidad de acto, en dos (2) ejemplares originales, de igual tenor y valor jurídico, en la ciudad de Quito, a los 14 días del mes de JUNIO 2018

POR EL IFTH:


Ing. SYDNEY-TAMARA CARRILLO CORDERO
Coordinadora Zonal 2
IFTH

POR EL/LA BECARIO/A:


f).....
PACHECO CUESTA MARIA BELEN
C.C. No. 1721434221

Zimbra:

bpacheco@quito-turismo.gob.ec

URGENTE (Proceso Previo al Viaje): TOURISM PROMOTION AND MARKETING**De :** SalgadoGabriela EC <SalgadoGabriela.EC@jica.go.jp> jue, 07 de jun de 2018 17:03**Asunto :** URGENTE (Proceso Previo al Viaje): TOURISM PROMOTION AND MARKETING

8 ficheros adjuntos

Para : Belen Pacheco <bpacheco@quito-turismo.gob.ec>**Para o CC :** mabepacheco <mabepacheco@gmail.com>

Estimada María Belén,

Es grato para mí enviarle este mensaje que contiene la información necesaria para avanzar con los preparativos de su viaje a Japón. Sugiero imprimirlo y tenerlo consigo como fuente de consulta mientras realiza los diferentes trámites. Por favor léalo atentamente y, si tiene alguna duda, puede llamarme por teléfono. Estaré gustosa de solventar cualquier inquietud.

Adjunto a este mensaje algunos archivos, para que tenga en cuenta todos los documentos necesarios para el viaje.

POR PARTE DE JICA:**1. Informar ruta de viaje a Japón:**

Nuestra Sede en Japón determinó adquirir sus pasajes por la siguiente ruta (Quito – Atlanta– Tokio – Atlanta - Quito). Adjunto a la presente podrá encontrar su ticket electrónico.

2. Carta de aceptación:

La comunicación respectiva fue enviada a su institución; misma que le adjunto para su archivo.

3. Nota Verbal para Embajada de Japón informando aceptación oficial:

Esta Oficina envió la nota verbal respectiva a la Embajada de Japón para que estén al tanto de su participación y le reciban los documentos de solicitud de la visa japonesa.

POR PARTE DEL PARTICIPANTE Y/O INSTITUCIÓN:**1. Obtención del Pasaporte Ordinario:****Requisitos Generales**

- a. Presencia del solicitante.
- b. Original y copia de la cédula del solicitante. Las cédulas de ciudadanía no deberán estar deterioradas, reemplasticadas, perforadas, cortadas o no distinguirse la fotografía.
- c. Original del Certificado de votación

Requisitos para reemplazar el pasaporte anterior vigente

- Requisitos generales.
- Pasaporte anterior vigente.

Requisitos para reemplazar el pasaporte por pérdida o robo

- Requisitos generales.

0000037

Formulario de Constancia de Documentos Extraviados del Consejo de la Judicatura.
Requisitos para reemplazar el pasaporte por suplantación de identidad

- Requisitos generales.
- Denuncia en el Ministerio Público (Fiscalía).
- Tarjeta índice original expedida por el Registro Civil.
- Tarjeta dactilar original expedida por el Registro Civil.
- Copia certificada íntegra original de la partida de inscripción de nacimiento expedida por el Registro Civil.
- Otros documentos de identificación con foto

IMPORTANTE: Se debe presentar el ORIGINAL de todos los requisitos solicitados.

Dirección en Quito: Vicente Ramón Roca N21c y Av. Reina Victoria

Horario de Atención al público: De lunes a viernes de 08h30 a 16h30

Proceso:

• En Quito se lo obtiene en la Dirección General de Documentos de Viaje de la Cancillería (Roca N21-C y Reina Victoria, Edificio de la Policía Turística, Planta Baja, Tel. 02-250-9989). En provincias en las coordinaciones regionales del Ministerio de Relaciones Exteriores.

- El horario de atención es de 08h30 a 16h30 de manera ininterrumpida.
 - El valor del pasaporte nuevo o su renovación es de 70 dólares estadounidenses.
- Tercera edad 50% del valor anterior. Discapacitados gratis.
- No se requiere fotografías.

Las personas que ya tienen su pasaporte Ordinario, deben confirmar que el pasaporte esté vigente mínimo hasta 6 meses después a la fecha de retorno de Japón. Si la vigencia es menor, debe obtenerse un nuevo pasaporte.

2. Visa de Japón:

Requisitos:

- a. Formulario de solicitud de visa debidamente lleno.
- b. Una (1) foto tomada durante los últimos seis meses, del tamaño indicado en el formulario (45 mm x 45mm). Hay ocasiones en que los estudios fotográficos no elaboran fotos de ese tamaño, entonces pueden ser del tamaño que solicita la Embajada Americana que es un poco más grande (5 cm x 5 cm), pero igual la aceptan. En todo caso, la fotografía debe ser a color, con el fondo blanco, claramente enfocada y el rostro debe cubrir aproximadamente el 50% de la foto. No debe estar con gafas, sombrero o cualquier artículo que cubra la cara.
Fotografías que no cumplan con estos requisitos no serán aceptadas
- c. Pasaporte Ordinario.
- d. Copia del pasaporte (la hoja donde está la foto).
- e. Copia de la cédula de identidad.

Completar el formulario de solicitud de visa: Anexo archivo en formato PDF, el cual deberá ser llenado conforme se indica a continuación. **IMPORTANTE: Por favor tomar en cuenta que por razones de seguridad el formulario no puede ser grabado una vez completado, por lo que se debe llenar el formulario en su totalidad y luego imprimirlo, firmarlo y entregarlo en la Embajada de Japón.** Si se desea conservar un respaldo del formulario se deberá sacar una copia del formulario impreso y firmado.

- a. **Tipo de pasaporte** están las palabras **Diplomático, Oficial, Ordinario y Otro**. Dar un click para marcar el casillero correspondiente.
- b. En **Motivo del viaje a Japón** escribir **CURSO DE ENTRENAMIENTO OFRECIDO POR**

JICA.

- c. En **Período previsto de estancia en Japón** escribir **FECHAS DE DURACIÓN DEL CURSO (11 de julio de 2018 al 10 de agosto del 2018)**.
- d. En **Fecha probable de ingreso** poner **LA FECHA DE LLEGADA A JAPÓN (11 de julio de 2018). FAVOR TOMAR EN CUENTA QUE PARA LLEGAR EN ESA FECHA USTED SALDRÁ DE ECUADOR el 09 de julio de 2018)**.
- e. En **Puerto de Entrada a Japón** escribir **TOKIO** y en **Nombre de la nave o línea aérea** escribir el nombre de la línea aérea (**DELTA**).
- f. En **Nombres y direcciones de hoteles o personas con los que el solicitante pretende alojarse** escribir **CENTRO INTERNACIONAL DE JICA EN QUE SE REALIZARÁ LA CAPACITACIÓN (CENTRO INTERNACIONAL JICA TOKIO)**. Los datos de teléfono y dirección se encuentran en la Sección IV numeral 4 del documento de Información General que ya fue enviado, pero que lo adjunto a este mensaje nuevamente, por si acaso.
- g. En **Fechas y duración de estadías anteriores en Japón**. De no haber estado antes en Japón, dejar en blanco.
- h. En **Fiador o garante en Japón** volver a escribir **NOMBRE DEL CENTRO INTERNACIONAL DE JICA EN QUE SE REALIZARÁ LA CAPACITACIÓN CON DIRECCIÓN Y TELÉFONO (CENTRO INTERNACIONAL JICA TOKIO)**. La información de Fecha de Nacimiento, Sexo, Profesión u ocupación actual y puesto y Nacionalidad y situación legal en Japón, deben quedar en blanco (pues el garante es una institución, no una persona).
- i. En **Relación con el Solicitante** escribir **INSTITUCIÓN QUE DICTA EL CURSO DE CAPACITACIÓN**.
- j. En **Persona Invitante en Japón** escribir las palabras **"IGUAL QUE ARRIBA"**.

Proceso:

- * La presentación de los documentos en la Embajada de Japón debe ser en forma personal (no reciben documentos enviados vía courier). Se puede enviar a dejar con otra persona, siempre que tenga una carta autorizando la presentación de los documentos a nombre del becario/a .
- * Dirección de la Embajada: Av. Amazonas N39-123 y José Arízaga, Edificio Amazonas Plaza, Pisos 11 y 12, Tel. 227-8700; Atención de 09h00 a 12h30 y de 14h30 a 16h30.
- * El trámite toma máximo 5 días hábiles (generalmente 2 o 3 días).
- * La visa de Japón no tiene costo para becarios JICA.

3. Emisión del Pasaje:

Como en su caso nos envían un ticket electrónico, el pasaje ya está emitido. Usted únicamente debe presentarse en el aeropuerto el día del viaje portando una impresión del e-ticket. **NOTA IMPORTANTE: Pese a lo antes indicado, es aconsejable contactarse con la aerolínea con la que se inicia el viaje para verificar que todo esté en regla y confirmar el peso que se puede llevar como equipaje.**

OTROS:**1. Documentos adicionales / Información adicional / Solicitud de Información:**

Leer antes del viaje al Japón los documentos adjuntos que se encuentran en este correo electrónico.

2. Orientación Previa al Viaje:

La reunión de orientación aproximadamente 2 horas y se lleva a cabo en las oficinas de JICA **Por favor confirmar su asistencia para mantener la reunión el día miércoles, 20 de Junio, 10:00**

0000036

3. Contrato de Beca con el IFTH (ex IECE):

Como nuestras becas son oficiales, el Gobierno Ecuatoriano exige la firma de un contrato de beca con el Instituto de Fomento al Talento Humano / IFTH (ex IECE). Este contrato es de tipo moral y no implica ningún compromiso financiero. Favor coordinar en la Gerencia de Becas, con la señora Janneth Salazar, preferentemente vía mail (jsalazar@fomentoacademico.gob.ec) o telefónicamente (023-990-400, ext. 1292).

4. Solicitud de Ingreso a la Asociación de Becarios JICA Ecuador / BJE:

Todos nuestros becarios automáticamente pasan a formar parte de la Asociación de Ex Becarios. Le adjunto el formulario de Solicitud de Inscripción que deberá traer lleno el día de la reunión de orientación juntando copia de la cédula de ciudadanía, copia de la última papeleta de votación y la cuota de inscripción, fijada por la Directiva de los Ex Becarios, que es de **US\$ 30.00 (treinta dólares con 00/100)**.

CRONOGRAMA SUGERENTE:

* Visa Japonesa: Puede presentar los documentos en cualquier momento a partir de mañana pero máximo hasta la semana del 25 de Junio

* Trámite del contrato de beca con el IECE: Puede presentar los documentos lo más pronto pero máximo hasta el Viernes, 29 de Junio

NOTAS FINALES: No está por demás recordarle que deberá contactarse con las instancias pertinentes de su institución para informarse sobre cuáles son los trámites internos necesarios, tales como comisión de servicios, etc.

Favor acusar recibo de este mensaje y mantenerme al tanto de los avances.

Saludos Cordiales,

Gabriela Salgado
Oficial del Programa de Becas



Agencia de Cooperación
Internacional del Japón

Dir: Av. 6 de Diciembre N33-42 e Ignacio Bossano

Edificio Titanium I piso 4

Quito - Ecuador

Tel: (593) 2-3333-653 / (593)-2-3333-654

Mobil: (593) 9-8047-6295

email: salgadogabriela.ec@jica.go.jp

URL: www.jica.go.jp/spanish/index.html

Síguenos en :



 **Formulario Solicitud de Ingreso BJE.DOC**
38 KB



FORMULARIO VISA JAPON.PDF

138 KB



Job report detail.pptx

70 KB



4104 Air Ticket_Ms PACHECO.pdf

101 KB



OF 230_ACEPTACION QUITO TURISMO.pdf

295 KB

0000035

Zimbra:

bpacheco@quito-turismo.gob.ec

Formularios A(H1N1) y Ebola previos al viaje

De : SalgadoGabriela EC <SalgadoGabriela.EC@jica.go.jp> jue, 07 de jun de 2018 16:21**Asunto :** Formularios A(H1N1) y Ebola previos al viaje

5 ficheros adjuntos

Para : Belen Pacheco <bpacheco@quito-turismo.gob.ec>**Para o CC :** mabepacheco <mabepacheco@gmail.com>

Estimada María Belén,

Espero se encuentren bien.

Adjunto envío los formularios que son necesarios completar antes del viaje. Pueden hacerlo el médico de un Centro de Salud o, en último caso, un médico particular. Los certificados originales que deben llevar a Japón.

Influenza A(H1N1)

Las preguntas se deben contestar con SI o NO:

1. ¿Tiene fiebre? (Marcar SI en el cuadrado cuando la temperatura es superior a 38°C). Sin embargo, es necesario indicar la temperatura en la línea de abajo junto a °C, aunque no tenga fiebre.
2. ¿Tiene tos o respira con dificultad?
3. ¿Ha tenido contacto cercano con alguna persona que se sospecha que puede tener Influenza A(H1N1)?

Una vez que se haya completado el formulario, el participante debe firmar sobre la línea que está junto a la palabra "Participant" y el doctor debe firmar en el recuadro que está en la parte inferior y poner el sello con su nombre y número de registro del Ministerio de Salud Pública (MSP).

Ébola

1. ¿Tiene fiebre? (marcar en Sí, en caso de que la temperatura sea superior a > 38°C (100.4°F))
2. ¿Tiene dolor de cabeza?
3. Visité los siguientes países en los últimos 21 días (marcar en Sí, si se ha visitado uno o varios de los países indicados: Guinea, Liberia y/o Sierra Leona, y encerrar en un círculo el/los país/es visitado/s).

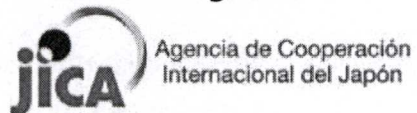
Igualmente, una vez que se hayan completado el formulario, el participante debe firmar sobre la línea que está junto a la palabra "Signature" y el doctor debe firmar en la parte inferior y poner el sello con su nombre y número de registro del Ministerio de Salud Pública (MSP).

Ambos documentos deberán ser completados el último día laborable antes del viaje. Favor enviarme los documentos escaneados vía mail y llevar consigo los originales durante el viaje.

0000034

Saludos Cordiales,

Gabriela Salgado
Oficial del Programa de Becas



Dir: Av. 6 de Diciembre N33-42 e Ignacio Bossano
Edificio Titanium I piso 4
Quito - Ecuador
Tel: (593) 2-3333-653 / (593)-2-3333-654
Mobil: (593) 9-8047-6295
email: salgadogabriela.ec@jica.go.jp
URL: www.jica.go.jp/spanish/index.html

Siguenos en

001702

Quito DM, 5 de junio 2018

Señor,
Takeo Ishikawa
Representante
Agencia de Cooperación Internacional de Japón

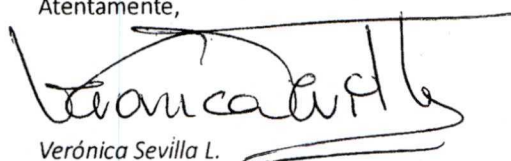
De mis consideraciones,

En representación de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo quiero transmitir mi total agradecimiento por la oportunidad que brinda a nuestra institución para participar en el Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing" organizado por el Centro Internacional JICA de Tokio.

Mediante el presente documento quiero CONFIRMAR la participación de la señorita ***María Belén Pacheco Cuesta***, Coordinadora de Mercadeo Internacional, funcionaria que ha sido delegada por la institución para participar en este programa educativo que se desarrollará en la ciudad de Tokio-Japón del 11 de julio al 10 de agosto del presente año.

Por favor quedamos entonces en espera de las directrices a seguir con el fin de coordinar el respectivo proceso de viaje. Me despido no sin antes agradecer la atención y reiterar nuestra consideración y estima a su organización.

Atentamente,



Verónica Sevilla L.
Gerente General
QUITO TURISMO



001702

Quito DM, 5 de junio 2018

Señor,
Takeo Ishikawa
Representante
Agencia de Cooperación Internacional de Japón

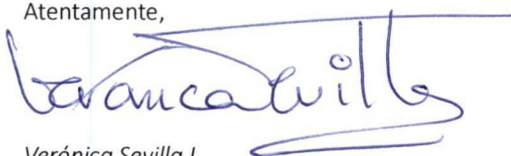
De mis consideraciones,

En representación de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo quiero transmitir mi total agradecimiento por la oportunidad que brinda a nuestra institución para participar en el Programa de Co-Creación de Conocimientos "*Tourism Promotion and Marketing*" organizado por el Centro Internacional JICA de Tokio.

Mediante el presente documento quiero CONFIRMAR la participación de la señorita ***María Belén Pacheco Cuesta***, Coordinadora de Mercadeo Internacional, funcionaria que ha sido delegada por la institución para participar en este programa educativo que se desarrollará en la ciudad de Tokio-Japón del 11 de julio al 10 de agosto del presente año.

Por favor quedamos entonces en espera de las directrices a seguir con el fin de coordinar el respectivo proceso de viaje. Me despido no sin antes agradecer la atención y reiterar nuestra consideración y estima a su organización.

Atentamente,



Verónica Sevilla L.
Gerente General
QUITO TURISMO

Zimbra:

bpacheco@quito-turismo.gob.ec

CONFIRMACION DE ACEPTACION AL PROGRAMA "TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)"

De : SalgadoGabriela EC
<SalgadoGabriela.EC@jica.go.jp>

mar, 05 de jun de 2018 12:57

📎 4 ficheros adjuntos

Asunto : CONFIRMACION DE ACEPTACION AL PROGRAMA
"TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)"

Para : Belen Pacheco <bpacheco@quito-turismo.gob.ec>

Para o CC : mabepacheco@gmail.com

Estimada María Belén,

Espero se encuentre bien esta mañana. Encuentre adjunto el oficio confirmado su aceptación al programa en mención, mismo que fue enviado el día de ayer 04/junio por Servientrega. Por favor solicito su gestión para que se dé respuesta lo más pronto posible confirmando su participación y continuar con el resto del proceso previo a su viaje y de obtención de visa.

Saludos Cordiales,

Gabriela Salgado
Oficial del Programa de Becas



Agencia de Cooperación
Internacional del Japón

Dir: Av. 6 de Diciembre N33-42 e Ignacio Bossano
Edificio Titanium I piso 4
Quito - Ecuador
Tel: (593) 2-3333-653 / (593)-2-3333-654
Mobil: (593) 9-8047-6295
email: salgadogabriela.ec@jica.go.jp
URL: www.jica.go.jp/spanish/index.html

Siguenos en :



OF 230_ACEPTACION QUITO TURISMO.pdf
295 KB

0000031



Talento Humano
D-RECURSOS

Fueron presentadas
respuestas.

05/Julio/2018

Agencia de Cooperación Internacional del Japón

Quito D.M., 04 de Junio de 2018

JICA ECU 230 2018

Señora

Verónica Sevilla

GERENTE GENERAL DE QUITO TURISMO

Quito.-

De mi consideración:

La Oficina de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA en el Ecuador, se dirige a usted con un cordial saludo e informa que la ingeniera Maria Belén Pacheco Cuesta, Coordinadora de Mercados Internacionales, ha sido aceptada para participar en el Programa de Co-Creación de Conocimientos denominado "Tourism Promotion and Marketing", organizado por el Centro Internacional JICA Tokyo, que tendrá lugar del 11 de Julio al 10 de Agosto del 2018 en Japón.

Cabe indicar que JICA cubrirá los costos de pasaje aéreo (incluidos impuestos), alojamiento y alimentación durante toda la estadía en Japón (incluso fines de semana y días feriados), transporte interno en Japón y seguro médico que cubre enfermedad (siempre que no sea condición preexistente), emergencias y accidentes, en territorio japonés. Queda expresamente excluida la cobertura de atención odontológica, atención optométrica y embarazo (y condiciones relacionadas). La institución nominadora y/o los becarios deberán asumir únicamente los valores relacionados con la obtención de los documentos de viaje que fueren necesarios, el transporte interno entre la ciudad de origen y el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (Tababela) y la alimentación en los lugares de tránsito, de ser aplicable.

Con tales antecedentes, esta Oficina solicita transmitir el particular a las instancias pertinentes y hacernos llegar, a la brevedad posible, una comunicación confirmando la participación de la señorita Pacheco en este programa de capacitación, a fin de dar inicio al proceso previo al viaje.

Al tiempo que agradezco su atención a esta comunicación, aprovecho la oportunidad para reiterar a usted mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

227 1372
Takeo Ishikawa

REPRESENTANTE





Japan International Cooperation Agency

CONFIDENTIAL

Knowledge Co-Creation Program under Technical Cooperation with the Government of Japan

Application Form for the JICA Knowledge Co-Creation Program

OFFICIAL APPLICATION

(to be confirmed and signed by the head of the relevant department / division of the applying organization)

1. Title: (Please write down as shown in the General Information)

TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)

2. Number: (Please write down as shown in the General Information)

J	1	8	-	0	4	1	0	4
---	---	---	---	---	---	---	---	---

3. Country Name:

ECUADOR

4. Name of Applying Organization:

PUBLIC MANAGEMENT COMPANY OF TOURISM DESTINATION "QUITO TOURISM BOARD"

5. Name of the Nominee(s):

1) PACHECO CUESTA, María Belén

3) -----

2) -----

4) -----

Our organization hereby applies for Knowledge Co-Creation Program (KCCP) of the Japan International Cooperation Agency and proposes to dispatch qualified nominees to participate in the programs.

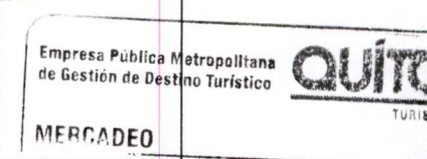
Date:	April 9 th , 2018	Signature:	
Name:	VERONICA LUCIA SEVILLA LEDERGERBER		
Designation / Position	C.E.O		
Department / Division	GENERAL MANAGEMENT		
Office Address and Contact Information	Address: Amazonas Avenue N79-39 & La Prensa Avenue		
	Telephone: 593 2 2993 300	Fax: N/A	E-mail: erosero@quito-turismo.gob.ec vsevilla@quito-turismo.gob.ec



Confirmation by the organization in charge (if necessary)

I have examined the documents in this form and found them true. Accordingly I agree to nominate this person(s) on behalf of our government.

Date:	April 9 th , 2018	Signature:	
Name:	CARLA PAOLA CÁRDENAS RAMÍREZ		
Designation / Position	HEAD OF MARKETING		
Department / Division	MARKETING DEPARTMENT		



0000029

**Part A: Information on the Applying Organization**

(to be confirmed by the head of the department / division)

1. Profile of Organization**1) Name of Organization:**

PUBLIC MANAGEMENT COMPANY OF TOURISM DESTINATION
"QUITO TOURISM BOARD"

2) The mission of the Organization and the Department / Division:

Quito Tourism Board is a public company responsible for the national and international promotion of the first UNESCO's World Cultural Heritage site, the city of Quito, the capital of Ecuador, with the objective of making it a major destination. We are in charge of promoting Quito's diverse tourism products in alliance with its local tourism infrastructure.

The Marketing Department is a value adding area of Quito Tourism Board, responsible of designing the strategy for promoting Quito in the worldwide, that involves activities such as: market research, promotional campaigns creation, benchmarking, coordination with International Representation and Public Relations companies, support to Product Development Area in the creation of new tourist products, analysis of opportunities for cooperation campaigns with airlines, tour operators, tourist trade, associations, etc; among others, with the purpose of strengthen the positioning of Quito's city as an important tourist destination in the world.

2. Purpose of Application**1) Current Issues: Describe the reasons for your organization claiming the need to participate in Knowledge Co-Creation Program (KCCP), with reference to issues or problems to be addressed.**

- Quito, the capital of Ecuador, is one of the most important tourist destination in Latin America, it has unique and important highlights that can be very potential in its promotional strategy, but, our organization has realized our city needs innovation in products and marketing methods.
- As destination we have limits that generally are associated with the budget allocation, for this reason, our organization needs to know new ways to optimize low budgets with better strategic actions.
- Quito needs to strengthen its position in the international markets.
- Quito is in the process of becoming a tourist smart city with the launching of its new digital platform that includes digital tools like a new website, app, beacons, social media and others. We would like to learn more innovation strategies of a technological country as Japan.

2) Objective: Describe what your organization intends to achieve by participating in KCCP.

- Quito Tourism Board, would like to innovate its promotional plan with avant-garde actions.
- Quito Tourism Board, as the public entity in charge of the improvement of Quito's tourist offer, would like to get new knowledge in order to support to the entrepreneurs in the creation of new sustainable and innovated tourist products.
- Quito Tourism Board, consider that Japan could be an opportunity market for our destination, therefore, we need to identify the profile of the visitor in order to create or adapt our tourist offer to its interests and necessities.

3) Future Plan of Actions: Describe how your organization shall make use of the expected achievements, in addressing the said issues or problems.

- To design of a new Marketing Plan with new strategies that position Quito in the touristic digital world.
- To create a new Quito tourist product focused in the Japanese consumers.
- To increase the number of visitors to Quito-Ecuador from Japan.
- To incorporate new ways of promoting our destination based in Japanese experience.
- To show the richness of a very new and important culture that is located to the other side of our country.
- To apply the tourist promotional strategies that Japan uses to do in its priority markets.

4) Selection of the Nominee: Describe the reason(s) the nominee has been selected for the said purpose, referring to the following view points; 1) Course requirement, 2) Capacity /Position, 3) Plans for the candidate after the KCCP, 4) Plan of organization and 5) Others.

The Quito Tourism Board's nominee is:
 María Belén Pacheco Cuesta
 Marketing Coordinator of International Markets

The organization has selected Belen's profile because the following reasons:

- She is working in our company since January, 2013, that is, more than 5 years of experience in the tourist marketing coordination of Quito.
- She had been involved in another projects related to promotion of Ecuador's tourist products such as: land programs in the Andes or Amazonia and cruises in the Galapagos Islands.
- She belongs to the permanent staff of the organization and entered to the public service through a competition of merits and oppositions.
- She has an educational background related to the Knowledge Co-Creation Program, she has a degree in Tourist Administration, an international certification in Tourist Digital Marketing and a master degree in Business Management.
- She had worked in the coordination of Quito's promotional activities in the international markets like: Usa, Canada, Mexico, Colombia, Brazil, Argentina, Peru, Chile, Spain, United Kingdom and Germany.
- As Marketing Coordinator, she has been representative of Quito in different

activities abroad, such as: international travel shows, congress and events and international directed trainings to touristic trade and media.

- Her knowledge and ability in combination with the goals of the Tourism Promotion and Marketing Program will ensure the creation of a new Marketing Plan for the city of Quito focused in the highlights of our destination and the new trends of the world.
- Belen must coordinate a training program for the Quito Tourism Board Marketing Team in order to share the knowledge and experience lived during her participation in Japan.

Part B: Information about the Nominee

(to be completed by the Nominee)

NOTE>>>The applicants for Knowledge Co-Creation Program (KCCP) (Group and Region Focus) are required to fill in "Every Item". As for the applications for KCCP (Country Focus) including KCCP for Counterpart and some specified programs, it is required to fill in the designated "required" items as is shown below.

1. Title: (Please write down as shown in the General Information) **(required)**

TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)

2. Number: (Please write down as shown in the General Information) **(required)**

J 1 8 - 0 4 1 0 4

3. Information about the Nominee (nos. 1-9 are all required)

1) Name of Nominee (as in the passport)

Family Name

P A C H E C O C U E S T A

First Name

M A R I A

Middle Name

B E L E N



2) Nationality (as shown in the passport)	ECUADORIAN		5) Date of Birth (please write out the month in English as in "April")			
3) Sex	() Male	(X) Female	Date	Month	Year	Age
4) Religion	Christian		26	May	1986	31

6) Present Position and Current Duties

Organization	PUBLIC MANAGEMENT COMPANY OF TOURISM DESTINATION "QUITO TOURISM BOARD"					
Department / Division	MARKETING DEPARTMENT					
Present Position	INTERNATIONAL MARKETING COORDINATOR					
Date of employment by the present organization	Date	Month	Year	Date of assignment to the present position	Date	Month
	10	January	2013		10	January
						Year
						2013

**7) Type of Organization**

() National Governmental	(X) Local Governmental	(X) Public Enterprise
() Private (profit)	() NGO/Private (Non-profit)	() University
() Other ()		

8) Outline of duties: Describe your current duties

- Design of Quito's promotional plan in its priority markets during 2018.
- Coordination the promotional activities in the following markets: Brazil, Argentina, Spain, United Kingdom and Germany.
- Analysis of the Quito's statistics related to the entrance of the international visitors in order to take decisions about the type of activities that Quito needs to do for strengthening its presence in each country.
- Coordination of the public contracting process of the new Quito Representation and Public Relation Agency for European markets.
- Liaison with Public Relations Agencies for working the promotional actions planned for European and South American markets.
- Management of the public relations with international journalist, tour operators, wholesalers, tourist associations and others, with the purpose of generating opportunities for promotion of our destination.
- Coordination of international fam, press and blog trips that give to influencer people the option to visit Quito in order to promote it worldwide.
- Negotiation with strategic partners for getting promotional opportunities in the international markets.
- Coordination of international events for promoting the destination such as: travel shows, travel fairs, workshops, roadshows, BTL events, among others.
- Representation of Quito in travel shows, congress, international events and trainings that help us to be in direct contact with the different markets.
- Management of promotional campaigns focused in the final consumers.
- Analysis and control of the budget allocated for the international activities.
- Analysis of results indicators and return rates of investment.
- Reporting advances, implementations and achievements of the actions that Quito Tourism Board does in the international markets.
- Coordination of the new Quito Digital Platform promotional campaign for local market.

9) Contact Information

Office	Address: Amazonas Av. N79-39 and La Prensa Av..	
	TEL: 593 2 2993 300 ext. 1025	Mobile (Cell Phone): 593 9 95620524
	FAX: N/A	E-mail: bpacheco@quito-turismo.gob.ec
Home	Address: Francisco Ballesteros St. OE2-216 and Lauro Guerrero St.	
	TEL: 593 2 3111 669	Mobile (Cell Phone): 593 9 95620524
	FAX: N/A	E-mail: mabepacheco@gmail.com
Contact person in emergency	Name: VICTOR HUGO PACHECO PEREZ	
	Relationship to you: FATHER	
	Address: Francisco Ballesteros St. OE2-216 and Lauro Guerrero St.	
	TEL: 593 2 3111 669	Mobile (Cell Phone):



Japan International Cooperation Agency

CONFIDENTIAL

593 2 2651 839	
FAX: N/A	E-mail: musicarteecuador@hotmail.com

10) Others (if necessary)

N/A

4. Career Record**1) Job Record (After graduation)**

Organization	City/ Country	Period		Position or Title	Brief Job Description
		From Month/Year	To Month/Year		
COLUMBUS TRAVEL TOUR OPERATOR	QUITO ECUADOR	May 2008	September 2009	Sales and Operation Galapagos Assistant	- Search of the best options for direct passengers that wished travel to the Galapagos Islands and coordination of their tourist services. - Work with the trip advisors in the design of the different itineraries in Ecuador according to interests of passengers.
HAUGAN CRUISES TOUR OPERATOR	QUITO ECUADOR	Septiembre 2009	Febrero 2012	Marketing Coordinator	- Support to Marketing Director in the planning of marketing strategies for promoting cruises in the Galapagos Islands. - Coordination of the company's participation in travel shows and international events. - Liaison with the Design Area for the creation of the promotional material of the company.
GALAPAGOS TRAVEL CENTER TOUR OPERATOR	QUITO ECUADOR	Marzo 2012	Diciembre 2012	Marketing Coordinator	- Head of marketing department. - Support in the creation of this new company, because, GTC is established after a Haugan Cruises partners separation. - Creation of the new company brand. - Creation of the product range of the new company. - Creation of the marketing campaigns of the Galapagos Islands Cruises. - Lead of the marketing team and control of its results and goals. - Representative of the company in an international conference.

2) Educational Record (Higher Education) (required)

Institution	City/ Country	Period		Degree obtained	Major
		From Month/Year	To Month/Year		
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS	QUITO ECUADOR	September 2005	May 2009	Engineer	Tourism Management
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA & UNIVERSIDAD BLAS PASCAL	QUITO ECUADOR & CORDOBA ARGENTINA	Mayo 2012	Junio 2012	International Certification	Digital Marketing
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA	QUITO & LOJA ECUADOR	January 2013	December 2015	Magister	Business Management

0000024

**3) Training or Study in Foreign Countries; please write your past visits to Japan specifically as much as possible, if any.**

Institution	City/ Country	Period		Field of Study / Program Title
		From Month/Year	To Month/Year	
UNIVERSIDAD BLAS PASCAL	CORDOBA ARGENTINA	Mayo 2012	Junio 2012	University Program in Digital Marketing Important: We didn't travel to Cordoba, because of, logistics issues, however, the most of seminars and conference were made online.

5. Language Proficiency (required)

1) Language to be used in the program (as in GI)		ENGLISH			
Listening	() Excellent	(X) Good	() Fair	() Poor	
Speaking	(X) Excellent	() Good	() Fair	() Poor	
Reading	(X) Excellent	() Good	() Fair	() Poor	
Writing	() Excellent	(X) Good	() Fair	() Poor	
Certificate (Examples: TOEFL, TOEIC)		Sufficiency English Certificate Centro de Educación Continua de la Escuela Politécnica Nacional			
2) Mother Tongue		SPANISH			
3) Other languages (FRENCH)	() Excellent	() Good	(X) Fair	() Poor	

¹ Excellent: Refined fluency skills and topic-controlled discussions, debates & presentations. Formulates strategies to deal with various essay types, including narrative, comparison, cause-effect & argumentative essays.

¹ Good: Conversational accuracy & fluency in a wide range of situations: discussions, short presentations & interviews. Compound complex sentences. Extended essay formation.

¹ Fair: Broader range of language related to expressing opinions, giving advice, making suggestions. Limited compound and complex sentences & expanded paragraph formation.

¹ Poor: Simple conversation level, such as self-introduction, brief question & answer using the present and past tenses.

6. Expectation on the applied KCCP**1) Personal Goal: Describe what you intend to achieve in the applied KCCP in relation to the organizational purpose described in Part A-2.**

I would like to create a new MARKETING PLAN for the Metropolitan District of Quito based on new trends, new market segments and experiences of Japan tourism industry that mainly emphasizes the most important value proposal that Quito and Ecuador have for the world, which is their geographical position in the middle of the world.

2) Relevant Experience: Describe your previous vocational experiences which are highly relevant in the themes of the applied KCCP. (required)

I have been working in Quito Tourism Board for more than 5 years, therefore, I got experience in the tourist promotion of the destination, as, a professional in this field, I had many opportunities to travel abroad and promote my country in different regions of the world, that let me to understand the cultural differences and the changes and innovations that we need to do in order to improve our tourist opportunities.



I have been involved in another companies with projects related to promotion of Ecuador's tourist products such as: land programs in the Andes or Amazonia and cruises in the Galapagos Islands, where, I had the chance, to support their goals with new ideas and knowledge that I had got during my educational process.

Having attended to international events and coordinating the promotional campaigns of Quito as a tourist destination in almost every international markets, has given me a panoramic vision of the different markets' interests to build new strategies that help to take advantage of the resources that Quito has, in order to strengthen its positioning in the worldwide and the increase its numbers of visitors.

3) Area of Interest: Describe your subject of particular interest with reference to the contents of the applied KCCP. (required)

Once it has identify the limits that Quito has in the application of its promotional strategy as member of the marketing department, I'm really interested in the big opportunity of experience the Japanese tourism administration strategy. The idea of traveling to Japan to learn from its professional experts about the successful way of its tourism management open to Quito the prospect for planning new promotional activities that let us optimize economic resources and make actions more effective.

***7. Declaration (to be signed by the Nominee) (required)**

I certify that the statements I have made in this form are true and correct to the best of my knowledge.

If accepted for the program, I agree:

- (a) not to bring or invite any member of my family (except for a program whose period is one year or more),
- (b) to carry out such instructions and abide by such conditions as may be stipulated by both the nominating government and the Japanese Government regarding the program,
- (c) to follow the program, and abide by the rules of the institution or establishment that implements said program,
- (d) to refrain from engaging in political activity or any form of employment for profit or gain,
- (e) to return to my home country at the end of the activities in Japan on the designated flight schedule arranged by JICA,
- (f) to discontinue the program if JICA and the applying organization agree on any reason for such discontinuation and not to claim any cost or damage due to the said discontinuation.
- (g) to consent to waive any copyright holder's rights for documents or products produced during the project, against duplication and/or translation by JICA, as long as they are used for the purposes of the program.
- (h) to approve the privacy policy and the copyright policy mentioned in the Guidelines of Application.

JICA's Information Security Policy in relation to Personal Information Protection

- JICA will properly and safely manage personal information collected through this application form in accordance with JICA's privacy policy and the relevant laws of Japan concerning protection of personal information and take protection measures to prevent divulcation, loss or damages of such personal information.
- Unless otherwise obtained approval from an applicant itself or there are valid reasons such as disclosure under laws and ordinances, etc., and except for the following 1.-3., JICA will neither

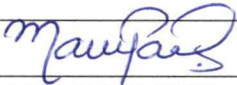


Japan International Cooperation Agency

CONFIDENTIAL

provide nor disclose personal information to any third party. JICA will use personal information provided only for the purposes in the following 1.-3 and will not use for any purpose other than the following 1.-3 without prior approval of an applicant itself.

1. To provide KCCP to the participants from developing countries.
 2. To provide KCCP to the participants from developing countries under the Citizens' Cooperation Activities.
 3. In addition to 1. and 2. above, if the government of Japan or JICA determines necessary in the course of technical cooperation.
- (i) to observe Japanese laws and ordinances during my stay, if I violate Japanese laws and ordinances, I will return the total amount or a part of the expenditure required for the KCCP depending on the extent of the violation.
- (j) to understand that JICA does not assure issuance of Japan entry visa even after JICA decide to accept me. I understand the Embassy of Japan will decide it according to necessary formalities upon the submission of visa application from each participant.

Date: April 9 th , 2018	Signature: 
	Print Name: MARIA BELEN PACHECO CUESTA

0000021

**MEDICAL HISTORY**

1. Present Medical Status

(a) Do you currently use any medicine or have regular medical checkup by a physician for your illness?

☒ No	☐ Yes: Name of illness (), Name of medicine () <i>If yes, please attach your doctor's letter (preferably, written in English) that describes current status of your illness and agreement to join the program.</i>
--	--

(b) Are you pregnant?

☒ No	☐ Yes: Months of pregnancy (months)
--	---

(c) Are you allergic to any medication or food?

☒ No	☐ Yes: What are you allergic to? ()
--	---

(d) Please indicate any needs arising from disabilities that might necessitate additional support or facilities.

(NONE, Fortunately I don't have disabilities)

Note: Disability does not lead to exclusion of persons with disability from the program. However, upon the situation, you may be directly inquired by the JICA official in charge for a more detailed account of your condition.

2. Past Medical History

(a) Have you had any significant or serious illness?

☒ No	☐ Yes: Please specify ()
--	--

(b) Have you ever been a patient in a mental clinic or been treated by a psychiatrist?

☒ No	☐ Yes: Please specify ()
--	--

3. Other Medical Problems

If you have any medical problems that are not described above, please indicate below.

NONE.

I certify that I have read the above instructions and answered all questions truthfully and completely to the best of my knowledge.

I understand and accept that medical conditions resulting from an undisclosed pre-existing condition may not be financially compensated by JICA and may result in termination of the program.

Date: April 9 th , 2018	Signature
	Print Name: MARIA BELEN PACHECO CUESTA



1. Lea detenidamente el formulario, llene todos los casilleros con la información solicitada, utilice letra de imprenta para llenarlo.
2. La información proporcionada en este formulario será sujeta a verificación. La comprobación en la falsedad de la misma determinará la eliminación del proceso de beca.
3. Para efectos del trámite, únicamente se considerarán los documentos certificados, exigidos como requisitos

INFORMACIÓN GENERAL DE LA BECA			
OFERENTE: <u>AGENCIA DE COOPERACION INTE. DEL JAPON</u>		ESTUDIOS: <u>"TOURISM PROMOTION AND MARKETING"</u>	
PRESENCIAL ☒	SEMI PRESENCIAL ☐	A DISTANCIA ☐	ON LINE ☐
SEDE	IDIOMA	DURACIÓN	NIVEL
PAÍS <u>JAPON</u>	<u>INGLES</u>	DESDE <u>11 JULIO 2018</u>	<u>CAPACITACIÓN</u>
CIUDAD <u>TOKIO</u>		HASTA <u>10 AGOSTO 2018</u>	

INFORMACIÓN GENERAL DEL ASPIRANTE			
CÉDULA CIUDADANÍA		APELLIDOS	NOMBRES
<u>1721434221</u>		<u>PACHECO CUESTA</u>	<u>MARIA BELEN</u>
FECHA Y LUGAR DE NACIMIENTO		ESTADO CIVIL	SEXO
DÍA <u>29</u>	MES <u>MAYO</u>	AÑO <u>1986</u>	PROVINCIA <u>PICHINCHA</u>
CANTÓN <u>QUITO</u>		Soltero ☒ Casado ☐ Divorciado ☐	M ☐ F ☒
Unión Libre ☐ Viudo ☐			
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PERMANENTE:			TELÉFONOS
Provincia: <u>PICHINCHA</u> Cantón: <u>QUITO</u>			Convencional: <u>3111669</u>
Calle, No.-: <u>FRANCISCO BAILESTEROS DE 2-216 Y LAURO GUERRERO</u>			Celular: <u>0995620524</u>
e-mail: <u>mabepacheco@gmail.com</u>			
EN CASO DE EMERGENCIA CONTACTAR A: <u>VICTOR LUGO PACHECO PEREZ</u>			
TELÉFONO Convencional: <u>3111669/2651839</u> Celular: <u>0995021379</u> e-mail: <u>musicartecondor@hotmail.com</u>			
EMPRESA / INSTITUCIÓN DONDE TRABAJA		TIPO DE EMPRESA / INSTITUCIÓN	
<u>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO "QUITO TURISMO"</u>		ESTATAL ☒ PRIVADA ☐	
DESCRIBA LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA / INSTITUCIÓN:			
<u>EMPRESA DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO</u>			
DIRECCIÓN DEL TRABAJO		Calle, No.-: <u>AV. AMAZONAS N79-39 Y AV. DE LA PRENSA</u>	
Provincia: <u>PICHINCHA</u>		Cantón: <u>QUITO</u> e-mail: <u>bpacheco@quito-turismo.gob.ec</u> Teléfono: <u>2993300</u>	

INFORMACIÓN ACADÉMICA DEL ASPIRANTE			
CENTRO DOCENTE	PAÍS	TÍTULO	FECHA DE GRADUACIÓN
Bachillerato <u>LICEO FERNANDEZ MADRID</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>BACHILLER TÉCNICO EN TURISMO</u>	<u>JULIO 2004</u>
Superior <u>U. DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</u>	<u>MAYO 2009</u>
Superior <u>U. BPS PASCAR Y UN. PARTICULAR CIA</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>PROGRAMA UNIVERSITARIO EN NKT DIGITAL</u>	<u>JUNIO 2012</u>
Postgrado <u>U. TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL</u>	<u>OCTUBRE 2015</u>
Postgrado			

CAPACITACIÓN ADICIONAL RECIBIDA RELACIONADA CON LA BECA			
CURSOS, SEMINARIOS, CONGRESOS, OTROS	PAÍS	INSTITUCIÓN	FECHA
<u>EXMA ECUADOR (CONGRESO)</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>EXMA / UIDE</u>	<u>JUNIO 2017</u>
<u>INBOUND MARKETING TURÍSTICO (SEMINARIO)</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>U. SAN FRANCISCO</u>	<u>ABRIL 2016</u>
<u>CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL EN MARKETING TURÍSTICO</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>U. ESPEC. TURÍSTICAS</u>	<u>ABRIL 2010</u>
<u>CONTROL DE GESTIÓN PÚBLICA (CURSO)</u>	<u>ECUADOR</u>	<u>CONTADORIA GENERAL</u>	<u>OCTUBRE 2015</u>

PUBLICACIONES O TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN RELACIONADOS CON EL PROGRAMA DE BECA			
1. _____	3. _____		
2. _____	4. _____		

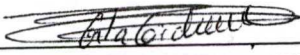
MÉRITOS O DISTINCIONES ACADÉMICAS		0000019
1. <u>MEDALLA DE ORO Y DIPLOMA MEJOR ESCRITURA ESP. DE TURISMO, LICEO FERNANDEZ M.3.</u>		
2. <u>MEDALLA DE ORO Y DIPLOMA MEJOR ESCRITURA, UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS.</u>		

TRABAJO QUE DESEMPEÑA ACTUALMENTE			
INSTITUCIÓN	CARGO QUE OCUPA	CIUDAD	DESDE
EMPRESA PÚBLICA QUITO TURISMO	COORDINADORA DE PROMOCIÓN Y OP. INTERNACIONAL	QUITO	ENERO 2013

DESCRIBA LAS PRINCIPALES FUNCIONES:

- Diseño y Coordinación del plan promocional de Quito para mercados internacionales.
- COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES PROMOCIONALES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES DE: BRASIL, ARGENTINA, ESPAÑA, REINO UNIDO Y ALEMANIA.
- GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS CON MEDIOS, TOUR OPERADORES, MAYORISTAS, ASOCIACIONES Y OTROS MIEMBROS DEL TRADE TURÍSTICO INTERNACIONAL PARA GESTIÓN DE OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN.
- REPRESENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, CAPACITACIONES Y FERIAS INTERNACIONALES Y NACIONALES.

CARLA CARDENAS
 NOMBRE DEL JEFE INMEDIATO


 FIRMA JEFE INMEDIATO

QUITO, 9 DE ABRIL 2018
 FECHA

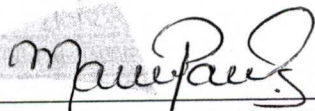
TRABAJO ADICIONAL			
INSTITUCIÓN	CARGO QUE OCUPA	CIUDAD	DESDE
/	/	/	/

TRABAJOS DESEMPEÑADOS ANTERIORMENTE				
INSTITUCIÓN	CARGO QUE OCUPA	CIUDAD	DESDE	HASTA
TOUR OPERADORA GALAPAGOS TRAVEL CENTER	COORDINADORA DE MARKETING	QUITO	MARZO 2012	DICIEMBRE 2012
TOUR OPERADOR HAUBAN CRUISES	COORDINADORA DE MARKETING	QUITO	SEPTIEMBRE 2009	FEBRERO 2012
TOUR OPERADOR COMIBUS TRAVEL	ASISTENTE DE VENTAS	QUITO	MAYO 2008	SEPTIEMBRE 2009

Declaro que la información consignada en este formulario es verídica y la comprobación de falsedad de la misma será causal para mi eliminación como aspirante a la beca y será impedimento para presentar una nueva solicitud.

QUITO, 9 ABRIL 2018

LUGAR Y FECHA



FIRMA DEL ASPIRANTE

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DEL IFTH

La información y los datos consignados en la solicitud de beca son correctos y las copias de los documentos presentados fueron contrastados con sus originales.

LUGAR Y FECHA

NOMBRE DEL ANALISTA

FIRMA

Observaciones:



**LA REPÚBLICA DEL ECUADOR Y,
EN SU NOMBRE Y POR AUTORIDAD DE LA LEY,
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA,
A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL,**



hacen notorio que

MARIA BELEN PACHECO CUESTA

ha cumplido con los requisitos de la Ley de Educación Superior, el Estatuto y reglamentación universitaria de Postgrados y que, en virtud de la aprobación que obtuvo y de la promesa legal que prestó, le confiere el título de

MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Dado, firmado y sellado por el Vicerrector Académico, la Coordinadora del Programa y el Secretario General de la Universidad.
En Loja, a los dieciséis días del mes de diciembre del año dos mil quince.

Dr. Santiago Acosta Aide
VICERRECTOR ACADÉMICO



Mgtr. Laura Chamba Rueda
COORDINADORA DEL PROGRAMA



Mgtr. Gabriel Ulpiano García Torres
SECRETARIO GENERAL



RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD
Refrendado

Acta 443

Folio 244

Loja, 16 de diciembre de 2015

Dr. José Barbosa Corbacho
RECTOR



3 6 6 0 8 0

0000018

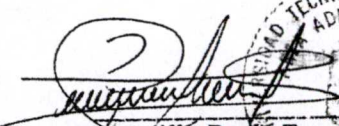
0645

INFORMACIÓN ACADÉMICA
(Art. 122 LOES)

Programa: Maestría en Gestión Empresarial

Nivel: Cuarto nivel

Modalidad de estudios: Abierta y a distancia


Ing. Jennifer Zumba Torres
SECRETARIO



REPUBLICA DEL ECUADOR

In the Name of Ecuadorian law the,

UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS

Declares that:

Pacheco Cuesta María Belén

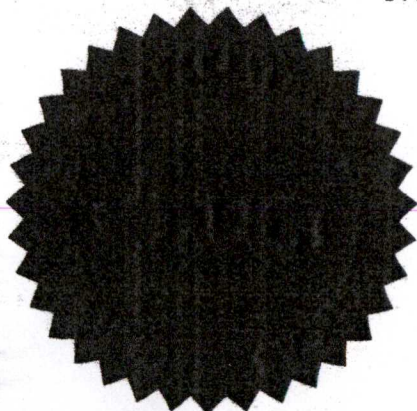
Having fulfilled the requirements prescribed by the Institution in accordance with the statutes and regulations, hereby confere the title of:

TOURISM MANAGEMENT ENGINEER

By the virtue of this conferment, will be recognised in accordance with the provisions of the Law No. 2000-7 creating the Universidad de Especialidades Turisticas, published on March 31st 2000, in the official gazette No. 48

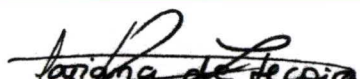
Granted and signed in Quito, may 20th 2009

0000017




María de Lourdes Jarrín
Rector


Gustavo Freire
Dean


Tatiana Catedes
Secretary General

20 Mayo 2009
405



5100510

REPUBLICA DEL ECUADOR

En su Nombre y por Autoridad de la Ley, la
UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURÍSTICAS

Declara que:

Pacheco Cuesta María Belén

*Ha cumplido con los requisitos previstos en el Estatuto y Reglamentos de la Institución,
por lo tanto le confiere el título de:*

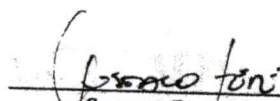
INGENIERA EN ADMINISTRACION
DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE TURISMO

*En tal virtud, se le reconocerá de conformidad con lo dispuesto en la Ley No.2000-7
de creación de la Universidad de Especialidades Turísticas, publicada el
31 de Marzo del 2000, Registro Oficial No.48*

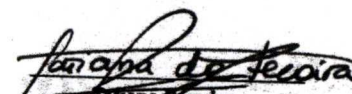
Dado y firmado en Quito, a 20 de mayo de 2009



María de Lourdes Jarrín
Rectora



Gustavo Freire
Decano



Juliana Paredes
Secretaría General

20 May 2003
405



UNIVERSIDAD BLAS PASCAL

UBP

Saber y Saber Hacer



UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

Por cuanto

Maria Belén Pacheco Cuesta

I.D. 1.721.434.221, ha cursado y aprobado entre los días 7 de noviembre de 2011

y 16 de marzo de 2012, con una carga horaria de 54 horas reloj, el

Programa Universitario en Marketing Digital

y de acuerdo con las normas vigentes de la Universidad, se le otorga el presente Diploma que así lo acredita.

Córdoba, Argentina, 12 de junio de 2012.

[Signature]

Marco Lorenzatti
Secretario de Educación Continua
Universidad Blas Pascal



[Signature]

Carlos Granda
Director de Educación Continua
Universidad Técnica Particular de Loja

Dr. Fernando Polo Elmir
NOTARIO VICESIMO SEPTIMO DEL CANTON OJITO

RAZON. La fotocopia que se
comparada con su original que su
es igual en todas y cada una de sus
Quito, a 21 NOV 2012

**ESPACIO
EN BLANCO**

2100000

8100000



CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA
ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

DIRECCIÓN DE LINGÜÍSTICA E INTERCAMBIOS CULTURALES

Sufficiency in English Certificate

The Sufficiency in English Certificate is hereby conferred on

Maria Belen Pacheco Cuesta

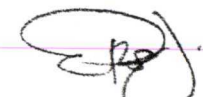
*who has successfully passed all requirements of the
Dirección de Lingüística e Intercambios Culturales del Centro de
Educación Continua de la Escuela Politécnica Nacional.*



Quito, March 26, 2011


Henry Gooch
Director


Andres Paredes
General Academic Coordinator


Ernesto Santos
Academic Coordinator



Dr. Fernando Polo Elmir
NOTARIO VICARIO SEPTIMO DEL CANTON QUITO

21 NOV 2012

Quito, 21 NOV 2012
Razon. La fotocopia que se le
compara con su original que se
es igual en todas y cada una de sus partes.

0000014

SPACIO
IN BLANCO

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA N.º **172143422-1**

APELLIDOS Y NOMBRES
PACHECO CUESTA MARIA BELEN

LUGAR DE NACIMIENTO
PICHINCHA
QUITO
CHIMBACALLE

FECHA DE NACIMIENTO 1996-05-29
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO F
ESTADO CIVIL Soltera




INSTRUCCIÓN
SUPERIOR

PROFESIÓN
EGRESADO/A

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
PACHECO PEREZ VICTOR HUGO

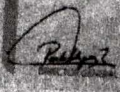
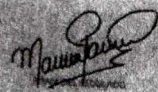
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
CUESTA AGUILA AMPARITO DEL ROCIO

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
QUITO
2010-07-13

FECHA DE EXPIRACIÓN
2020-07-13

E3333V1142

00034485

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
4 DE FEBRERO 2018

046 JUNTA N.º
046 - 389 NÚMERO
1721434221 CÉDULA

PACHECO CUESTA MARIA BELEN
APELLIDOS Y NOMBRES

PICHINCHA PROVINCIA
QUITO CANTÓN
LA MAGDALENA PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN
ZONA: 1




CNE COMISIÓN NACIONAL ELECTORAL

REFERÉNDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

CITADANÍA

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED
SUFRAGÓ EN EL REFERÉNDUM Y
CONSULTA POPULAR 2018

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS
LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

Mayo Ortiz
PRESIDENTA DEL JURY

0000013

OBSERVACIONES/REMARKS/OBSERVATIONS



3

15006497

PASAPORTE
PASSPORT



Manuscript

REPUBLICA DEL ECUADOR

Type/Type

ECU A6490861

1721434221

Apellidos/Surnames

Apellidos/Surnames
PACHECO CUESTA

Names/Given names
MARTA BELEN

Nacionaldo-Nationality ECUATO

Fecha de nacimiento/Date of birth: _____

29 MAYO/MAY 1986

Lugar de nacimiento/Place of birth

QUITO, ECU

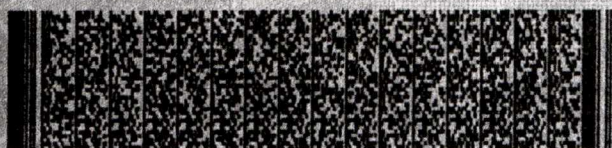
6 JUN/JUN 2017

23. $\frac{1}{2} \ln \frac{1}{2}$

100



6 JUN/JUN 2023



P<ECUPACHECO<CUESTA<<MARIA<BELEN<<<<<<<<<<<

A6490861<8ECU8605294F23060611721434221<<<54

0000012

0000011

Zimbra:

bpacheco@quito-turismo.gob.ec

PROCESO DE APLICACION "TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)"

De : SalgadoGabriela EC <SalgadoGabriela.EC@jica.go.jp> lun, 12 de mar de 2018 11:25**Asunto :** PROCESO DE APLICACION "TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)" 6 ficheros adjuntos**Para :** bpacheco@quito-turismo.gob.ec**URGENTE**

Estimada María Belén,

Una vez conocida la nominación por parte de su institución para el programa de capacitación de la referencia, es grato enviarles los documentos e información necesarios para preparar su aplicación. Favor leer este mensaje detenidamente antes de empezar a completarlos.

La fecha para enviar los formularios llenos (**en digital**, con firmas y sellos originales) junto con la documentación que se indica más adelante es **máximo** hasta el **jueves, 19 de abril de 2018, a las 17h00**. Favor enviarlos a mi dirección: salgadogabriela.ec@jica.go.jp, en archivos no mayores a 4MG y de ser necesario enviarlos en varios mails.

La fecha para entregar los formularios llenos (**en físico**, con firmas y sellos originales) junto con la documentación que se indica más adelante es **máximo** hasta **viernes, 20 de abril de 2018, a las 17h00**.

Le solicito tomar en cuenta los siguientes puntos que revisten suma importancia:

1. Previo a la elaboración de la aplicación solicitamos leer con detenimiento el documento de Información General del programa de capacitación (adjunto) para tener bien claros los objetivos, alcance y resultados esperados del programa de capacitación y de esta forma elaborar una aplicación consistente con la naturaleza del programa. Es importante consignar la información necesaria y real, dando énfasis a las labores y experiencia relacionada con el área del entrenamiento. Obviamente, la información consignada estará sujeta a verificación por parte de JICA.

2. La seriedad en el cumplimiento de los plazos y la calidad de los documentos presentados son determinantes para una selección adecuada.

*3. Tomar en cuenta que la presentación de los formularios de aplicación es el primer paso de **un proceso de selección**. La asignación de cupos depende de que las postulaciones enviadas cumplan con el perfil requerido. Su aplicación deberá pasar por un Comité de Selección tanto en Ecuador como en Japón. El comité japonés es la instancia que realiza la selección definitiva e inapelable.*

4. Reitero lo que ya fuera indicado oportunamente a su institución, en relación a los valores cubiertos y no cubiertos:

VALORES CUBIERTOS:

- Pasaje aéreo (incluidos impuestos)
- Alojamiento y alimentación durante toda la estadía en Japón (incluso fines de semana y días feriados)

0000010

- Transporte interno en Japón
- Seguro médico que cubre enfermedad (salvo condiciones preexistentes), emergencias y accidentes **en territorio japonés**.

VALORES NO CUBIERTOS:

- Obtención de los documentos de viaje que fueren necesarios (básicamente pasaporte)
- Transporte interno desde la ciudad de residencia hasta el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (Tababela) y viceversa.
- Alimentación en los aeropuertos de tránsito.
- Enfermedades preexistentes, cobertura de embarazo (y condiciones relacionadas), atención odontológica y atención optométrica.

5. La presentación de la aplicación será un indicativo que, en caso de ser seleccionado, la institución y/o el aplicante cubrirán los valores antes indicados.

DOCUMENTOS A ENTREGAR:

1. Formulario de Aplicación (Application Form). Debe completarse de acuerdo a las instrucciones que se encuentran en el ejemplo. Favor tomar en cuenta que este ejemplo de aplicación que se adjunta sirve únicamente como una ayuda para completar el formulario de JICA pero, si se lo utiliza como matriz, se debe borrar las partes que están resaltadas con amarillo pues son simplemente informativas y no deben aparecer en la aplicación que se enviará a JICA.

Este formulario debe completarse en INGLÉS.

2. Formulario del Instituto de Fomento al Talento Humano / IFTH (Ex IECE). Es necesario completarlo pues los expedientes deben pasar por la Comisión Mixta de Selección de Becarios del Instituto de Fomento al Talento Humano / IFTH (ex IECE) para obtener la oficialización del país. Favor tomar en cuenta que se trata de un formulario de SOLICITUD DE BECA INTERNACIONAL y no de una solicitud de crédito, por lo que debe llenarse, aunque usted no va a solicitar crédito pues JICA cubre todos los costos. Favor tomar en cuenta lo siguiente para completar la primera página:

OFERENTE: Agencia de Cooperación Internacional del Japón / JICA

ESTUDIOS: Nombre del curso (según aparece en el documento de Información General adjunto)

MODALIDAD DE ESTUDIO: Presencial

PAÍS: Japón

CIUDAD: Tokio

IDIOMA: Inglés

DURACIÓN – DESDE: 11 de Julio de 2018 / HASTA: 10 de Agosto de 2018

NIVEL: Capacitación

Este formulario debe completarse en ESPAÑOL.

3. Copia del título(s) universitario(s) de tercer y cuarto nivel (si los tuviera). En el caso de que usted esté egresado pero aún no tenga el título universitario, deberá adjuntar el certificado de egresamiento.

4. Copia de la cédula de identidad y de la última papeleta de votación.

5. Copia de pasaporte. Únicamente la hoja en la que está la foto y datos de identificación. El pasaporte debe estar vigente mínimo hasta 6 meses después de la fecha de retorno al país. Si no tuviera pasaporte o ya hubiese caducado, no es necesario que lo obtenga al momento, pues se le requerirá obtenerlo luego de que se haya confirmado su aceptación por parte del comité interinstitucional japonés.

6. Copia de visa americana. Enviar la copia sólo si la visa estará vigente hasta la fecha de retorno al país. Si no tiene visa o está caducada no es necesario que la obtenga, pues por política de JICA, y a fin de que el participante invierta lo menos posible, se situarán los pasajes por Estados Unidos solo si tiene visa americana vigente. Caso contrario, viajará por una ruta alterna (Amsterdam o París).

7. Certificado de conocimiento de inglés. En lo posible debe presentar un certificado de TOEFL, IELTS, TOEIC o de una universidad o escuela politécnica (no de institutos), emitido hace máximo 3 años. Si no tuviera certificado o si el certificado tuviere más de 3 años, por favor indicarme a la brevedad para coordinar una entrevista personal. **Este requisito aplica únicamente en caso de que el programa de capacitación vaya a dictarse en idioma inglés.**

Los documentos en físico deben ser entregados en las oficinas de JICA Ecuador ubicadas en:

Av. 6 de Diciembre N33-42 e Ignacio Bossano,
Edificio Titanium I, Piso 4
Quito – Ecuador

(Estamos ubicados en la misma vereda del Consejo Nacional Electoral / CNE, dos (2) edificios al sur, en el Edificio de Seguros Constitución que tiene un parqueadero de cemento a la entrada)

Quedo a sus órdenes para cualquier información adicional.

Agradeceré se sirva acusar recibo de este mensaje y sus anexos.

Saludos Cordiales,

Gabriela Salgado
Oficial del Programa de Becas



Agencia de Cooperación
Internacional del Japón

Dir: Av. 6 de Diciembre N33-42 e Ignacio Bossano
Edificio Titanium I piso 4
Quito - Ecuador
Tel: (593) 2-3333-653 / (593)-2-3333-654
Mobil: (593) 9-8047-6295
email: salgadogabriela.ec@jica.go.jp
URL: www.jica.go.jp/spanish/index.html

Síguenos en :



0000009

 **SOLICITUD BECA INTERNACIONAL IFTH.PDF**
150 KB

 **EJEMPLO APLICATION FORM.docx**
164 KB

 **APPLICATION FORM.docx**
151 KB

0000000

OFICIO No.EPMGDT-2017- 001501
DM Quito, 06 de marzo de 2018

Toshiaki Furuya
REPRESENTANTE
JICA – Agencia de Cooperación Internacional del Japón
Presente.-

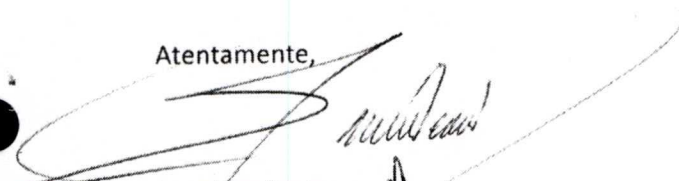
Asunto: Participación en Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing"

En respuesta a su gentil invitación a participar en el Programa de Co-Creación de Conocimientos "Tourism Promotion and Marketing", organizado por el Centro Internacional JICA Tokyo, el próximo 11 de julio al 10 de agosto del presente año; y, de acuerdo a los requisitos establecidos en la Sección III-2 "Requisitos para candidatos", Quito Turismo nombra a la señorita Ma. Belén Pacheco, Coordinadora de Mercados Internacionales del área de Mercadeo de esta institución, quien cumple con el perfil solicitado para esta actividad y es funcionaria de nombramiento.

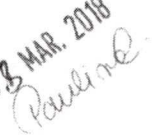
Los datos de contacto son: bpacheco@quito-turismo.gob.ec; teléfonos: 0995620524; 2993300 ext. 1025.

Me despido no sin antes agradecerle por su invitación y consideración a Quito Turismo en estos importantes proceso de capacitación internacional.

Atentamente,


Leonidas Espinosa
GERENTE GENERAL (S)

ACCIÓN	RESPONSABLE	SIGLA UNIDAD	FECHA	SUMILLA
Elaboración:	Carla Cárdenas	DM	2018/03/06	
Revisión:	Dennis Swanberg	DM	2018/03/06	

RECIBIDO 08 MAR. 2018


0000008



Deniss Swaberg :
Evaluar si puedes asistir o
un delegado. Hable con O. Lopez
01.03.2018

Agencia de Cooperación Internacional del Japón

Quito D. M., 16 de Febrero del 2018
JICA ECU 084 2018

Señora

Verónica Sevilla

GERENTE GENERAL DE QUITO TURISMO

Quito.-

De mi consideración:

La Oficina de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón, JICA en el Ecuador, se dirige a usted con un cordial saludo y se refiere al Programa de Co-Creación de Conocimientos denominado "Tourism Promotion and Marketing", organizado por el Centro Internacional JICA Tokyo, que tendrá lugar del 11 de Julio al 10 de Agosto del 2018. Se adjunta el respectivo Documento de Información.

Este programa tiene como objetivo adquirir conocimientos para desarrollar un plan estratégico de marketing y promoción turística.

Por lo antes expuesto, esta Oficina invita a usted a nominar a un funcionario, quien además de cumplir estrictamente con los requisitos establecidos en la Sección III-2 "Requisitos para Candidatos", del documento anexo, deberá cumplir con lo establecido en la legislación correspondiente, en lo relacionado con la participación de funcionarios públicos en eventos de capacitación en el exterior.

Cabe indicar que la JICA cubrirá los gastos relativos a pasaje aéreo (incluido impuestos), alojamiento y alimentación, durante toda la estadía en Japón (incluso fines de semana y días feriados, si los hubiere), transporte interno en Japón y seguro médico; mientras que la institución nominadora y/o el becario deberán asumir únicamente los valores relacionados con la obtención de los documentos de viaje que fueren necesarios y el transporte interno desde la ciudad de origen hasta el nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en Tababela y viceversa.

A fin de contar con el tiempo necesario para elaborar los documentos de aplicación y cumplir con otras formalidades previas al envío de la documentación al Japón, le solicito muy respetuosamente, enviar a esta Oficina, máximo hasta el Lunes, 12 de marzo del 2018, una carta oficial, confirmando el interés de su institución en participar en este programa de capacitación y detallando el nombre completo, cargo, correo electrónico y números telefónicos (convencional y celular) de las personas nominadas; tomando en cuenta que es preferible que pertenezcan al personal permanente de la institución para poner en práctica el plan de acción dentro de la misma luego de su retorno al país.

Una vez recibida la carta oficial, personal de esta Oficina se contactará con el postulado, a fin de coordinar las acciones pertinentes para la presentación de los respectivos Formularios de Aplicación, que serán enviados al Japón, para ser analizados por el Comité Interinstitucional de Selección de Becarios.

Seguro de contar con su favorable atención, le anticipo mi profundo agradecimiento; a la vez que hago propicia la ocasión para reiterarle mis sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente,

Toshiaki Furuya
Toshiaki Furuya
REPRESENTANTE



Adj.: Documento de Información General

Cc: Mgs. Rocío Vergara, Subsecretaria de Cooperación Internacional del MREMH.

0000006



Knowledge Co-Creation Program (Group & Region Focus)

GENERAL INFORMATION ON

TOURISM PROMOTION AND MARKETING (B)
課題別研修「観光振興とマーケティング(B)」
FY 2018

NO. J1804104 / ID. 1884888

Course Period in Japan: From July 11, 2018 to August 10, 2018

This information pertains to one of the JICA Knowledge Co-Creation Program (Group & Region Focus) of the Japan International Cooperation Agency (JICA), which shall be implemented as part of the Official Development Assistance of the Government of Japan based on bilateral agreement between both Governments.

'JICA Knowledge Co-Creation (KCC) Program' as a New Start

In the Development Cooperation Charter which is released from the Japanese Cabinet on February 2015, it is clearly pointed out that *"In its development cooperation, Japan has maintained the spirit of jointly creating things that suit partner countries while respecting ownership, intentions and intrinsic characteristics of the country concerned based on a field-oriented approach through dialogue and collaboration. It has also maintained the approach of building reciprocal relationships with developing countries in which both sides learn from each other and grow and develop together."* We believe that this 'Knowledge Co-Creation Program' will serve as a center of mutual learning process.

I. Concept

Background

Tourism industry brings the country in good returns and economic investment, therefore, promoting tourism sector is the significant issue to develop the regional economy and reduce poverty in developing countries. In order to promote the tourism sector effectively, it is essential to train human resources who are involved in the planning of tourism marketing and promotion.

From this context, Japan International Cooperation Agency (JICA) has been implementing the training and dialogue program for the purpose of tourism promotion since 1990. During this program, participants will obtain the necessary knowledge and skills to promote the tourism sector and develop tourism marketing and promotion plan based on Japanese experience and the current situation of participants' countries.

For what?

This program aims to provide administrators who are involved in the tourism sector with the opportunity to develop the tourism marketing and promotion plans by understanding the practical tourism promotion methods and skills used by Japanese tourism sector.

For whom?

This program is offered to governmental and other public organizations involved in the tourism promotion.

How?

Participants are expected to learn required capacity for tourism promotion administration based on Japanese experience. In Japan, participants will study

- 1) the basic knowledge/current situation of Japanese tourism situation by lectures,
- 2) the practical tourism marketing/promotion methods and skills through case studies,
- 3) the basic knowledge of tourism development through the field trips.

Finally, participants will formulate the tourism marketing plan putting the knowledge and ideas acquired and discussed in this program.

II. Description

1. **Title (J-No.): Tourism Promotion and Marketing (B) (J1804104)**
2. **Course Period in JAPAN**
July 11, 2018 to August 10, 2018
3. **Target Regions or Countries:**
Algeria, Belize, Cook Islands, Cuba, Ecuador, Egypt, Iraq, Kosovo, Lebanon, Micronesia, Myanmar, Palestinian Authority, Papua New Guinea, Solomon Islands, Sudan, Swaziland, Timor-Leste
4. **Eligible / Target Organization**
This program is designed for governmental or public organizations involved in the tourism promotion.
5. **Course Capacity (Upper limit of Participants)**
17 participants
6. **Language to be used in this program**
English
7. **Course Objective**
Participants will acquire skills and knowledge to develop strategic tourism marketing and promotion plan.
8. **Overall Goal**
Strategic tourism promotion utilizing the tourism marketing plan will be developed in participants' countries.
9. **Expected Module Output and Contents**
The program consists of the following components.

Expected Module Output	Subjects/Agendas	Methodology
To comprehend the tourism marketing and promotion methods.	▪ Learning strategic destination marketing method ▪ learning DMO case studies & Lessons learnt ▪ Discussing on outline & market of ecotourism for practice in participants' country ▪ Learning utilization of ICT on tourism marketing and promotion	Lectures and Observation visits
To Analyze their own country's issues of the tourism marketing and promotion.	▪ Discussing on marketing and promotion plan conducted by participants' country ▪ Sharing good practices	Presentation and discussion among participants

To Understand the trend / characteristics of Japanese tourism market, tourism administration, policy and the structure of tourism industry.	▪ Learning Tourism Policy conducted by Japan Tourism Agency (JTA) ▪ Learning role and activities of Japan National Tourism Organization (JNTO) ▪ Learning Tourism Marketing and promotion measures taken by local authorities ▪ Learning role and activities of Japan Association of Travel Agency (JATA)	Lectures and Observation visits
To Develop a tourism marketing and promotion plan based on the knowledge and techniques obtained through aforementioned (1)-(3).	▪ Preparing Final Presentation including Achievements of the 4 weeks program ▪ Preparing outcome report	workshop, discussion among participants and Presentation

Structure of the program

Topic outline (subject to minor changes)

- (1) Briefing/ Program Orientation
- (2) Tourism marketing and promotion theories
- (3) Market analysis and strategic destination marketing
- (4) Analyzing tourism marketing and promotion issues of the participants' country and sharing good practices
- (5) ICT marketing for tourism
- (6) Tourism marketing and promotion conducted by local authorities
- (7) Role and activities of Japan Association of Travel Agency
- (8) Role and activities of Overseas Tour Operators Association of Japan
- (9) Field Visit to regional tourism area
- (10) Various tourism sectors: eco-tourism
- (11) Various tourism sectors: MICE tourism
- (12) Marketing plan presentation and discussion
- (13) Evaluation meeting and closing ceremony

III. Conditions and Procedures for Application

1. Expectations from the Participating Organizations

- (1) This program is designed primarily for organizations that intend to address specific issues or problems identified in their operation. Participating

organizations are expected to use the project for those specific purposes.

- (2) This program is enriched with contents and facilitation schemes specially developed in collaboration with relevant prominent organizations in Japan. These special features enable the project to meet specific requirements of applying organizations and effectively facilitate them toward solutions for the issues and problems.

2. Nominee Qualifications

Applying Organizations are expected to select nominees who meet the following qualifications.

(1) Essential Qualifications

- 1) Current Duties: be engaged in tourism marketing and promotion activities in governmental or public tourism organizations
- 2) Experience in the relevant field: more than five (5) years
- 3) Educational Background: be a graduate of university or have the equivalent academic background
- 4) Language: have a sufficient command of spoken and written English which is equal to TOEFL IBT 65-80 (CBT 180-213, PBT 510-550) or more
- 5) Health: must be in good health, both physically and mentally, to participate in the Program in Japan. Pregnant applicants are not recommended to apply due to the potential risk of health and life issues of mother and fetus.

(2) Recommendable Qualifications

- 1) Expectations for the Participants: be active in participating in cross-cultural activities which aims to supplement understanding of typical Japanese traditions and customs, as tourism has a cross-cultural nature
- 2) Age: between thirty (30) to forty-five (45) years old

3. Required Documents for Application

- (1) Application Form:** The Application Form is available at **the JICA office (or the Embassy of Japan)**.

- (2) Photocopy of passport:** to be submitted with the application form, if you possess your passport which you will carry when entering Japan for this program. If not, you are requested to submit its photocopy as soon as you obtain it.

*Photocopy should include the followings:

Name, Date of birth, Nationality, Sex, Passport number and Expire date.

- (3) Nominee's English Score Sheet:** to be submitted with the application form. If you have any official documentation of English ability. (e.g., TOEFL, TOEIC,

IELTS)

4. Procedures for Application and Selection

(1) Submission of the Application Documents:

Closing date for applications: **Please inquire to the JICA office (or the Embassy of Japan).**

After receiving applications, the JICA office (or the Embassy of Japan) will send them to **the JICA Center in JAPAN by May 11, 2018**)

(2) Selection

After receiving the documents through proper channels from your government, the JICA office (or the embassy of Japan) will conduct screenings, and then forward the documents to the JICA Center in Japan. Selection will be made by the JICA Center in consultation with concerned organizations in Japan. The applying organization with the best intention to utilize the opportunity of this program will be highly valued in the selection. Qualifications of applicants who belong to the military or other military-related organizations and/or who are enlisted in the military will be examined by the Government of Japan on a case-by-case basis, consistent with the Development Cooperation Charter of Japan, taking into consideration their duties, positions in the organization, and other relevant information in a comprehensive manner.

(3) Notice of Acceptance

Notification of results will be made by the JICA office (or the Embassy of Japan) **not later than June 4, 2018.**

5. Document to be submitted by accepted candidates:

Job Report -- to be submitted by June 22, 2018:

Before coming to Japan, only accepted candidates are requested to prepare a Job Report (detailed information is provided with Acceptance Notification). The Report should be sent to JICA by June 22, 2018, preferably by e-mail to tictip@jica.go.jp.

6. Conditions for Attendance:

- (1) to strictly adhere to the program schedule.
- (2) not to change the program topics.
- (3) not to extend the period of stay in Japan.
- (4) not to be accompanied by family members during the program.
- (5) to return to home countries at the end of the program in accordance with the travel schedule designated by JICA.
- (6) to refrain from engaging in any political activities, or any form of employment for

profit or gain.

- (7) to observe Japanese laws and ordinances. If there is any violation of said laws and ordinances, participants may be required to return part or all of the training expenditure depending on the severity of said violation.
- (8) to observe the rules and regulations of the accommodation and not to change the accommodation designated by JICA.

IV. Administrative Arrangements

1. Organizer

- (1) **Name:** JICA Tokyo International Center (JICA Tokyo, TIC)
- (2) **Contact:** Industrial Development & Public Policy division
- (3) **Email:** tictip@jica.go.jp

2. Implementing Partner

- (1) **Name:** JAPAN TRANSPORT COOPERATION ASSOCIATION (JTCA)
- (2) **URL:** <http://www.jtca.info/engl/>

3. Travel to Japan

- (1) **Air Ticket:** The cost of a round-trip ticket between an international airport designated by JICA and Japan will be borne by JICA.
- (2) **Travel Insurance:** Term of Insurance: From arrival to departure in Japan.
*the traveling time outside Japan shall not be covered.

4. Accommodation in Japan

JICA will arrange the following accommodations for the participants in Japan:

JICA Tokyo International Center (JICA TOKYO)

Address: 2-49-5 Nishihara, Shibuya-ku, Tokyo 151-0066, Japan

TEL: 81-3-3485-7051 FAX: 81-3-3485-7904

(where "81" is the country code for Japan, and "3" is the local area code)

If there is no vacancy at JICA TOKYO, JICA will arrange alternative accommodations for the participants. Please refer to facility guide of TIC at its URL, <http://www.jica.go.jp/english/contact/domestic/pdf/welcome.pdf>

5. Expenses

The following expenses will be provided for the participants by JICA:

- (1) Allowances for accommodation, meals, living expenses, outfit, and shipping
- (2) Expenses for study tours (basically in the form of train tickets.)
- (3) Free medical care for participants who become ill after arriving in Japan (costs related to pre-existing illness, pregnancy, or dental treatment are not included)

(4) Expenses for program implementation, including materials

For more details, please see "III. ALLOWANCES" of the brochure for participants titled "KENSU-IN GUIDE BOOK," which will be given before departure for Japan.

6. Pre-departure Orientation

A pre-departure orientation will be held at the respective country's JICA office (or Japanese Embassy), to provide participants with details on travel to Japan, conditions of the workshop, and other matters.

V. Other Information

1. Due to the limited availability of the personal computers in JICA, participants are advised to **bring your own personal computer** if possible, in order to prepare presentation and develop a tourism marketing and promotion plan throughout the program.
2. If you have a check on medical history of your application form, please write on detail about your condition and submit a certificate which your own doctor writes clearly you have no any obstacles to participate in.
3. Please bring at least 100 business cards since you will have many chances to meet new people in travel industry.
4. Please bring novelty goods and small souvenirs from your organizations or your countries such as guidebooks or postcards. You will have some chances to know people involved with tourism industry and your introduction can make an impression of your country with those goods.
5. Field trip is scheduled in the program. Participants are advised to bring the following things:
 - 1) Shoes for the field trip
 - 2) Raincoat/ Umbrella
 - 3) Backpack for day trip

VI. ANNEX:

Tourism Promotion and Marketing
(FY 2018)
Job Report

All the accepted candidates are requested to submit Job Report before starting the program. The detail will be provided with acceptance notification.

For Your Reference

JICA and Capacity Development

The key concept underpinning JICA operations since its establishment in 1974 has been the conviction that "capacity development" is central to the socioeconomic development of any country, regardless of the specific operational scheme one may be undertaking, i.e. expert assignments, development projects, development study projects, training programs, JOCV programs, etc.

Within this wide range of programs, Training Programs have long occupied an important place in JICA operations. Conducted in Japan, they provide partner countries with opportunities to acquire practical knowledge accumulated in Japanese society. Participants dispatched by partner countries might find useful knowledge and re-create their own knowledge for enhancement of their own capacity or that of the organization and society to which they belong.

About 460 pre-organized programs cover a wide range of professional fields, ranging from education, health, infrastructure, energy, trade and finance, to agriculture, rural development, gender mainstreaming, and environmental protection. A variety of programs are being customized to address the specific needs of different target organizations, such as policy-making organizations, service provision organizations, as well as research and academic institutions. Some programs are organized to target a certain group of countries with similar developmental challenges.

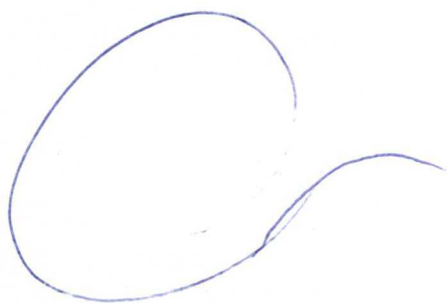
Japanese Development Experience

Japan was the first non-Western country to successfully modernize its society and industrialize its economy. At the core of this process, which started more than 140 years ago, was the "*adopt and adapt*" concept by which a wide range of appropriate skills and knowledge have been imported from developed countries; these skills and knowledge have been adapted and/or improved using local skills, knowledge and initiatives. They finally became internalized in Japanese society to suit its local needs and conditions.

From engineering technology to production management methods, most of the know-how that has enabled Japan to become what it is today has emanated from this "*adoption and adaptation*" process, which, of course, has been accompanied by countless failures and errors behind the success stories. We presume that such experiences, both successful and unsuccessful, will be useful to our partners who are trying to address the challenges currently faced by developing countries.

However, it is rather challenging to share with our partners this whole body of Japan's developmental experience. This difficulty has to do, in part, with the challenge of explaining a body of "tacit knowledge," a type of knowledge that cannot fully be expressed in words or numbers. Adding to this difficulty are the social and cultural systems of Japan that vastly differ from those of other Western industrialized countries, and hence still remain unfamiliar to many partner countries. Simply stated, coming to Japan might be one way of overcoming such a cultural gap.

JICA, therefore, would like to invite as many leaders of partner countries as possible to come and visit us, to mingle with the Japanese people, and witness the advantages as well as the disadvantages of Japanese systems, so that integration of their findings might help them reach their developmental objectives.



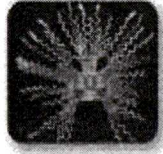
CORRESPONDENCE

For enquiries and further information, please contact the JICA office or the Embassy of Japan. Further, address correspondence to:

JICA Tokyo International Center (JICA TOKYO)

Address: 2-49-5 Nishihara, Shibuya-ku, Tokyo 151-0066, Japan

TEL: +81-3-3485-7051 FAX: +81-3-3485-7904



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Fecha: 9-7-2018

Hora: 10:6:5

Detalle de OPIS Tramitadas en el SPI-SP Usuario: PONCE SOLORZANO VERONICA YOLANDA 1220299

Num. Ced o Ruc:1721434221

Institución Publica: EMP. PUB. METROP. DE GESTION DE DESTINO TURISTICO							# Cta.: 1220299	
Fecha de Transferencia : 2018-07-06 00:00:00.0								
Nom.Ins.Financiera	# Cta Ben	Monto	# Ced.Ident.	Nom Ben	T. Cta	Fec Proc Banco	Estado	Observacion
BANCO DEL PACIFICO	1038400499	359.55	1721434221	PACHECO CUESTA MARIA BELEN	2	06-07-2018 17:13:16	ACREDITADA	COMPROBANTE DE PAGO 699
Total:		359.55	Reg.:1					

[Atrás](#)



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Fecha: 4-7-2018

Hora: 17:52:20

**OPI registradas y pendientes de autorización y
liquidación en el SPI-SP
Corte 1**Usuario: PONCE SOLORZANO VERONICA
YOLANDA 1220299

Control MD5.: 35eab484f5d9d64b1a3b3e909a6181d8

Num. Ref. BCE.:13170509

Institución Publica: EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO		# Cta.:1220299
Institucion Receptora	Opi para liquidacion	Monto
BANCO DEL PACIFICO	1	359.55
Total:	1	359.55

MUY IMPORTANTE: Imprima este reporte como constancia del REGISTRO de los archivos en el SPI_SPI. Igualmente, es necesario que el Autorizador proceda a AUTORIZAR el archivo correspondiente a través del Sistema de Pago Interbancario del Sector Público, caso contrario, esta información únicamente quedará como REGISTRADA Y NO SERA EJECUTADA EN EL SSP del BCE.

Imprimir



**EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO
TURISTICO
SISTEMA DE PAGO INTERBANCARIO**

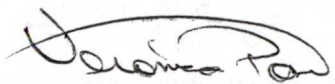
Transferencia No: 165

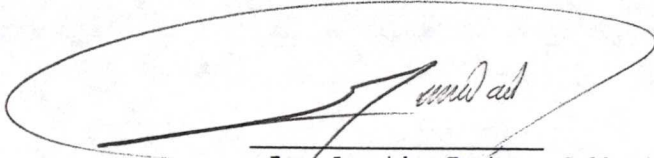
Banco: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Cuenta Corriente: 01220299

Fecha: 04 de Julio del 2018

Fecha	Comprobante	Documento Bancario	Beneficiario	Valor	Detalle
04/07/2018	CE 699	30	1038400499 PACHECO CUESTA MARIA BELEN	359.55	PACHECO CUESTA MARIA BELEN.- ANTICIPO DE VIATICOS Y SUBSISTENCIA PARA UN DELEGADO COMO REPRESENTANTE DE QUITO AL PROGRAMA DE CO-CREACION DE CONOCIMIENTOS "TURISMO PROMOCION ADN MARKETING" EN TOKIO-JAPON DEL 10 AL 11 DE AGOSTO DE 2018 MEMORANDO N° EPMGDT-DM-2018-136 SOLICITA CARLA CARDENAS
			Total Cheques=>	0.00	
			Total Notas Débito=>	359.55	
			Total Transferencia=>	359.55	
			SON: TRESCIENTOS CINCUENTA Y NUEVE Dolares	55/100 Cts	


Verónica Ponce Solorzano
Tesorera


Ing. Leonidas Espinosa Gallardo
Gerente Financiero Adm