

INFORME ACTIVIDADES MENSUALES ORGÁNICO FUNCIONAL Y OTRAS

MES: DICIEMBRE

1. Antecedentes

Según consta en el Orgánico Funcional de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, aprobado en Acta de Sesión extraordinaria de 04 de abril de 2016, se determina las atribuciones, competencias, funciones y productos a cumplir para la consecución de la misión institucional, siendo la misión y atribuciones para la Dirección de Mercadeo las siguientes:

Misión

Gestionar el posicionamiento y la promoción del Destino Quito a nivel local, nacional e internacional.

Atribuciones y Competencias

Promocionar al Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional.

Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística.

Presentar servicios públicos relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de las actividades turísticas.

2. Principales Actividades

Indicadores de Gestión

2.1. Número de Viajes de prensa y familiarización

Durante el mes de diciembre se cumplió con 1 viaje de familiarización con los tour operadores Palace Tours, Panorama Travel y Borello Travel & Tour de Norteamérica.

Todos estos viajes se realizaron con la finalidad de que recorran la capital y puedan vivir las experiencias que ofrece el DMQ.

2.2. Número de informes técnicos de media value generados

En el mes de diciembre se realizó un informe de media value con el monitoreo de las publicaciones realizadas en los mercados internacionales, en los mismos que se ha promocionado la oferta turística de la ciudad.

2.3. Número de campañas promocionales del destino realizadas

2.3.1. Campaña de Promoción Turística de Destino en Alianza Cooperada con Aerolínea Aeroregional:

- **Objetivo:** promover nacional e internacionalmente a la ciudad de Quito como destino turístico a través de espacios promocionales de la aerolínea.
- **Estrategia:**
 - Publicidad fija en mesas ASIENTO CENTRAL
 - DESTINOS NACIONALES E INTERNACIONALES.
 - 3 MESES DE CAMPAÑA (octubre, noviembre y diciembre/2024)

2.3.2. Campaña F. Sal Quiteña.

La campaña “ F. Sal Quiteña” consistió en una estrategia gastronómica de Quito que busca rescatar, difundir y promocionar la identidad cultural alimentaria del Distrito Metropolitano,

para posicionar a la Capital del Centro del Mundo como destino de turismo gastronómico. Mediante la promoción en medios digitales queremos invitar a los residentes de Quito y sus alrededores para que asistan al evento Sal Quiteña

2.3.3. Campaña Always On Diciembre:

La campaña Always On tuvo como objetivo principal posicionar a Quito como la ciudad ideal para la realización de todo tipo de eventos. Para incentivar a residentes y turistas a explorar los diversos atractivos y servicios que ofrece Quito, se diseñó un plan de medios integral enfocado en Visit Quito, Tienda Quito, MICE y en promover las descargas de la aplicación Visit Quito. Los objetivos específicos de la campaña incluyeron: informar a los habitantes sobre los múltiples sitios turísticos de la ciudad, destacar las opciones disponibles para eventos MICE, fomentar las descargas de la app Visit Quito y aumentar la interacción con los contenidos de Tienda Quito.

2.3.4. Campaña Choco Andino Internacional.

La campaña Choco Andino Internacional tuvo como objetivo incentivar a que los turistas de Houston, Miami y Nueva York visiten Quito, promocionamos los contenidos del Chocó Andino. Esto ayuda a mostrar que Quito no es solo el Centro Histórico sino que también tiene mucha belleza natural.

2.3.5. Campaña Tienda Quito.

La campaña Tienda Quito consistió en facilitar contenido turístico, que tiene como uno de sus principales objetivos, brindar productos y servicios que representen o tengan relación con el patrimonio tangible e intangible de la ciudad y del país. Mediante la promoción en medios digitales queremos mostrar los productos que vende Tienda Quito, difundir su ubicación y el apoyo a los artesanos ecuatorianos.

2.4. Promoción de Rutas Turísticas:

No se realizaron rutas durante el mes de diciembre

2.5. Número de eventos y/o activaciones de promoción turística

2.5.1. USTOA 2024

USTOA es una asociación profesional fundada en 1972 que representa a la industria de tour operadores de Estados Unidos. USTOA nació bajo una necesidad de representar los intereses del público viajero y de los mayoristas norteamericanos. Se compone de tour operadores y mayoristas líderes con sede en los Estados Unidos que ofrecen programas de viajes a través el mundo. Las empresas asociadas de USTOA son responsables de la mayoría de los tours y paquetes vacacionales vendidos por las agencias de viajes en los EE.UU.

USTOA, cada año realiza eventos que impulsan las relaciones comerciales entre miembros, productos turísticos y destino, uno de los eventos de mayor importancia que es su conferencia anual que en el presente año se realizó en Marco Island, Estados Unidos, del 9 de diciembre al 13 de diciembre de 2024, más días de viaje.

DETALLES DEL EVENTO

Fecha: 9 al 14 de diciembre/2024
Lugar: J.W. Marriott Marco Island
Horarios: 9h00 – 00h00

2.5.2. EVENTO TURÍSTICO PRESENTACION DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL 2025.

Fue un evento clave que reunió a los principales actores de la industria turística de Quito. Este encuentro buscó ser un espacio de diálogo y colaboración, donde se presentaron las nuevas estrategias y actividades planificadas para el próximo año. El evento se enfocó en la innovación y el desarrollo sostenible del turismo en la ciudad, promoviendo iniciativas que mejoren la experiencia de los visitantes y fortalezcan la imagen de Quito como un destino turístico de primer nivel.

DETALLES DEL EVENTO

Fecha: Miércoles 18 de diciembre/2024
Lugar: Hotel Go Quito
Horarios: 8h00 – 12h00

2.6. Número de rutas turísticas inteligentes

No se generó ninguna ruta turística durante el mes de diciembre.

2.7. Número de informes de actualización de herramientas digitales

Se ha levantado 1 informe respectivo correspondiente al mes de diciembre, en donde se muestran las actividades realizadas que aportan a la actualización de las herramientas digitales:

2.7.1. Optimización y Mantenimiento de la App:

- Ingreso y gestión de eventos de instituciones culturales y recreativas, tales como Casa de la Música, Teatro Variedades, Teatro Sucre, Teatro México, Museo Interactivo de Ciencia y Museo del Agua.
- Revisión y validación de bases de datos, asegurando la correcta relación entre tablas y la eliminación de registros duplicados.
- Validación de la aplicación móvil en plataformas Android e iOS, verificando la implementación de cambios en promociones, notificaciones, horarios, atractivos, opciones "Vuelta al Centro" y "Experiencias".
- Participación en reuniones de trabajo para la revisión de cotizaciones y la evaluación de la implementación del cambio de idioma al inglés en la aplicación móvil VisitQuito.
- Carga de horarios de atención de los atractivos turísticos correspondientes a la Ruta Escondida y el Chocó Andino.
- Carga de imágenes del Chocó Andino proporcionadas por la agencia Tradicional.
- Reuniones de trabajo para revisar el manejo de usuarios, la asignación de perfiles y la configuración de catálogos para atractivos y experiencias.
- Revisión de código fuente en GitHub, analizando los commits realizados para asegurar la correcta implementación de cambios.
- Elaboración de informes técnicos correspondientes al mes de diciembre.
- Validación de Mejoras en la Aplicación Móvil: Se llevaron a cabo pruebas de las mejoras implementadas en la aplicación móvil, proporcionando feedback sobre los cambios necesarios.
- Generación de Archivos Excel: Se generó un archivo Excel para crear inserts de los establecimientos que cuentan con el distintivo Q en La Ruta Escondida.
- Pruebas en campo del uso de notificaciones en aplicación móvil, tales como: aproximación, permanencia, publicidad y promociones.

2.7.2. Desarrollo y Optimización de Bases de Datos:

Se realizó la validación de data guarda en las tablas spots, rutas, cercas para mitigar registros inconsistentes y favorecer la integridad y precisión de sus datos. Para posteriormente optimizar el rendimiento y asegurando la fiabilidad del sistema en operación.

2.7.3. Mantenimiento y Optimización de Sitios Web:

- Publicación de banner para el festival gastronómico de Sal Quiteña.
- Revisión y pruebas de relacionamiento de tablas en la base de datos de producción del aplicativo móvil visit quito.
- Generación de contenido (Imágenes y descripción) para atractivos turísticos necesarios para el desarrollo del mapa 3D.
- Definición de requerimientos y desarrollo de un mapa en 3D para la visualización de atractivos turísticos en la web Visit Quito.
- Revisión, depuración y sistematización de información de establecimientos gastronómicos para la construcción de una Landing Gastronómica en la web visit quito.
- Desarrollo de una Landing Gastronómica en la web Visit Quito.
- Actualización de plugins, versión de wordpress y temas de la web Visit Quito.
- Mantenimiento y actualización de plantillas, maquetador y plugin de los sitios web (Visit Quito, Tienda Quito, MICE).
- Elaboración de informes para la ejecución del proceso de pago de diciembre y cierre del contrato “SERVICIO DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCION Y POSICIONAMIENTO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”
 - Informe de satisfacción de noviembre de 2024
 - Acta entrega recepción del contrato EPMGDT-2024-09.
 - Informe de finalización del 2024
 - Acta entrega recepción final EPMGDT-2024-09.
- **Planificación y Coordinación:**
Coordinación con el equipo de desarrollo y diseño de la agencia Walker Brand para definir fechas y establecer prioridades en la entrega de productos del mes de diciembre

3. Logros/Resultados a la fecha

3.1. Número de Viajes de prensa y familiarización

El objetivo principal del viaje de familiarización fue que los tour operadores de Norteamérica conozcan la oferta turística del DMQ y de esta manera incluyan más días y actividades en sus paquetes e inspirar a sus clientes a venir al destino.

3.2. Número de campañas promocionales del destino realizadas

3.2.1. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE DESTINO EN ALIANZA COOPERADA CON AEROLÍNEA AEROREGIONAL

PRIMER MES – DICIEMBRE

- Publicidad fija en mesas, asiento central.

- **10 destinos** nacionales e internacionales: Quito, Guayaquil, Loja, Santa Rosa, Esmeraldas, El Coca, Cali, Panamá, Caracas.
- **187.200** pasajeros transportados en diciembre
- **1.730** vuelos operados en diciembre

3.2.2. CAMPAÑA SAL QUITENA

Instagram:

Alcance: 387331

Interacciones: 5070

Facebook:

Alcance: 762172

Interacciones: 2689

Total:

Alcance: 1149503

Interacciones: 7759

3.2.3. CAMPAÑA ALWAYS ON DICIEMBRE

Instagram:

Alcance: 137820

Interacciones: 2158

Facebook:

Alcance: 98948

Interacciones: 290

Total:

Alcance: 236768

Interacciones: 2448

3.2.4. CAMPAÑA CHOCÓ ANDINO

Instagram:

Alcance: 10146

Interacciones: 353

Facebook:

Alcance: 50964

Interacciones: 151

Total:

Alcance: 61110

Interacciones: 504

3.2.5. CAMPAÑA TIENDA QUITO

Instagram:

Alcance: 31795

Interacciones: 151

Facebook:

Alcance: 39747

Interacciones: 1487

Total:

Alcance: 71269

Interacciones: 1638

3.3. Número de eventos y/o activaciones de promoción turística

3.3.1. USTOA 2024

- Se abrieron posibilidades de realizar campañas cooperadas con Aerolíneas y Tour operadoras de Norteamérica.
- Se mantuvieron reuniones con empresas como EF y GOWAY las cuales están muy interesadas en promocionar en sus paquetes turísticos a Quito como destino, se abrió la posibilidad de realizar campañas cooperadas, fam trips y la participación de Quito en productos desarrollados por estas empresas.
- Se mantuvo alrededor de 20 reuniones con operadores y medios de comunicación especializados a quienes se les mostró la oferta turística de turismo que tiene el Distrito Metropolitano de Quito, muchas de ellas mostraron su interés en los productos de aventura que se están desarrollando en el chocó andino.

3.3.2. EVENTO TURÍSTICO PRESENTACION DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL 2025

El evento turístico fue organizado por Quito Turismo como parte de su plan de acción para la presentación de la estrategia de desarrollo y promoción turística del destino para el mercado local, nacional e internacional.

- 105 asistentes al evento representantes de la industria turística.
- 11 mesas de trabajo estratégico.

3.4. Número de informes técnicos de media value generados

En el mes de diciembre se alcanzó un media value internacional de: \$987.921 con un alcance de 122.296.423 a través de 32 publicaciones.

3.5. Número de rutas turísticas inteligentes

Durante el mes de diciembre no se generó ninguna ruta turística.

3.6. Número de informes de actualización de herramientas digitales

Pago de productos de diciembre 2024 del contrato "SERVICIO DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO". Se ha completado el pago correspondiente a los servicios de marketing digital ejecutados, asegurando la continuidad de las actividades promocionales del destino.

Disponibilidad de la agenda de eventos: La agenda de eventos se encuentra actualizada en la página web visitquito.ec y en la aplicación móvil VisitQuito, permitiendo la incorporación ágil y eficiente de nuevos eventos. Esta mejora optimiza la experiencia de los usuarios, asegurando que la información esté siempre al día. Durante el mes de diciembre, se añadieron 15 eventos a la plataforma, ampliando su alcance y fomentando la participación ciudadana.

Publicación de nuevas rutas: Durante el mes de diciembre no se generó ninguna ruta turística.

Incremento en el posicionamiento de la web visitquito.ec: Mediante la publicación constante la promoción de información notable de eventos dentro de la ciudad de Quito, se logró un avance notable en la visibilidad de la web visitquito.ec, posicionándola como un recurso clave para los visitantes que buscan información sobre Quito.

Mejoramiento del aplicativo móvil: Se ha avanzado en la optimización de la captura de información de las geocercas, rutas, promociones y notificaciones push, alineándola con el posicionamiento de los establecimientos de todas sus centralidades.

Número de visitas aplicación Visit Quito.

Número de Descargar 6840 mil usuarios

Tráfico hacia la web visitquito.ec

Datos de diciembre:

- Páginas vistas: 13.350 (-32,01%)
- Visitas: 7.832 (-24,99%)
- Visitantes: 7.591 (-24,66%)
- Publicaciones: No especificado en el informe.
- Visitas diarias de la página: 534 ($13.350 \div 25$ días).
- Visitas diarias: 313.
- Visitantes diarios: 304.
- Páginas vistas por visitante: 2.

Número de visitas aplicación MICE.

Tráfico hacia la web mice.ec

Datos de diciembre:

- Páginas vistas: 2.581 (-23,23%)
- Visitas: 1.346 (-23,22%)
- Visitantes: 1.290 (-24,03%)
- Visitas diarias de la página: 103.
- Visitas diarias: 54.
- Visitantes diarios: 52.
- Páginas vistas por visitante: 2

En diciembre, los sitios web Visit Quito y MICE alcanzó 13,350 páginas vistas, 7,832 visitas y 7,591 visitantes únicos, con una media de 534 visitas diarias y 2 páginas vistas por visitante. Sin embargo, estas cifras mostraron una disminución del 24% al 32% en comparación con períodos anteriores, reflejando una baja en el tráfico general.

Por otro lado, la aplicación y el sitio web de MICE también experimentaron una caída en su desempeño. El tráfico hacia la web mice.ec reportó 2,581 páginas vistas, 1,346 visitas y 1,290 visitantes únicos, con promedios diarios de 103 páginas vistas, 54 visitas y 52 visitantes. Al igual que Visit Quito, se observó una disminución de entre el 23% y el 24% en sus métricas clave. Estos datos destacan la necesidad de estrategias para incrementar la interacción y el alcance en ambas plataformas.

4. Impacto en la ciudadanía

Las acciones realizadas durante el mes de diciembre, aportan significativamente en la promoción del destino y sobre todo en la generación de conocimiento a la ciudadanía de los atractivos y herramientas con las que se cuenta en la ciudad.

Las acciones internacionales realizadas durante el mes de diciembre, aportan significativamente en la promoción del destino y sobre todo en la generación de conocimiento al turista internacional de la oferta con la que cuenta el DMQ y de esta manera motivarlos a visitar el destino en el corto y mediano plazo lo que favorecerá a toda la cadena de valor que se encuentra alrededor de la actividad turística de la capital. El hecho de participar en eventos internacionales, salir en publicaciones en medios de comunicación especializados y toda la exposición que el destino ha tenido a nivel nacional e internacional, posiciona a Quito en un sitio importante.

Las campañas F. "Sal Quiteña", "Always On" y "Tienda Quito" han tenido un impacto significativo en la ciudadanía global, posicionando a Quito como un destino turístico y cultural de primer nivel.

El Festival Gastronómico Sal Quiteña, celebrado del 5 al 8 de diciembre en el Parque Bicentenario, atrajo a cerca de 300,000 asistentes, quienes disfrutaron de la riqueza culinaria nacional e internacional, fortaleciendo la oferta de turismo gastronómico de la ciudad. La estrategia "Always On" ha permitido mantener una comunicación constante con la audiencia, incrementando la interacción y fidelización de los visitantes, y asegurando que Quito permanezca en el "top of mind" de los potenciales turistas. Por su parte, "Tienda Quito" ha promovido productos locales, impulsando la economía y destacando la artesanía y cultura de la región. Estas iniciativas conjuntas han reforzado la imagen de Quito a nivel internacional, atrayendo a visitantes de diversas partes del mundo y contribuyendo al desarrollo económico y cultural de la ciudad.

El aplicativo móvil ha tenido un impacto positivo en la ciudadanía, ya que, gracias a su amplio contenido, ha logrado maximizar el número de descargas. La información detallada sobre establecimientos de interés y el uso de geocercas han despertado el interés de los visitantes, lo que ha contribuido a una mayor interacción con la plataforma.

Presentar la estrategia de promoción turística a la industria tiene varios beneficios clave que pueden fortalecer los resultados y generar apoyo en el sector como:

- ✓ Alineación de Objetivos
- ✓ Creación de Alianzas estratégicas
- ✓ Generación de Confianza y Transparencia
- ✓ Obtención de Feedback Valioso
- ✓ Impulso a la Participación Activa
- ✓ Maximización del Impacto Promocional
- ✓ Fomento de la Competitividad del Destino

Que la industria turística conozca el plan de acción de la EMPGDT no solo refuerza la colaboración y la alineación de esfuerzos, sino que también ayuda a crear un frente unido para promocionar Quito de manera efectiva y sostenible en el mercado global.

5. Conclusiones y recomendaciones

- La participación en eventos internacionales, la promoción nacional y todas las acciones que se realizan constantemente aportan en el posicionamiento de la ciudad como destino turístico.
- La estrategia de desarrollo y promoción turística de Quito para el 2025 bien comunicada posiciona al destino como un lugar cohesionado, competitivo y preparado para atender a diversos tipos de

turistas; aumenta la posibilidad de que las experiencias y servicios locales estén alineados con las expectativas de los visitantes y fundamentalmente involucra a los actores más importantes dentro del desarrollo y ejecución de la estrategia lo que abre grandes oportunidades para el apoyo, la implementación y el fortalecimiento de las acciones planteadas.

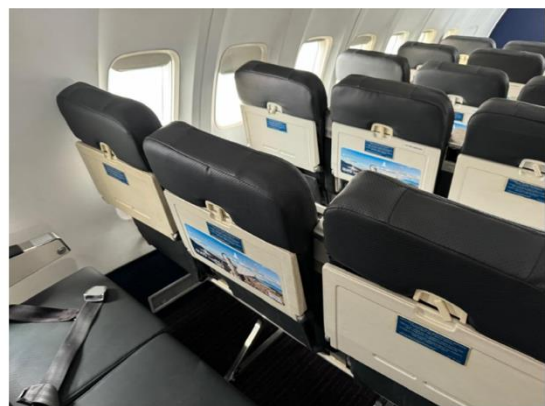
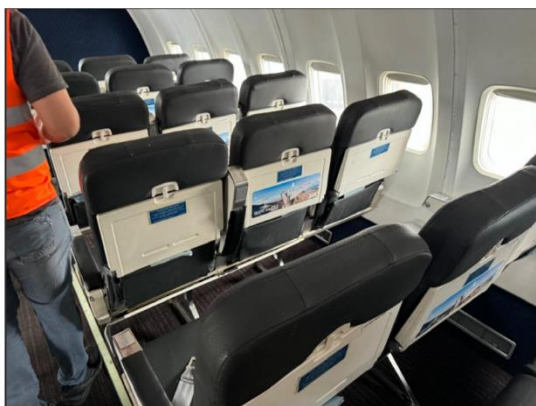
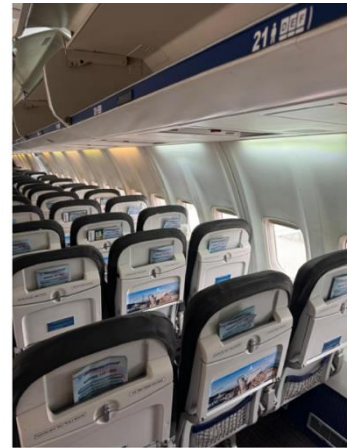
- La continua actualización y optimización de la plataforma es fundamental para garantizar el correcto funcionamiento del ecosistema digital de la ciudad. Esta herramienta facilita a la ciudadanía y a los turistas, tanto nacionales como internacionales, el acceso a información clave sobre el destino, contribuyendo de manera directa al incremento del interés y la llegada de visitantes a Quito.
- Las acciones implementadas durante diciembre han fortalecido la promoción de Quito como un destacado destino turístico, incrementando su visibilidad tanto a nivel nacional como internacional. La incorporación de herramientas digitales innovadoras, como geocercas, promociones y mapas de calor, ha optimizado la experiencia del usuario y contribuido significativamente a la dinamización del turismo en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Las campañas "Sal Quiteña", "Always On" y "Tienda Quito" han sido clave para posicionar a Quito como un destino turístico integral, destacando su riqueza gastronómica, cultural y artesanal. Estas iniciativas han logrado captar la atención tanto del público local como internacional, fortaleciendo la interacción en plataformas digitales, atrayendo visitantes y promoviendo el consumo de productos locales. En conjunto, estas estrategias han potenciado la identidad de la ciudad y han contribuido al desarrollo económico y social de sus habitantes.
- Para maximizar el impacto de estas campañas, se recomienda intensificar la estrategia de promoción internacional, enfocándose en mercados específicos con alto potencial turístico. Además, integrar herramientas analíticas más avanzadas para medir el alcance y la interacción en tiempo real permitirá optimizar los recursos y ajustar las estrategias según los intereses del público. Finalmente, continuar fortaleciendo alianzas con influencers, empresarios y comunidades locales asegurará una promoción sostenible y auténtica que resalte las mejores facetas de Quito como ciudad icónica.

Anexos
Verificables

FAM TRIP TOUR OPERADORES PALACE TOURS, PANORAMA TRAVEL Y BORELLO TRAVEL & TOUR DE NORTEAMÉRICA.



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE DESTINO EN ALIANZA COOPERADA CON AEROLÍNEA AEROREGIONAL



Campaña F. "Sal Quiteña"



visit_quito



Campaña Tienda Quito



visit_quito



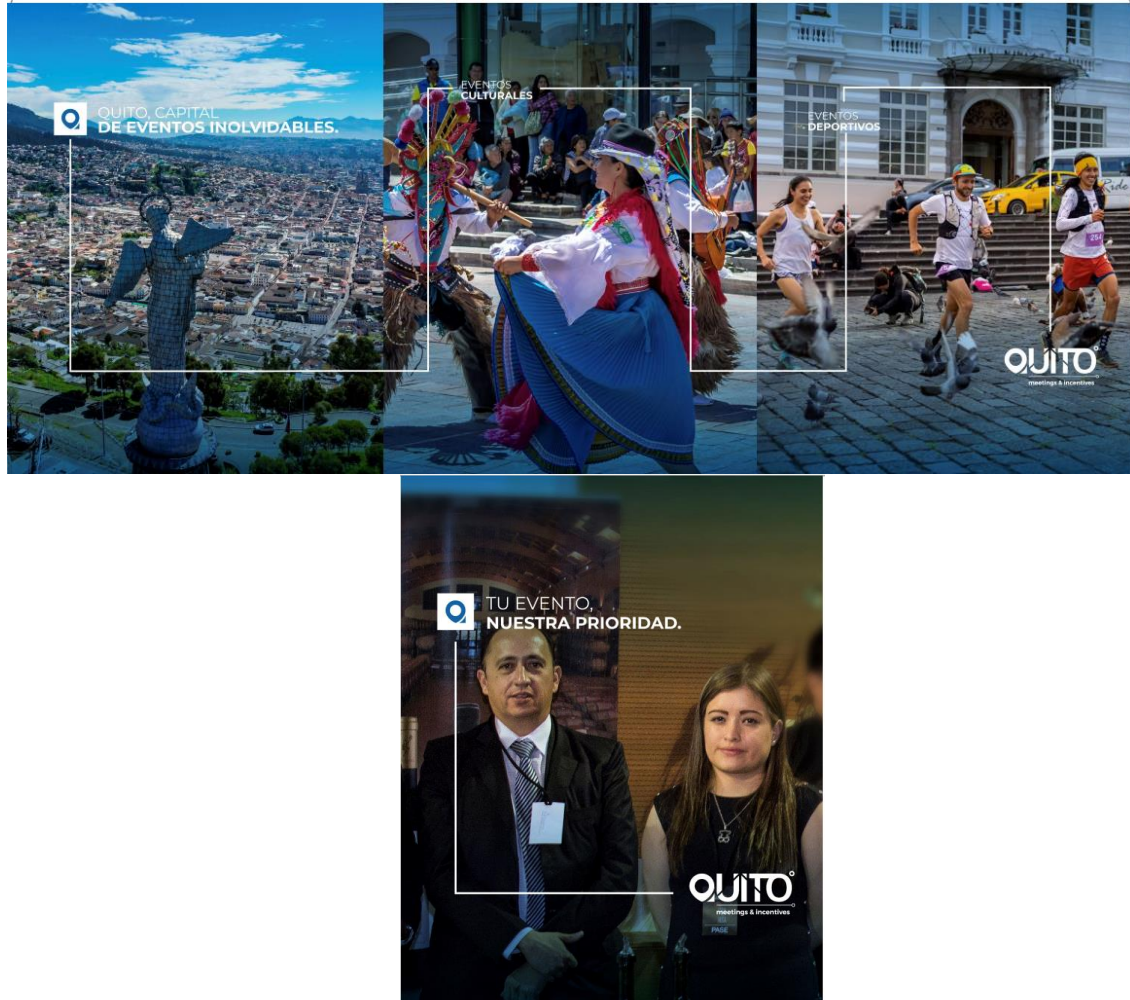
Campaña Chocó Andino



visit_quito



Campaña Always On



FOTOS USTOA



EVENTO TURÍSTICO PRESENTACION DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL 2025

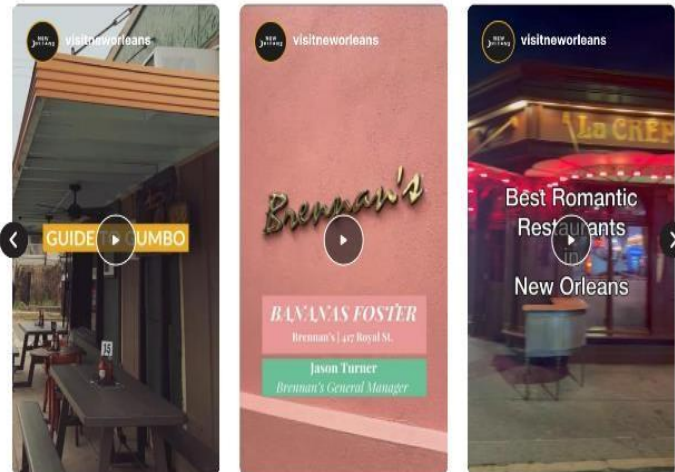


Levantamiento de requerimientos Landing Page

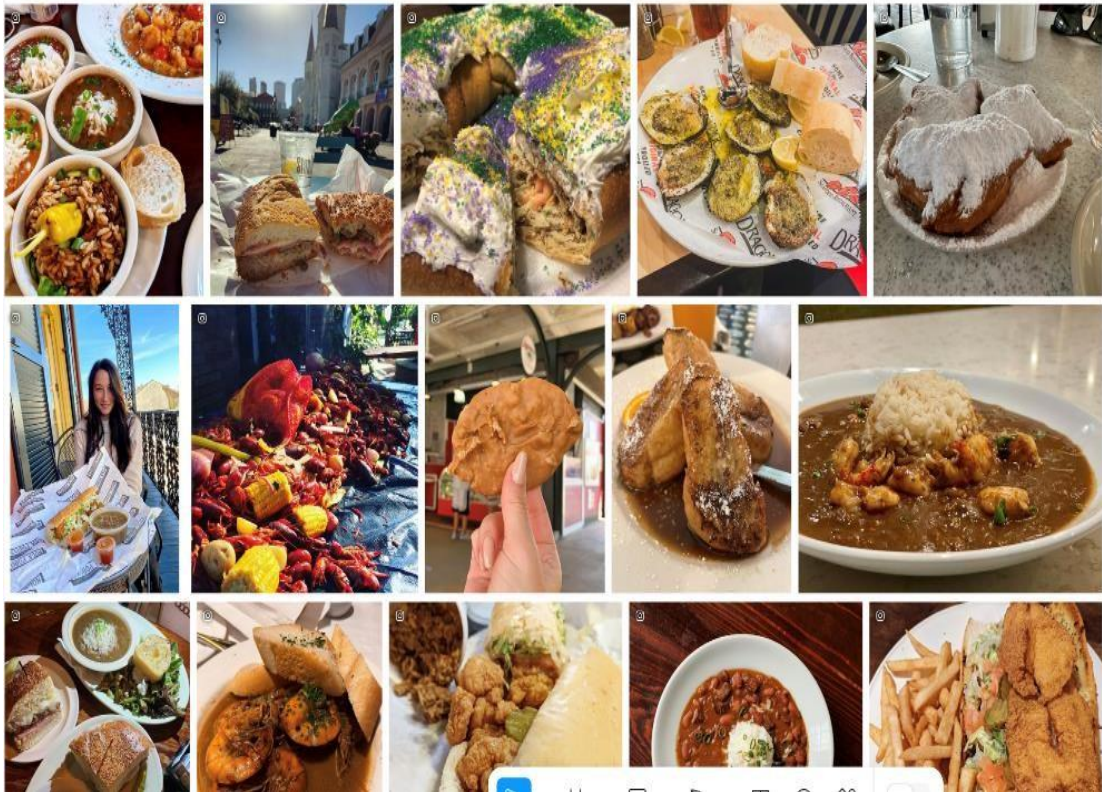
Visualización de Landing Page

16

Las recomendaciones de la gente



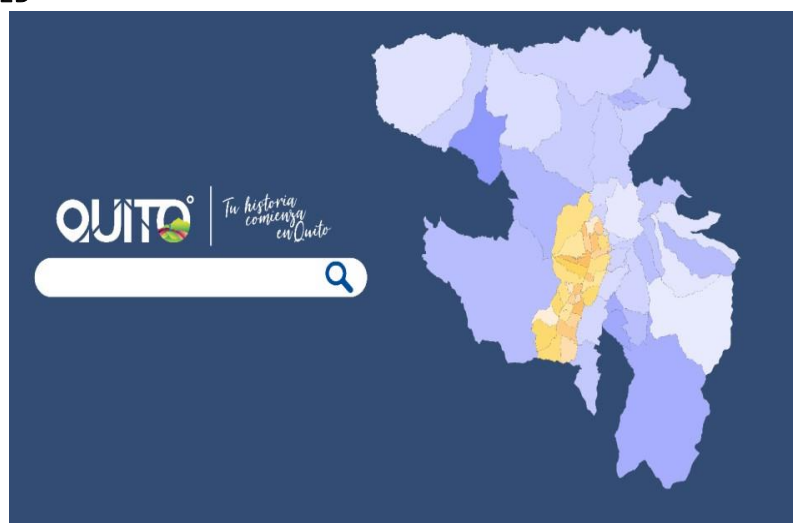
Comparte y se parte de nuestra comunidad



Páginas – Landing Page

 Migdonios migdonios es un restaurante en el centro histórico que fusiona la comida típica ecuatoriana con la alta... Reserva	 El Pernil descubre el sabor auténtico del pasado en nuestro restaurante de pernil colonial, ubicado en el corazón... Reserva	 Paccari paccari es la marca que posicionó al chocolate ecuatoriano entre los mejores del mundo, confirmando... Reserva
 El Cafe Del Flaile disfrute de la gastronomía nacional ecuatoriana con esta exquisita receta de toda la vida y deleítense con... Reserva	 El Museo Del Pernil los mejores en sandwiches, carnes tradicionales hechas con las manos de un artesano, preparado por muchos... Reserva	 Don Choco sabemos que mueres de ganas! encuéntrenos en el centro histórico, calle sucre, media cuadra hacia abajo... Reserva
 Migdonios migdonios es un restaurante en el centro histórico que fusiona la comida típica ecuatoriana con la alta... Reserva	 El Pernil descubre el sabor auténtico del pasado en nuestro restaurante de pernil colonial, ubicado en el corazón... Reserva	 Paccari paccari es la marca que posicionó al chocolate ecuatoriano entre los mejores del mundo, confirmando... Reserva
 El Cafe Del Flaile disfrute de la gastronomía nacional ecuatoriana con esta exquisita receta de toda la vida y deleítense con... Reserva	 El Museo Del Pernil los mejores en sandwiches, carnes tradicionales hechas con las manos de un artesano, preparado por muchos... Reserva	 Don Choco sabemos que mueres de ganas! encuéntrenos en el centro histórico, calle sucre, media cuadra hacia abajo... Reserva

Mapa interactivo 2D





Banner para el festival gastronómico “Sal Quiteña”

APLICACIÓN MÓVIL:

Configuración de catálogo de experiencias, atractivos, de vuelta al centro y establecimientos.

Inicio

Administración

Configuración

Catálogos

Datos del Correo

Países

Roles

Usuarios

Reportaría

Perfil

Salir

Versión: 1.1.0

visit quito app

Administrador Quito Turismo

Catálogo

SUBIR NUEVO

ADMINISTRAR

Nombre

Todos

Cod	Nombre	Descripción	Estado	Spot Asociados	Acción
EXPRUR	Experiencias Rura...		✓	14	⋮ 👁 ✎
EXPURB	Experiencias Urba...		✓	12	⋮ 👁 ✎
CATCBCE	De vuelta al Centro		✓	9	⋮ 👁 ✎
LODGE	LODGE	Un alojamiento tu...	✗	0	⋮ 👁 ✎
NOAPLI	No aplica	No aplica	✗	0	⋮ 👁 ✎
Urbano	Urbano	Urbano categoría...	✓	0	⋮ 👁 ✎
Choco	Choco Andino	Choco Andico cat...	✗	0	⋮ 👁 ✎
Huecas	Huecas Patrimoni...	Huecas categoría...	✓	0	⋮ 👁 ✎
Rural	Rural	Rural categorías ...	✗	0	⋮ 👁 ✎
VIDANOC	Vida Nocturna	Vida Nocturna ca...	✓	0	⋮ 👁 ✎

Creación y configuración de Roles

Inicio

Administración

Configuración

Catálogos

Datos del Correo

Países

Roles

Usuarios

Reportaría

Perfil

Salir

Versión: 1.1.0

visit quito app

Administrador Quito Turismo

Roles

SUBIR NUEVO

ADMINISTRAR

Nombre

Nuevo rol 2

Estado

Administración

- Afiliados

Crear afiliados

Actualizar afiliados

Ver afiliados

Eliminar afiliados

Listar afiliados

- Eventos

Crear eventos

Actualizar eventos

Listar eventos

- Establecimientos

Crear establecimientos

Actualizar establecimientos

Eliminar establecimientos

Listar establecimientos

Promocionar establecimientos

- Eventos Propios

Crear eventos propios

Actualizar eventos propios

Listar eventos propios

Creación y aprobación de eventos

Eventos						SUBIR NUEVO	ADMINISTRAR
						Nombre evento	Activo ▾
Nombre	Descripción	Dirección	precio	Estado	Acción		
Eventos propio 1	Esto es un evento ...	El bicentenario 2	\$ 7.00	✗			
EVENTO 1	Esto es un evento ...	El Bicentenario	\$ 4.00	✗			
YAKU PARQUE MUS...	En el marco del Dí...	Yaku Parque Mus...	\$ 4.00	✓			
YAKU PARQUE MUS...	¿Sabía que existe ...	Yaku Parque Mus...	\$ 4.00	✓			
MUSEO DEL CARM...	¡Sumérjase en un ...	Museo del Carme...	\$ 0.00	✓			
CENTRO DE ARTE ...	Un nuevo círculo ...	Centro de Arte Co...	\$ 0.00	✓			
MUSEO INTERACTI...	Sumérjase en un...	MIC	\$ 0.00	✓			
MUSEO DEL CARM...	Forme parte de u...	Museo del Carme...	\$ 10.00	✓			
MUSEO DE LA CIUD...	¿Somos seres de l...	Museo de la Ciud...	\$ 0.00	✓			
MUSEO DE LA CIUD...	¡Usted puede ser ...	Museo de la Ciud...	\$ 4.00	✓			

Carga de Agenda

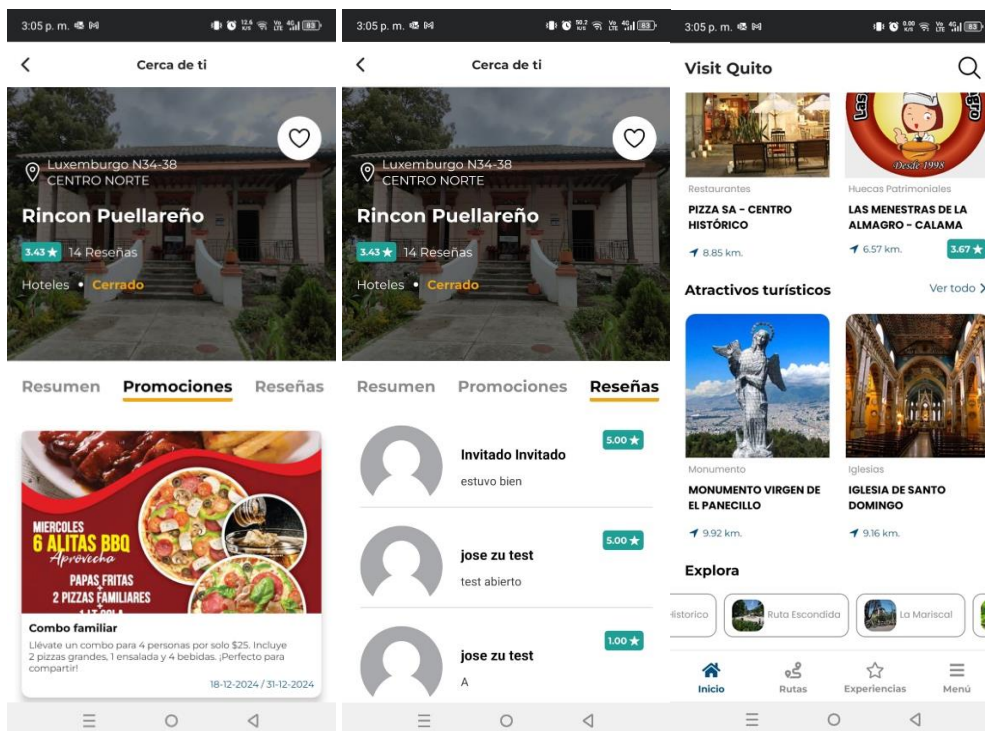
La carga 15 eventos de instituciones como museo de la ciudad, museo del agua, teatro sucre, teatro variedades y teatro México.



Depuración BDD VisitQuito

Ingrese parte del nombre de un objeto a	
> marcadores	48K
> menu	128K
> migrations	16K
> modules	16K
> modulo	32K
> organizadores	16K
> pais	16K
> permisos	368K
> permissions	48K
> producto_ofertado_lugar	
> promotions	48K
> publicidad	32K
> resources	32K
> rol	16K
> roles_permissions	112K
> routes	160K
> routes_activities	48K
> routes_services	48K
> services	48K
> servicios_establecimientos	
> spot_files	160K
> spot_hours	208K
> spot_ratings	48K
> spots	736K
> spots_catalogs	304K
> terminos	16K
> tracking_journey	240K
> ubicacion	16K
> ubicacion_detalle	32K
> user_settings	32K
> usuario	2,8M
> visits_journey	48K
> Views	

Disponibilidad App Móvil / descargas en tiendas.



MEDIA VALUE INTERNACIONAL

Nro	Medio	Fecha	Título	Alcance	Media Value	Media Value (USD)	País	Tipo de Medio	Link
1	mistertravel.news	23/11/2024	Et si vous osiez Quito?	15.151	€ 1.113	1.191 USD	Francia	Medios digitales	https://mistertravel.news/2024/11/18/et-si-vous-osiez-quito/
2	Domusweb.it	25/11/2024	Un percorso arancione dipinge il centro storico di Quito, in Ecuador	211.000	€ 3.190	3.413 USD	Italia	Medios digitales	https://www.domusweb.it/it/citta-sostenibili/gallery/2024/11/04/quito-percorso-arancione-land-art-centro-storico-felipe-escudero.html?_gl=1*os6zar*_up*MQ..*_ga*MjEzMTY0MTcuMTczNDQyODI3MA..*_ga_1B6D1YS5ZT*MTczNDQyODI2OS4xLjEuMTczNDQyODI3Ni4wLjAuMTEwOTY5NiY3NQ..
3	El Universo	25/11/2024	Quitofest 2024: todo lo que debes saber del festival de música en Quito Música Entretenimiento El Universo	5.562.997	€ 16.898	18.081 USD	España	Medios digitales	https://www.eluniverso.com/entretenimiento/musica/quitofest-2024-todo-lo-que-debes-saber-del-festival-de-musica-en-quito-nota/
4	breakingtravelnews.com	28/11/2024	Quito breaks Guinness World Record: 6,775 people drawing the capital city	435.700	€ 5.233	5.599 USD	Reino Unido	Medios digitales	https://www.breakingtravelnews.com/news/article/quito-breaks-guinness-world-record-6775-people-drawing-the-capital-city/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter
5	Caribbean News Digital	28/11/2024	Quito impulsa su transformación turística con un enfoque sostenible y tecnológico	18.564	€ 2.417	2.586 USD	España	Medios digitales	https://www.caribbeannewsdigital.com/es/eventos/quito-impulsa-su-transformacion-turistica-con-un-enfoque-sostenible-y-tecnologico

6	Meteogiornale.it	28/11/2024	Viaje de bajo costo: descubre Quito, la capital de Ecuador, patrimonio mundial de la UNESCO	30.888	€ 2.111	2.259 USD	Italia	Medios digitales	-
7	www.cronacheturistiche.it	28/11/2024	Quito batte un Guinness dei Primati: 6.775 persone disegnano la capitale dell'Ecuador	18.854	€ 1.244	1.331 USD	Italia	Medios digitales	https://www.cronacheturistiche.it/2024/11/27/quito-batte-un-guinness-dei-primati-6-775-persone-disegnano-la-capitale-dellecuador/
8	www.ttgitalia.com	29/11/2024	Ecuador, in arrivo nuovi investimenti alberghieri	60.988	€ 4.741	5.073 USD	Italia	Medios digitales	https://www.ttgitalia.com/notizie-estere/ecuador-in-arrivo-nuovi-investimenti-alberghieri-DD22121112
9	www.loveexploring.com	29/11/2024	Winter getaways within easy reach of the USA	87.985	€ 4.260	4.558 USD	Reino Unido	Medios digitales	https://www.loveexploring.com/gallerylist/166578/winter-getaways-within-easy-reach-of-the-usa
10	www.tribune.com	29/11/2024	Cosa è quella strada arancione che vivacizza il centro storico di Quito?	764.046	€ 7.525	8.052 USD	Italia	Medios digitales	https://www.tribune.com/arti-visive/street-urban-art/2024/11/quito-croma-video/
11	es.investing.com	1/12/2024	El Metro de Quito cumple un año de operación con un récord de 222.000 viajeros	1.620.898	€ 12.009	12.850 USD	España	Medios digitales	https://es.investing.com/news/stock-market-news/el-metro-de-quito-cumple-un-ano-de-operacion-con-un-record-de-222000-viajeros-2932825
12	expreso.info	1/12/2024	Quito se posiciona como destino turístico inteligente	35.416	€ 2.541	2.719 USD	España	Medios digitales	https://www.expreso.info/index.php/noticias/internacional/103855-quito-se-posiciona-como-destino-turistico-inteligente

13	revistagotravel.com	2/12/2024	QUITO BATE UN RÉCORD GUINNESS: 6.775 PERSONAS DIBUJANDO EL PAISAJE DE LA CAPITAL	11.500	€ 2.422	2.592 USD	España	Medios digitales	https://revistagotravel.com/quito-bate-un-record-guinness-6-775-personas-dibujando-el-paisaje-de-la-capital
14	www.lalsace.fr	2/12/2024	Équateur : 10 incontournables de ce beau pays d'Amérique du Sud	777.545	€ 7.534	8.061 USD	Francia	Medios digitales	https://www.lalsace.fr/magazine-tourisme-et-patrimoine/2024/12/02/equateur-10-incontournables-de-ce-beau-pays-d-amerique-du-sud
15	www.vosgesmatin.fr	2/12/2024	Équateur : 10 incontournables de ce beau pays d'Amérique du Sud	517.225	€ 5.355	5.730 USD	Francia	Medios digitales	https://www.vosgesmatin.fr/magazine-tourisme-et-patrimoine/2024/12/02/equateur-10-incontournables-de-ce-beau-pays-d-amerique-du-sud
16	www.lejisl.com	2/12/2024	Équateur : 10 incontournables de ce beau pays d'Amérique du Sud	840.567	€ 8.577	9.177 USD	Francia	Medios digitales	https://www.lejisl.com/magazine-tourisme-et-patrimoine/2024/12/02/equateur-10-incontournables-de-ce-beau-pays-d-amerique-du-sud
17	www.republicain-lorrain.fr	2/12/2024	Équateur : 10 incontournables de ce beau pays d'Amérique du Sud	955.790	€ 9.657	10.333 USD	Francia	Medios digitales	https://www.republicain-lorrain.fr/magazine-tourisme-et-patrimoine/2024/12/02/equateur-10-incontournables-de-ce-beau-pays-d-amerique-du-sud
18	Wanderlust	5/12/2024	Quito	1.800.234	€ 10.222	10.938 USD	Reino Unido	PRINT	PRINT
19	Vistazo	6/12/2024	Fiestas de Quito: tradición, música y orgullo a través de los años	593.523	€ 4.897	5.240 USD	España	Medios digitales	https://www.vistazo.com/actualidad/nacional/2024-12-06-fiestas-quito-tradicion-musica-orgullo-fundacion-HF8430854
20	infobae.com	7/12/2024	Quito firma un acuerdo con España para consolidarse como destino	57.000.000	€ 70.680	75.628 USD	España	Medios digitales	https://www.infobae.com/america/agencias/2024/11/07/quito-firma-un-acuerdo-con-espana-para-consolidarse-como-destino-turistico-inteligente/

			turístico inteligente						
21	MSN Latino	8/12/2024	Los únicos 4 países de Sudamérica que tienen costa, sierra y selva: poseen una gran variedad de ecosistemas	57.000.000	€ 70.680	75.628 USD	España	Medios digitales	https://www.msn.com/es-pe/noticias/other/los-%C3%BAnicos-4-pa%C3%ADses-de-sudam%C3%A9rica-que-tienen-costa-sierra-y-selva-poseen-una-gran-variedad-de-ecosistemas/ar-AA1vuu72?ocid=00000000
22	Vistazo	8/12/2024	Fiestas de Quito: Las plantas simbólicas que reflejan la historia, cultura y biodiversidad de la capital	593.523	€ 4.897	5.240 USD	España	Medios digitales	https://www.vistazo.com/estilo-de-vida/cultura/2024-08-12-fiestas-quito-plantas-simbolicas-reflejan-historia-cultura-biodiversidad-capital-AB8434156
23	espana.lad evi.info	9/12/2024	Ecuador: un encuentro único de culturas y sabores con NH Collection	10.500	€ 1.324	1.417 USD	España	Medios digitales	https://espana.ladevi.info/negocios/ecuador-un-encuentro-unico-culturas-y-sabores-nh-collection-n76536
24	Vistazo	9/12/2024	Un recorrido culinario por los 490 años de vida de Quito	593.523	€ 4.897	5.240 USD	España	Medios digitales	https://www.vistazo.com/estilo-de-vida/cultura/recorrido-culinario-490-anos-quito-HD8445494
25	radicalfire.com	9/12/2024	Embracing the Beauty: Unique Sunrise and Sunset Destinations Around the World	16.329	€ 2.233	2.389 USD	Países Bajos	Medios digitales	https://radicalfire.com/sunrise-and-sunset-destinations/
26	viralmag.fr	9/12/2024	Quand Partir en Équateur : Le Guide Ultime pour un Voyage Réussi	20.008	€ 2.513	2.689 USD	Francia	Medios digitales	https://viralmag.fr/quand-partir-en-equateur-le-guide-ultime-pour-un-voyage-reussi/

27	veraclasse.it	11/12/2024	Alla scoperta di Quito: cosa vedere nella capitale dell'Ecuador	1.433.700	€ 9.888	10.580 USD	Italia	Medios digitales	https://www.veraclasse.it/viaggi/alla-scoperta-di-quito-cosa-vedere-nella-capitale-dellecuador/
28	www.theweddingediton.co.uk	11/12/2024	How To Plan The Perfect Honeymoon With Scott Dunn	32.544	€ 3.222	3.448 USD	Reino Unido	Medios digitales	https://www.theweddingediton.co.uk/how-to-plan-the-perfect-honeymoon-with-scott-dunn/
29	www.silvertraveladvisor.com	13/12/2024	Ecuador: A tale of two bucket lists	88.882	€ 6.224	6.660 USD	Reino Unido	Medios digitales	https://silvertraveladvisor.com/articles/ecuador-a-tale-of-two-bucket-lists/
30	www.first-class-and-more.de	14/12/2024	In Business Class nach Ecuador ab 1.836 Euro	22.530	€ 2.215	2.370 USD	Alemania	Medios digitales	https://first-class-and-more.de/in-business-class-nach-ecuador-ab-1-836-euro
31	Prensa Latina	15/12/2024	Globos aerostáticos, espectáculo visual en el cielo de Ecuador	322.567	€ 11.812	12.639 USD	España	Medios digitales	https://www.prensa-latina.cu/2024/12/15/globos-aerostaticos-espectaculo-visual-en-el-cielo-de-ecuador/
32	breakingtravelnews.com	17/12/2024	Discover Quito's most incredible cycling route Pululahua - Yunguilla	435.700	€ 5.233	5.599 USD	Reino Unido	Medios digitales	https://www.breakingtravelnews.com/news/article/discover-quito-s-most-incredible-cycling-route-pululahua-yunguilla/
TOTAL				122.296.423	€ 307.764	329.307 USD			-

6. Firmas de responsabilidad

Elaborado por:	Rubén Lara Coordinador de Promoción	
Revisado por:	María Belén Heredia Directora de Promoción de Destino Turístico	
Aprobado por:	Oscar López Coordinador Técnico	