

SISTEMATIZACIÓN PRODUCTO GASTRONÓMICO FESTIVAL GASTRONÓMICO SAL QUITEÑA 2017

1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1.1 DEFINICIÓN TURISMO GASTRONÓMICO

Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria. (Montecinos, 2013)

1.2 ALINEACIÓN AL PLAN ESTRATÉGICO

En el año 2016, Quito Turismo, elaboró como herramienta de Planificación el “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021”.

Dentro de este se ubica a la gastronomía en el grupo 2, potenciar los productos culturales relacionados a tours, rutas y propuestas de eventos y festividades, actualmente escasos en el Distrito.

1.3 ANTECEDENTES

Dentro de las expresiones culturales que mantiene el Distrito Metropolitano son las vinculadas al Patrimonio Intangible, que son aquellas formas de cultura tradicional, popular y folklórica, es decir aquellas expresiones que emanan de una cultura y se basan en la tradición. Dentro de estas expresiones podemos destacar a la música, las fiestas populares, la medicina tradicional y las artes culinarias. Quito es un cúmulo de todas estas expresiones pero sin lugar a duda las manifestaciones culinarias son un motivo de especial atención ya que en los últimos años la Gastronomía dentro del Distrito Metropolitano como producto turístico ha generado un incremento en las motivaciones de viaje que se centran en la búsqueda del placer a través de la alimentación, diferenciándose lo estándar e incrementándose el interés por lo genuino y propio de un destino turístico (2013).

En el año 2016 se llevó a cabo la primera edición de la Fiesta de la Luz, la misma que tuvo como escenario a varios espacios en el Centro Histórico, este evento atrajo un importante número de personas.

En el 2017 estaba planificado realizar la segunda edición de la Fiesta de la Luz, sabiendo que el componente gastronómico es parte fundamental dentro de la experiencia turística, la Alcaldía de Quito previno realiza el Festival Gastronómico Sal Quiteña, con el objeto de brindar una oferta gastronómica diversa y de calidad al alcance de todos.

Este festival, integró a tres categorías: Restaurantes gourmet; restaurantes/cafeeterías tradicionales y bistrós; huecas y mercados.

2. SOCIALIZACIONES

2.1 PRIMERA SOCIALIZACIÓN FIESTA DE LA LUZ - FESTIVAL SAL QUITEÑA

El 28 de julio desde las 17h00 en la Casa Somos San Marcos, se llevó a cabo la socialización de la Fiesta de la Luz y dentro de esta el Festival Sal Quiteña, donde cada Institución expuso sobre las acciones a realizar de acuerdo a sus competencias. Asistieron 150 personas aproximadamente de los barrios del Centro Histórico.



2.2 SEGUNDA SOCIALIZACIÓN FIESTA DE LA LUZ – FESTIVAL SAL QUITEÑA

El 2 de agosto se realizó la socialización por parte de varias instituciones públicas de acuerdo a competencias, dirigida a la industria turística, en esta se trataron las actividades en el marco de la Fiesta de la Luz incluyendo el Festival Sal Quiteña. Asistieron aproximadamente 30 personas.



3. CONVOCATORIA

La convocatoria se realizó al catastro de establecimientos de A&B, proporcionado por el área de Calidad, esta convocatoria se realizó a través de correos electrónicos remitidos por la Red Académica Gastronómica del Ecuador, con el seguimiento del área de Desarrollo.

En el caso de las huecas, se realizó por parte del área de Desarrollo el acercamiento con la Asociación de Huecas del Ecuador. Así mismo para la participación de los mercados, realizamos el acercamiento con la Agencia de Comercio Distrital, quienes luego de realizar la socialización con varios mercados, nos comentaron que no les interesa participar.

El único mercado que fue parte del Festival fue el Mercado Central, esta gestión se realizó directamente con el representante legal.

4. ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES

INSCRITOS FESTIVAL SAL QUITENA

ESTABLECIMIENTOS	CATEGORÍAS	ZONA
OCTAVA DE CORPUS	RESTAURANTES GOURMET	CENTRO HISTÓRICO
COSA FINAS DE LA FLORIDA	HUECAS	NORTE
KANKA GRILL	HUECAS	SUR
LA PAILA "CHUGCHUCARAS"	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	VALLE DE LOS CHILLOS
DULCE PLACER HELADERÍA	HUECAS	CENTRO HISTÓRICO
EL LEÑADOR, PIZZERÍA & PARRILLADAS	HUECAS	SAN ANTONIO DE PICHINCHA
TODOS LOS SECOS TODOS, EL VECINO	HUECAS	NORTE
EL HORNO DE LEÑA	HUECAS	VALLE DE LOS CHILLOS

MAR & LUNA, COCINA PERUANA	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA FLORESTA
JUGOS Y ZUMOS MIRIANCITA	HUECAS	NORTE
PIZZA SA	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO - NORTE
HOTEL BEST WESTERN CPLAZA	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	NORTE
MERCADO CENTRAL QUITO	MERCADOS	CENTRO HISTÓRICO
CORVINAS DE GLORIA DEL MERCADO CENTRAL	HUECAS	CENTRO HISTÓRICO
NOTANSANTO	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO HISTÓRICO
MAMA CLORINDA	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA MARISCAL
RESTAURANTE ZAGUN	RESTAURANTES GOURMET	GUANGÜILTAGUA
LA GLORIA RESTAURANTE	RESTAURANTES GOURMET	LA FLORESTA
QUITO DELI - SWISSOTEL	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA FLORESTA
CAFE QUITO - SWISSOTEL	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA FLORESTA
LA BELLE EPOQUE - HOTEL PLAZA GRANDE	RESTAURANTES GOURMET	CENTRO HISTÓRICO
CAFE PLAZA GRANDE - HOTEL PLAZA GRANDE	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO HISTÓRICO
LOS CANGREJOS DE NAYÓN	HUECAS	NAYÓN
MAITANE	RESTAURANTES GOURMET	NORTE
HOTEL AKROS	RESTAURANTES GOURMET	NORTE
HOSFINTEL CIA LTDA (HOTEL FINLANDIA)	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	NORTE
HOTEL PATIO ANDALUZ	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO HISTÓRICO
DULCERÍA COLONIAL	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO HISTÓRICO
CAFETERÍA JERRY'S	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA MARISCAL
THEATRUM RESTAURANTE	RESTAURANTES GOURMET	CENTRO HISTÓRICO
HOTEL CASA GANGOTENA	RESTAURANTES GOURMET	CENTRO HISTÓRICO
CAFÉ COLÓN	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA MARISCAL
BISTRO CARLOTA	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO HISTÓRICO
URKO COCINA LOCAL	RESTAURANTES GOURMET	LA FLORESTA
RESTAURANTE LA CANOA	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA MARISCAL

ETHNIC COFFEE	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA MARISCAL
HELADERIA LA AVANZADA	HUECAS	MACHACHI
LA VIEJA EUROPA	RESTAURANTES GOURMET	LA FLORESTA
SAN IGNACIO RESTAURANTE	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO HISTÓRICO
DONBURI JAPANESE FOOD	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	REPÚBLICA DEL SALVADOR
HASTA LA VUELTA SEÑOR FONDA QUITAÑA	RESTAURANTES GOURMET	CENTRO HISTÓRICO
TECHO DEL MUNDO. HOTEL QUITO	RESTAURANTES GOURMET	GONZÁLEZ SUÁREZ
VISTA HERMOSA	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	CENTRO HISTÓRICO
COMIDAS TÍPICAS PARQUE NAVARRO	HUECAS	LA FLORESTA
LAS TRIPAS DE LA FLORESTA DE "DOÑA BLANQUITA"	HUECAS	LA FLORESTA
LAS EMPANADAS Y PRISTIÑOS DE DOÑA JEANNETH	HUECAS	LA FLORESTA
LAS FAMOSAS TRIPAS DE DOÑA FABIOLITA	HUECAS	LA FLORESTA
LA POSADA DEL CHAGRA RESTAURANTE	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	MACHACHI
RESTAURANTE PIM'S PANECILLO	RESTAURANTES GOURMET	CENTRO HISTÓRICO
COPINOZZA	HUECAS	LA MARISCAL
CHORI&CHILI "HUELE A VENEZUELA"	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA MARISCAL
MARCUS	RESTAURANTES GOURMET	CUMBAYÁ
HOTEL LE PARC S.A	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	NORTE
BOTÁNICA CAFÉ JARDÍN	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	LA FLORESTA
HOTEL DANN CARLTON (RESTAURANTE OPERA)	RESTAURANTES GOURMET	REPÚBLICA DEL SALVADOR
GRUPO Z (ZUNI, ZAO, ZAZU, ZINC, Z FOOD, ZERDO)	RESTAURANTES GOURMET	NORTE
CHEZ JEROME RESTAURANTE	RESTAURANTES GOURMET	CORUÑA
ICEBEATS	RESTAURANTES, BISTROS, CAFETERIAS TRADICIONALES	MITAD DEL MUNDO

3.1 CATEGORIAS

Restaurantes Gourmet	22
Restaurantes/cafeterías, bistrós	25

Huecas y mercados	16
TOTAL	63

3.2 ZONAS

Centro Histórico
La Mariscal
La Floresta
República del Salvador
González Suarez
Guanguiltagua
Norte
Mitad del Mundo
Valle de Los Chillos
Nayón
Cumbayá
Sur
Machachi

5. PORTAL WEB SAL QUITENA

Una de las acciones dentro del Festival Sal Quiteña fue la creación de un portal web, el mismo que contenía el concepto y la definición del Festival, los pasos para la inscripción y posteriormente los logos, dirección, teléfonos y menús de cada uno de los establecimientos participantes, divididos en categorías.



6. PAGOS INSCRIPCIONES FESTIVAL SAL QUITAÑA

6.1 INGRESO INSCRIPCIONES

Restaurantes Gourmet	2040
Restaurantes/cafeaterías tradicionales, bistrós	1560
Huecas y mercados	800
TOTAL	4400 INCLUIDO IVA

7. ELABORACIÓN MATERIAL PROMOCIONAL

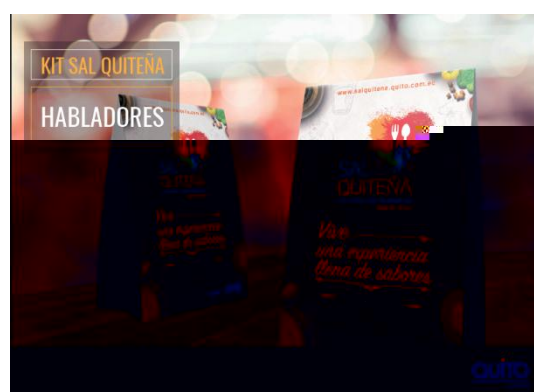
Desde el 18 de julio se inició el proceso de contratación de “elaboración de material promocional para el Festival Quitaña”, por un valor de 5.895,50 dólares más IVA, por ínfima cuantía 041-IC.

Una vez realizadas las artes por el área de Comunicación y que estas sean aprobadas por la Secretaría de Comunicación, se remitieron al proveedor para proseguir con la elaboración del material requerido.

Productos recibidos:

ITEM	CANTIDAD	PRODUCTOS ESPERADOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
A	70	DELANTALES Confeccionados en Tela Aruba Color Negro, con Logotipo Bordado a Full Color (50 de Cintura y 50 Con Pechera)	\$10,00	\$700,00
B	2000	PINES Impresos a Full Color, Tamaño 7,5 cm. de Diámetro	\$0,90	\$1.800,00
C	2400	PULSERAS BORDADAS Confeccionadas en Poliéster a Full Color, de 1.50 cm. Ancho x 30 cm. de Largo	\$0,53	\$1.272,00
D	100	FUNDAS Elaboradas en Papel Kraft, Impresos a Full Color, Tamaño 35 x 25 cm.	\$3,58	\$358,00
E	100	SINTRAS CON LOGOTIPO Impresos a Full Color, Tamaño A3	\$5,90	\$590,00

F	30	HABLADORES Elaborados en Acrílico, Impresos a Full Color, Tamaño A5, Terminado con Soporte	\$7,00	\$210,00
G	1000	HABLADORES PARA MESAS Full color tiro y retiro, de 12*20cm, en Plegable	\$0.303	\$303,00
H	3	GIGANTOGRAFÍAS En Lona, Impresos a Full Color, de 1,50 mts. x 1,50 mts., con Ojales Metálicos	\$35,00	\$105,00
I	30	LITOS PARA MESERO En Tela Aruba de Color Blanco, con Logotipo Bordado, de 0,60 x 0,40 cm.	\$5,00	\$150,00
J	500	AFICHES Full Color en Tiro, Papel Couche de 115 grs., en Tamaño A2	\$0,57	\$285,00
K	1000	TARJETAS Impresas en Papel Couche de 300 grs., Full Color, de 10cm.x13cm.	\$0,12	\$122,50
VALOR TOTAL				\$5.895,50



8. ENTREGA DEL MATERIAL PROMOCIONAL

Desde el 4 al 9 de agosto se realizó la entrega de material promocional del Festival Sal Quiteña a los 63 establecimientos participantes.

8.1 KIT PROMOCIONAL

- Sintra con imagen del Festival.
- Habladores de mesa.
- Tarjetas de menú.
- Pines.
- Pulseras.
- Delantal o lito.
- Afiches promocionales.



9. EVENTO DE LANZAMIENTO

El 8 de agosto se llevó a cabo el evento de lanzamiento del Festival Gastronómico Sal Quiteña, en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo.

Asistieron 130 personas aproximadamente, entre: miembros de la industria turística, medios de comunicación, cuerpo diplomático, autoridades municipales, entre otros.



10. APOYO ACADEMIA

Este Festival contó con el apoyo de la Red Académica Gastronómica el Ecuador, en esta ocasión con la UTE y el ITI, instituciones que brindaron el soporte técnico y el seguimiento a los establecimientos participante.

10.1 INSPECCIONES AGE

A partir del 14 de agosto se realizaron las inspecciones por parte de delegado de la AGE, con la finalidad de brindar el seguimiento al proceso, verificar que el material promocional este ubicados en lugares visibles, recibir comentarios y sugerencias.

Los resultados fueron los siguientes:

- La mayoría de los establecimientos contaba con el material promocional expuesto y el personal estaba al tanto del festival.
- La iniciativa les pareció interesante e innovadora.
- Los establecimientos están interesados en participar en las siguientes ediciones del Festival.
- Sugieren que se realicen otras ediciones del Festival y varias veces al año en diferentes meses.
- Recomiendan realizar más publicidad en las siguientes ediciones.
- Se sugiere incorporar productos tradicionales en los menús.
- Se recomienda realizar el Festival con mayor tiempo de planificación.
- Se sugieren realizar alianzas con tarjetas de crédito.

BASE DE DATOS AGE			
NOMBRE	CARGO	MAIL	TELÉFONO
Santiago Granda	Coordinador AGE - Guayaquil	sgranda@isac.edu.ec	993898624
Dimitri Hidalgo	Coordinador AGE - Quito	dimitri.hidalgo@ute.edu.ec chefdimitri@gmail.com	999847665

BASE DE DATOS INSTITUCIONES			
NOMBRE	CARGO	MAIL	TELÉFONO
Marcos Valdez	Coordinador Gastronomía UTE		995375220
Juan Pablo Holguín	Docente Gastronomía UTE	juanp.holguin@ute.edu.ec	992845926
María Teresa Becerra	Decana Gastronomía ITHI	maria.becerra@iti.edu.ec mt_becerra@yahoo.es	987634189
Renathe Iverich	Docente Gastronomía ITHI	renathe70@hotmail.com	992291177



11. EVENTO DE LANZAMIENTO

11.1 PREPARACIÓN

Para el desarrollo de este evento se definieron las acciones a realizar por parte de cada una de las áreas:

COMERCIALIZACIÓN

- *Logística del Evento*
- Podium
- Ubicación sillas
- Equipos de audio y sonido (contratar)
- Decoración del espacio y de mesa directiva (3 arreglos florales)
- Llevar pantalla e infocus para proyección
- Limpieza de la capilla del CCEE para evento
- Disponer de salón contiguo a la capilla para degustación

COMUNICACIÓN

- Arte de la invitación
- Base de datos de invitados
- Base de datos para prensa
- Envío de invitaciones
- Agenda del día
- Gestión maestro /a de ceremonias

DESARROLLO

- Coordinar catering con establecimientos participantes.

MERCADEO

- Apoyo confirmaciones presencia de establecimientos e invitados varios
- Presentación Jacchigua

JEFATURA DE OPERACIÓN RECEPTIVA

- Apoyo envío de invitaciones
- Apoyo confirmaciones presencia de establecimientos e invitados varios

ADMINISTRATIVO

- Apoyo movilización

11.2 INVITACIONES EVENTO

Se trabajó en las bases de datos de invitados: autoridades, medios de comunicación, operadoras de turismo y embajadores. Las invitaciones se remitieron de manera digital desde el área de Comunicación de Quito Turismo.

11.2 DESARROLLO DEL EVENTO

El martes 08 de agosto en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo estaba planificado el inicio del evento a las 10h00, existieron algunos retrasos y finalmente empezó a las 11h00 aproximadamente.

Para tal efecto, inició el montaje desde las 8h00 con la colocación de las sillas, audio, video, decoración floral al interior de la capilla; colocación de los stands, mesas, manteles, adornos en general dentro del gran salón 2.

El CCEE como parte del servicio nos facilitó personal de limpieza antes, durante y después del evento.

El maestro de ceremonias fue Patricio Banderas, Jefe de Operación Receptiva de Quito Turismo. La mesa directiva estuvo conformada por el señor Alcalde, el Secretario de Desarrollo Productivo y Competitividad, la Gerente General de Quito Turismo, el presidente de la Asociación de Huecas del Ecuador y el Chef Ejecutivo del Hotel Casa Gangotena.

Posterior a la ceremonia de lanzamiento, los presentes se dirigieron a la degustación, disfrutando en el trayecto de una presentación de Jacchigua, quienes al igual antes del evento recibieron a los asistentes.

El evento concluyó a las 13h00 aproximadamente, con cerca de 150 asistentes.

11.3 CONVOCATORIA ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES STAND DE DEGUSTACIÓN

Para este evento, se definió realizar la convocatoria a los 63 establecimientos participantes en Sal Quiteña, con el fin de que formen parte de este evento y aporten con un stand de degustación, contamos con los siguientes establecimientos:

No	ESTABLECIMIENTOS PARTICIPANTES DEGUSTACIÓN EVENTO LANZAMIENTO SAL QUITEÑA
1	Cosa Finas de la Florida
2	Kanka Grill
3	El Leñador, pizzería & parrilladas
4	Todos los secos todos, El Vecino
5	El Horno de Leña
6	Jugos y Zumos Miriandita
7	Pizza SA
8	Hotel Best Western CPlaza
9	Corvinas de Gloria del Mercado Central
10	Mama Clorinda
11	Restaurante Zagun
12	Hotel Akros
13	Hotel Patio Andaluz

14	Theatrum Restaurante
15	Hotel Casa Gangotena
16	Café Colón
17	Heladería La Avanzada
18	Hasta la vuelta Señor Fonda Quiteña
19	Techo del Mundo - Hotel Quito
20	Las Tripas de la Floresta de "Doña Blanquita"
21	Las Empanadas y Pristiños de Doña Jeanneth
22	La Posada del Chagra Restaurante
23	Chori & Chili "Huele a Venezuela"
24	Hotel Le Parc
25	Z Restaurantes: Zerdo Zao (Distintivo Q) Zinc (Distintivo Q) Zazu (Distintivo Q) Z Food (Distintivo Q) Zuni (Distintivo Q)



12. ENTREGA DE DIPLOMAS

Con fecha 14 de septiembre se realiza la entrega de los diplomas por la participación dentro del Festival Gastronómico Sal Quiteña, esta entrega se realizó en cada uno de los establecimientos, excepto a los que se ubican en el Valle de Los Chillos, Cumbayá, Machachi y Mitad del Mundo, los cuales fueron remitidos por Correos del Ecuador.



13. DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

- Se creó el evento en facebook, a partir del 27 de julio se empezó a cargar contenido de expectativa en el mismo. Cinco días antes del evento se realizó un conteo regresivo. Todo el contenido cargado en el evento se replicó en las redes sociales de Quito Turismo, tanto en español como en inglés.
- Los restaurantes fueron promocionados en medios de comunicación locales e internacionales, en las redes sociales de Quito Turismo y en el portal web de Sal Quiteña.
- Se realizaron más de 12 entrevistas sobre Sal Quiteña en medios de comunicación, se contó con de Quito Turismo.
- Durante todo el Festival, se mantuvo una actividad constante en redes sociales

13.1 MEDIA VALUE (corte a 01 de septiembre de 2017)

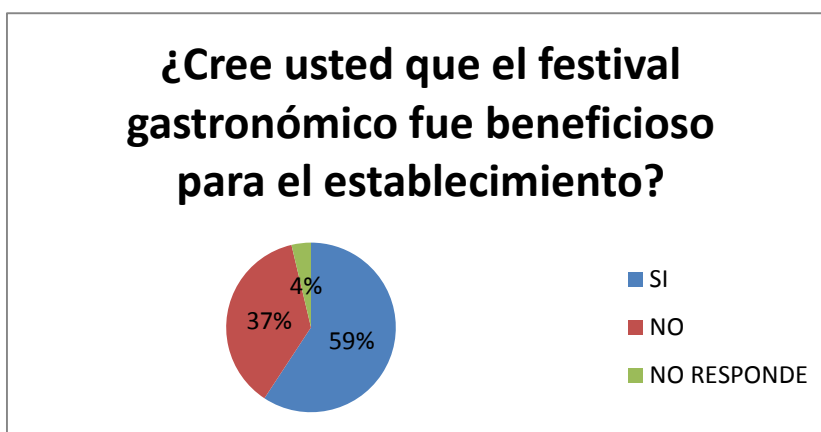
- Sal Quiteña ha generado 60 noticias nacionales por un valor publicitario de USD 100 852,74 y un valor noticioso de USD 302 558,22.

13.2 INTERACCIÓN EN REDES:

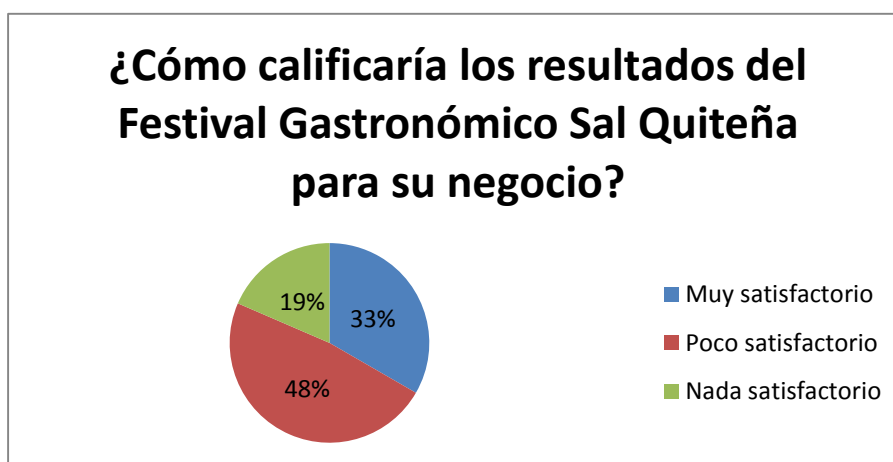
- Engagement: 10% (promedio de interacción 8%)
- Reach: 43 k (evento)
- Revisado por: 8.4K
- Tasa de respuesta: 1.6 K
- Publicaciones alto impacto: Alcance 20K – 6.8K reproducciones (video)
- Impacto en redes sociales: Alto
- Tendencia: #SalQuiteña2017 (3era local)

14. ENCUESTAS FINALES EVALUACIÓN FESTIVAL SAL QUITEÑA

1.

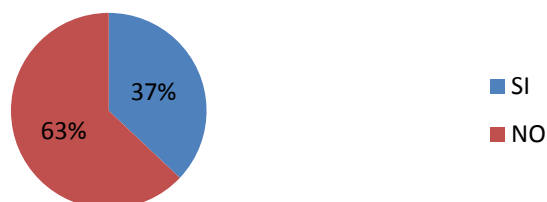


2.



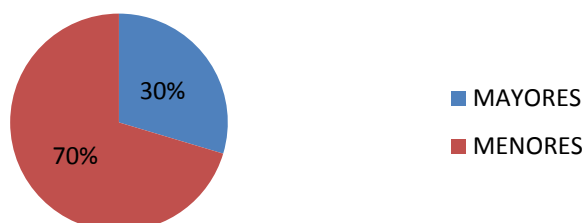
3.

Durante el festival, ¿Se registró un incremento en las ventas de su establecimiento?



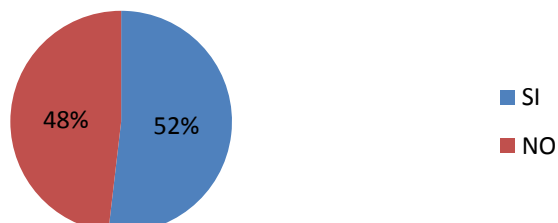
4.

En relación a los dos años anteriores, durante el mes de Agosto, ¿Su establecimiento...



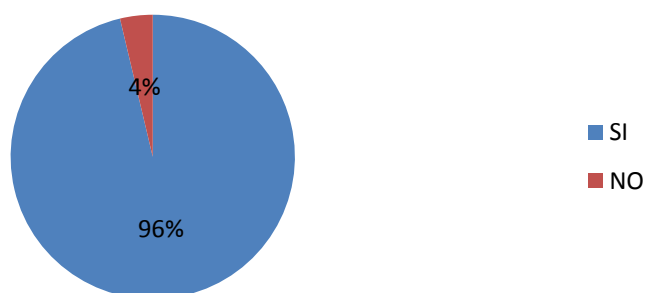
5.

¿Considera usted que la promoción y difusión del Festival Sal Quiteña fueron...



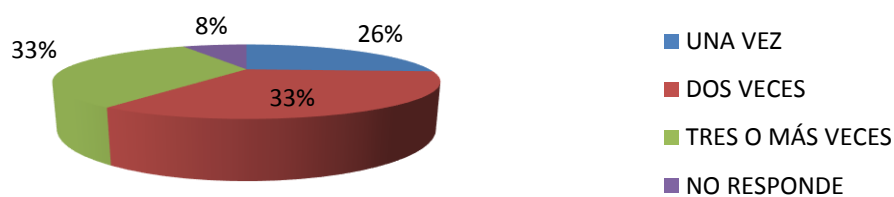
6.

¿Considera que se debe realizar nuevamente el Festival Sal Quiteña?



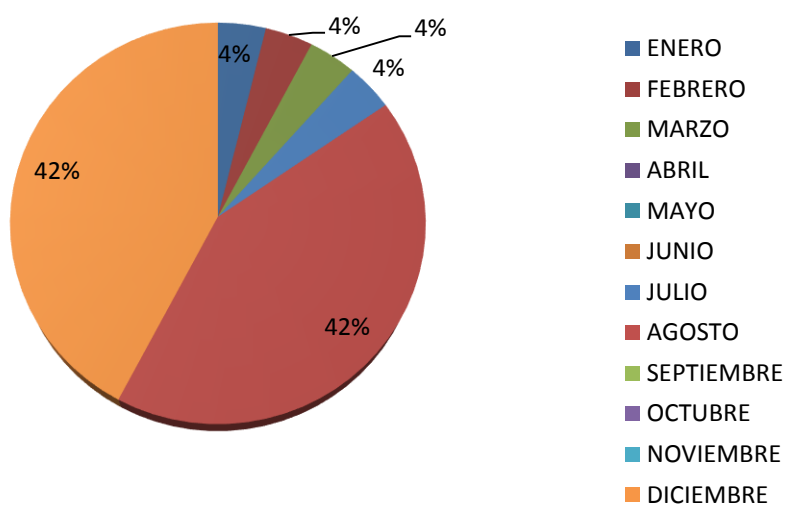
6.1

VECES AL AÑO



6.2

MES PARA REPETIR SAL QUITEÑA



7. ¿Qué se debe mejorar para las próximas ediciones del Festival Gastronómico Sal Quiteña?

- Establecer mejores medios publicitarios o promocionales para El Festival Sal Quiteña y sus futuras ediciones.
- Se sugiere dividir por categorías al evento y por productos.
- Se recomienda realizar una feria, como lugar opcional el Centro de Exposiciones Quito.

SUGERENCIAS

- El Festival es innovador.
- Se debe incorporar nuevas tendencias gastronómicas para establecer mayor afluencia turística.
- Mejorar la promoción y difusión.
- Sumar medios publicitarios que tengan mayor alcance y duración.

LIMITACIONES / ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

- La realización de la Fiesta de La Luz dificultó la difusión y promoción del Festival Sal Quiteña, debido a que la atención de la ciudadanía se centró en las actividades de la Fiesta de la Luz.
- Debido al poco tiempo con el que se contó para la organización de este evento, se tuvo algunos inconvenientes, uno de ellos fue la premura para las inscripciones, la solución fue reducir el plazo para la convocatoria e inscripción.
- El corto tiempo impidió realizar los debidos acercamientos con los establecimientos participantes, lo que es importante para comprometerlos a participar en eventos siguientes.
- Una vez realizada la convocatoria, los establecimientos interesados se inscribieron, por parte de la Alcaldía se solicitó hacer el acercamiento con Chez Jerome y Grupo Z, por tanto se realizó varios acercamientos personales para solicitar que formen parte del Festival Sal Quiteña, logrando que se sumen al Festival.
- El Festival contó con la participación del Mercado Central, el mismo que tenía planificado extender su horario de atención hasta la media noche mientras se desarrolló la Fiesta de la Luz del 9 al 13 de agosto. El resultado fue negativo, las ventas ambulantes presentes en todo el Centro Histórico impidió que las personas se trasladen hasta este lugar, por tanto se decidió atender solo el miércoles y jueves.

CONCLUSIONES

- El evento de lanzamiento del Festival Sal Quiteña contó con 150 asistentes aproximadamente.

- El Festival Sal Quiteña tuvo la participación de 63 establecimientos, dentro de las categorías: restaurantes gourmet; restaurantes/cafeterías tradicionales y bistrós; huecas y mercados.
- Se busca institucionalizar este Festival, con el fin de que se desarrolle los siguientes años, para lo cual es necesario generar un producto que sea sostenible y de impacto.
- Es importante generar actividades que fortalezcan al Producto Gastronómico del DMQ, tomando en cuenta a los diferentes actores de la cadena de valor: productores, chefs, academia y establecimientos turísticos.
- En relación a las encuestas realizadas, los participantes están interesados en ser parte de las siguientes ediciones, mejorando los canales de difusión, promoción y alianzas estratégicas.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que desde el área de Desarrollo de QT se diseñe una propuesta que promueva la innovación, impacto mediático y sostenibilidad, que contribuya a posicionar a la ciudad como destino gastronómico y genere ingresos económicos para su desarrollo.
- En el Festival participaron 3 categorías de establecimientos de A&B: restaurantes gourmet; restaurantes/cafeterías tradicionales y bistrós; huecas y mercados, diversificando así la oferta.
- En base a las encuestas realizadas, la mayoría recomienda desarrollar el Festival al menos dos veces al año, en los meses de agosto y diciembre.
- Para este Festival se contó con la participación de la AGE. Para las siguientes ediciones, es importante que desde el área de Desarrollo se generen proyectos para ampliar el espectro de intervención a un número mayor de Universidades que cuentan con la carrera de gastronomía; para que esta iniciativa genere mayor impacto e involucre a más actores de la industria turística.
- Quito Turismo en conjunto con la (s) persona (s) responsable (s) de la iniciativa deben incorporar un elemento diferenciador (producto o temática) y vivencial en las siguientes ediciones.
- Es importante que un delegado del área de Desarrollo de QT sea parte del proceso de selección, que incluyen las convocatorias, filtros de permisos, seguimiento y/o visitas.
- Es preciso que Quito Turismo remita las invitaciones físicas a autoridades y embajadores, al igual que realizar las confirmaciones vía telefónica.

Elaborado por:

Pamy Goetschel

ESPECIALISTA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO URBANO

Adjunto digital:

Anexo 1: Ayudas memorias.

Anexo 2: Base de datos autoridades.

Anexo 3: Base de datos general.

Anexo 4: Fichas de inscripción Sal Quiteña.

Anexo 5: Actas de recepción del material promocional Sal Quiteña.

Anexo 6: Actas de recepción del diploma de participación Festival Sal Quiteña.

Anexo 7: Informes visitas AGE.

Anexo 8: Encuestas.

Anexo 9: Artes Sal Quiteña.

Anexo 10: Presentaciones Sal Quiteña.

Anexo 11: Informe comunicación.

Anexo 12: Oficios establecimientos.

Anexo 13: Base de datos contactos AGE.

Anexo 14: Base de datos participantes Sal Quiteña.

Anexo 15: Archivo fotográfico.