

Informe de gestión 2023

Descripción de principales resultados ejecutados

Dirección de Comunicación

1. Objetivo General

Definir y recomendar estrategias de Comunicación, enmarcadas en las directrices del Plan Estratégico de Gestión de Destino Turístico del Distrito Metropolitano de Quito y de la empresa, que permitan posicionar la gestión institucional, así como la del destino Quito a nivel nacional e internacional.

2. Resumen de actividades realizadas

La Dirección de Comunicación tiene como atribución y competencias “Comunicar y difundir la gestión institucional de la empresa Quito Turismo y del destino turístico Quito”.

- Elaboración y difusión de contenidos noticiosos – inspiracionales sobre atractivos y experiencias turísticas en la ciudad.
- Elaboración y difusión de contenidos informativos, atractivos y experiencias turísticas en la ciudad.
- La Dirección de Comunicación llevó a cabo tres contrataciones:
 - Servicio de monitoreo de medios de comunicación por un monto de USD 3.080.
 - Agencia de comunicación y/o publicidad por un valor de USD 58.165,98.
 - Impresión de mapas turísticos y material POP por un valor de USD 14.500,00.

3. Principales logros alcanzados

- Entre enero y diciembre de 2023, se difundieron 177 boletines institucionales y de promoción de destino con los que se lograron 5.032 publicaciones en medios de comunicación nacional; un Media Value Noticioso Nacional de USD 68'422.087,86 y un alcance estimado de 90'945.352,74 visualizaciones.
- En el mismo período de tiempo, en los mercados de Europa y Norteamérica, se han realizado 2.484 publicaciones con lo que se alcanzó un Media Value Noticioso Internacional de USD 25'980.903,29 y un alcance estimado de 814'740.493 visualizaciones.
- Entre enero y diciembre de 2023 se difundieron, al menos, 150 videos de promoción de Quito y del trabajo cumplido por la empresa.
- Entre enero y diciembre de 2023 se realizaron más de 40 programas radiales “Tu historia comienza en Quito”, que se transmitieron todos los viernes a través de Radio Municipal. Contamos con la participación de más de 85 invitados para hablar del sector turístico.

4. Conclusiones y recomendaciones

- Generar información positiva de forma constante para que los medios se mantengan como aliados en la difusión de destino.
- Mantener el lobby con mapeo de medios turísticos especializados para que difundan las actividades del destino a sus seguidores y lectores.
- Filtrar la información que se publica o comparte en las redes sociales para dar prioridad a los relacionados a la gestión de destino turístico para ganar más seguidores específicos del nicho de mercado.

Responsable

Fabricio Cevallos
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN