

INFORME ACTIVIDADES MENSUALES ORGÁNICO FUNCIONAL Y OTRAS

MES: Abril

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. Desarrollo**Campañas de promoción y destino a nivel nacional e internacional**

Desde la Dirección de Mercadeo, se han planteado diferentes estrategias e ideas creativas que permitan la promoción del destino a nivel nacional e internacional. Este producto se encuentra vinculado al proceso de contratación de la agencia de marketing digital y tradicional, con la cual se generará la pauta pagada en diferentes espacios.

Plan de campaña publicitaria para promoción nacional.

Desde la Dirección de Mercadeo, se ha revisado varias opciones de campañas publicitarias con aerolíneas y medios tradicionales dirigidos al consumidor final.

Guiones de spot y cuñas de publicidad para campañas

Las campañas se realizarán mediante medios tradicionales como radios locales y nacionales, las cuales están programadas se realicen en el marco de la época de verano. Estos guiones serán trabajados con la Agencia tradicional para que sea pauta

Viajes de prensa y familiarización

Se gestionó un viaje de prensa dirigido al mercado europeo, el cual se realizará en el mes de Septiembre, y se lo está trabajando conjuntamente con la OCE de Milán y Air Europa.

Informe de encuestas de satisfacción de viajes de prensa y familiarización

En el mes de abril no se realizó viajes de prensa y familiarización, por lo cual no existen encuestas de satisfacción.

Informe de media value de las publicaciones internacionales

Al momento no existen reportes de media value, ya que este reporte se lo realiza a través de las agencias de Europa y resto del mundo y América

Análisis de mercado, competencia, consumidor oferta y demanda de destinos a nivel nacional e internacional

Se ha trabajado conjuntamente con la jefatura de planificación en la actualización de los perfiles de turistas a nivel local, nacional e internacional, al igual que en los principales mercados internacionales.

Informe de facilidad de presencia de marca en eventos de relevancia para la ciudad.

No se ha recibido pedidos para uso de marca promocional.

Convenios con entidades públicas y privadas para potenciar la promoción del destino.

No se han firmado nuevos convenios de promoción, pero se ha mantenido reuniones con el departamento de turismo de el Municipio de Bogotá, para posibles convenios de promoción.

Ficha técnica e informe de resultados de la participación en ferias nacionales, internacionales, workshops y eventos de promoción del destino en general.

En base al cronograma de ferias internacionales aprobado, se entregó el informe de participación de Quito Turismo en la feria WTM Brasil.

Plan de relaciones públicas para promoción turística internacional del DMQ.

Se trabaja permanentemente en el plan de relaciones públicas para las acciones de promoción que se realizan a nivel local nacional e internacional, el cual va enfocado a mantener citas con nuevos TTOO internacionales y medios de prensa.

3. Firmas de responsabilidad

Belén Heredia Directora MERCADEO