RESOLUCIÓN SESIÓN ORDINARIA DE DIRECTORIO
No. EPMGDT-SD-002-OR
24 DE FEBRERO DE 2021

El Directorio de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico en ejercicio de las atribuciones singularizadas en la Ley Orgánica de Empresas Públicas, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito y Reglamento de Directorio; emitió la siguiente resolución en la Sesión Ordinaria de 24 de febrero de 2021, realizada a través de la plataforma virtual Zoom:

RESOLUCIÓN 001-02-2021*: "SE APRUEBA EL ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DE DIRECTORIO EPMGDT-SD-001-OR DE 20 DE ENERO DE 2021".*

RESOLUCIÓN 002-02-2021*: "DAR POR CONOCIDO Y APROBAR EL INFORME ANUAL DE LA GERENTE GENERAL, Y LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA CORTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020; Y, LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA, EN BASE A LOS INFORMES TÉCNICO, FINANCIERO Y JURÍDICO PRESENTADOS POR QUITO TURISMO, CON LAS OBSERVACIONES EMITIDAS, Y CONFORME LO PRESCRITO POR EL NÚMERO 11 DEL ARTÍCULO 9 DE LA LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS Y EL LITERAL F) DEL ARTÍCULO I.2.80 DEL CÓDIGO MUNICIPAL PARA EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"*

Dejando constancia de los actos resolutivos, suscribe:

Firmado electrónicamente por:
MARCO VINICIO COLLAGUAZO PILATAXI

Dr. Marco Collaguazo Pilataxi
Delegado Permanente del Presidente del Directorio
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO QUITO TURISMO

CERTIFICO que la presente resolución fue adoptada en Sesión Ordinaria de 24 de febrero de 2021, realizada a través de la plataforma virtual Zoom, de lo cual doy fe.-

CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ
Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ
Fecha: 2021.03.09 18:57:58 -05'00'

Carla Cárdenas
Gerente General
Secretaria del Directorio
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO QUITO TURISMO

Se acoge el informe. Para conocimiento del Directorio CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ Fecha: 2021.02.18 12:39:57 -05'00'

TURISMO

Memorando No. EPMGDT-GFA-2021-028
D.M. Quito, 18 de febrero de 2021

Para: Carla Cárdenas
GERENTE GENERAL

De: Luis Ruales Moncayo
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

Asunto: Liquidación presupuestaria y entrega de Estados Financieros 2020

En cumplimiento de la normativa emitida por el Ente Rector de las Finanzas Públicas, el 31 de diciembre del 2020, se procedió a realizar la clausura del presupuesto de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, de conformidad con lo que dispone el Art. 121 del Código de Planificación y Finanzas Públicas que señala: "*Los presupuestos anuales del sector público se clausurarán el 31 de diciembre de cada año. Después de esa fecha no se podrán contraer compromisos ni obligaciones, ni realizar acciones u operaciones de ninguna naturaleza, que afecten al presupuesto clausurado*"

Por otra parte el Art. 127 del Reglamento del Código de Planificación y Finanzas Públicas, al referirse a la liquidación del presupuesto señala: "conjunto de operaciones que realizan las instituciones para expresar y presentar a las autoridades y a la ciudadanía, la información financiera consolidada sobre la ejecución presupuestaria realizada en el transcurso de un ejercicio fiscal hasta la fecha de su clausura, sustentada en las transacciones de caja y estados financieros."(…)" la liquidación la deberá realizar cada institución y será legalizado por su máxima autoridad financiera y será remitido al Ministerio de Economía y Finanzas en el formato que éste disponga"

El Art. 128 del citado cuerpo legal manifiesta que los objetivos de la liquidación presupuestaria son los siguientes:

1. Concluir el ciclo presupuestario de cada ejercicio fiscal;
2. Informar sobre el resultado del movimiento presupuestario de ingresos y de gastos sobre la base de los estados financieros;
3. Establecer déficit o superávit y su respectivo financiamiento; y,
4. Determinar el cumplimiento de las normas que rigen el proceso de ejecución presupuestaria.

En el Art. 162 del Reglamento del Código de Planificación y Finanzas Pública, consta lo siguiente:

Estados financieros y reportes contables.- Todas las entidades del Sector Público deberán generar los siguientes estados financieros: Estado de Situación Financiera, Estado de Rendimiento Financiero (Resultados), Estado de Flujo de Efectivo, Estado de Cambios en el Patrimonio y de Ejecución Presupuestaria, con las notas que comprenden el resumen de las políticas de contabilidad importantes y otras notas explicativas y el Balance de Comprobación; así como los análisis y reportes adicionales que les sean solicitados por el ente rector de las

finanzas públicas, que ayuden a evaluar el desempeño de las mismas y la administración de sus activos; así como a tomar y evaluar decisiones sobre la asignación de recursos.
Los estados financieros y reportes contables serán debidamente suscritos para su legalización por el Contador, Director Financiero y la máxima autoridad de la entidad o su delegado.

CONCLUSIONES:

Con base a las normas antes citadas, se ha preparado el informe que contiene el análisis de la ejecución presupuestaria del año 2020 y la elaboración de los documentos pertinentes relacionados con su liquidación.

En forma adicional y complementaria, conforme lo determina la normativa emitida por el Ministerio de Finanzas mediante Acuerdo 067 de abril de 2016, se han preparado los estados financieros resultantes de la utilización de los recursos públicos a través de los presupuestos asignados.

RECOMENDACIONES:

Para cumplir a cabalidad con la normativa vigente, y en especial el Art. 162 del Reglamento del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, adjunto remito los estados financieros correspondientes a fin de que sean legalizados con su firma.

Una vez legalizados los documentos referidos en el párrafo anterior, es necesario que éstos sean conocidos por el Directorio conforme lo establece la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

Atentamente,

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO

Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Fecha: 2021.02.18 11:08:36 -05'00'

Ing. Luis Ruales Moncayo
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

EMPRESA PÚBLICA
METROPOLITANA DE GESTIÓN DE
DESTINO TURÍSTICO

INFORME DE EVALUACION Y LIQUIDACION PRESUPUESTARIA

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

EVALUACION Y LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURISTICO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2020

I. LIQUIDACION PRESUPUESTARIA

Mediante Ordenanza Metropolitana Nº 309 de 19 de abril del 2010, el Consejo Metropolitano de Quito autoriza la creación de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, la misma que sucede jurídicamente a la Empresa Metropolitana Quito Turismo, la cual ha sido incorporada en el Capítulo V del Código Municipal, desde el Art. I hasta el I

Las disposiciones de la citada Ordenanza han sido incluidas en los Arts. I.2.131 hasta el I.2.134 del Capítulo VI del Título V del Código Municipal del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Con fecha 22 de diciembre del 2016 se expide la Ordenanza Metropolitana No. 0149 Sustitutiva de la Ordenanza Metropolitana No. 276, referente al Régimen Administrativo de Turismo y de las Tasas por Licencia Única Anual de Funcionamiento de la Actividades de Turismo y por las Facilidades y Servicios Turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito.

Ordenanzas donde se establecen los recursos financieros que conformarán los ingresos de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, entre los cuales se establecen los siguientes:

a) Los recursos provenientes de la tasa por la Licencia Única Anual de Funcionamiento de las actividades de turismo en función de la Ordenanza N° 0276, publicada en Registro Oficial 566, de 8 de abril de 2009;

b) Los recursos provenientes de la tasa por facilidades y servicios turísticos en la circunscripción del Distrito Metropolitano de Quito;

c) Ingresos por venta de muebles e inmuebles, venta efectuada previa autorización del Directorio;

d) Las asignaciones o transferencias efectuadas por el Estado y otras entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras;

e) Las asignaciones presupuestarias y desembolsos anuales efectuados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Esta asignación presupuestaria será al menos igual al monto del valor recaudado por concepto de tasas en el ejercicio inmediatamente anterior al año de la aprobación del presupuesto municipal en el que deba constar la asignación presupuestaria;

f) Las donaciones que reciba y sean aceptadas por el Directorio;

g) Los ingresos que se deriven de los créditos que obtenga;

h) Cualquier otro ingreso que obtenga por su gestión, en cumplimiento de los fines de la empresa.

Mediante acta de la sesión ordinaria de Directorio de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico celebrada el 23 de diciembre de 2019, en el punto cinco el Directorio resuelve aprobar por unanimidad el Plan Operativo Anual y Presupuesto de Quito Turismo 2020.

1. PRESUPUESTO INICIAL. -

Por estar administrando recursos públicos para la elaboración del presupuesto de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico se siguieron los lineamientos y las políticas impartidas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, las disposiciones de la Ley de Empresas Públicas y el Código de Planificación y Finanzas Públicas; habiéndose aprobado el presupuesto por parte del Directorio con un monto inicial de $ 7.511.725,38 (Siete millones quinientos once mil setecientos veinte y cinco dólares con 38/100).

1.1 PRESUPUESTO INICIAL DE INGRESOS. -

En concordancia con lo dispuesto en la Ordenanza 309 en lo referente a los recursos financieros de la Empresa, para el año 2020 se proyectó obtener los siguientes recursos:

Partida	Descripción	Asignación Inicial	Representación en Porcentaje %
13	TASAS Y CONTRIBUCIONES	2,505,000.00	33.35%
14	VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	1,212,400.00	16.14%
17	RENTAS DE INVERSIONES Y MULTAS	195,200.00	2.60%
18	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	2,635,898.96	35.09%
19	OTROS INGRESOS	30,000.00	0.40%
24	VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	0	0.00%
37	FINANCIAMIENTO INTERNO	933,226.42	12.42%
Total Ingresos		7,511,725.38	100%

A continuación, se detalla el origen de los ingresos a nivel de ítem:

Código	Partida	Asignación Inicial
130107.001	LEVANTAMIENTO DE TEXTOS, REPRODUCCION Y EDICION DE PLIEGOS	5,000.00
130112.000	PERMISOS, LICENCIAS Y PATENTES	1,000,000.00
130304.000	SECTOR TURISTICO Y HOTELERO	1,500,000.00
140299.001	VENTA DE PRODUCTOS UNIDADES DE NEGOCIOS	115,000.00
140310.000	DE ESPECTACULOS PUBLICOS	0
140310.002	RUTAS TURISTICAS	5,000.00
140399.002	ORGANIZACION Y COORDINACION DE EVENTOS	600,000.00
140399.006	AUSPICIOS Y ALIANZAS	32,000.00
140399.008	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	0
140399.009	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	160,000.00
140399.013	CENTRO INTEGRAL DE ATENCION AL TURISTA	400
140399.020	CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	300,000.00
170199.000	INTERESES POR OTRAS OPERACIONES	0
170202.005	ARRIENDO INMUEBLES EX AEROPUERTO	170,000.00
170202.007	ARRIENDO ESPACIO QUINDE VISITOR CENTER	25,200.00
170399.000	OTROS INTERESES POR MORA	0
170402.000	INFRACCION A ORDENANZAS MUNICIPALES	0
180104.000	ENTIDADES DEL GOBIERNO SECCIONAL	2,635,898.96
190101.000	EJECUCION DE GARANTIAS	0
190499.000	OTROS NO ESPECIFICADOS	15,000.00
190499.001	REEMBOLSO COMUNALES EX AEROPUERTO Y LA RONDA	10,000.00
190499.003	REEMBOLSO GASTOS BASICOS CCEE	500
190499.007	ALICUOTA SERVICIOS QUINDE VISITOR CENTER	4,500.00
240103.000	MOBILIARIOS	0
370102.000	DE FONDOS DE AUTOGESTION	607,175.10
370104.001	DEL FONDO DE PROMOCION TURISTICO	326,051.32
TOTAL INGRESOS		**7,511,725.38**

1.2 PRESUPUESTO INICIAL DE GASTOS. -

De conformidad con las acciones a ejecutar y objetivos a cumplir que constan en el Plan Operativo Anual de la Empresa para el año 2020, se han previsto asignaciones de gasto para los programas empresariales de acuerdo al siguiente detalle:

Programa	Descripción	Asignación Inicial
1	COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	1,074,993.27
2	MERCADEO	1,419,298.54
3	DESARROLLO DEL SEGMENTO DE NEGOCIOS, INCENTIVOS Y REUNIONES	536,356.49
4	COMUNICACION	306,421.41
5	INTELIGENCIA DE MERCADOS	328,160.00
6	DESARROLLO Y GESTION TURISTICA	1,232,477.46
7	GESTION DE LA CALIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS	698,992.95
8	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL ADMINISTRATIVO	777,308.00
9	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL TALENTO HUMANO	1,137,717.26
Total Gastos		**7,511,725.38**

La distribución a nivel de gastos inicial se presenta de la siguiente manera:

Partida	Descripción	Asignación Inicial
61	EGRESOS EN PERSONAL DE PRODUCCION	192,906.87
63	BIENES Y SERVICIOS PARA LA PRODUCCION	291,275.33
67	OTROS GASTOS DE PRODUCCION	101,371.07
71	EGRESOS EN PERSONAL PARA INVERSION	2,449,904.01
73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSION	3,862,346.90
77	OTROS GASTOS DE INVERSION	530,621.20
78	TRANSFERENCIAS O DONACIONES PARA INVERSION	24,000.00
84	BIENES DE LARGA DURACION PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	59,300.00
Total Gastos		**7,511,725.38**

Los requerimientos detallados en los cuadros anteriores se ven desglosados a nivel de subgrupos de gasto de conformidad al clasificador presupuestario de Ingresos y Gastos del Ministerio de Finanzas, de la siguiente manera:

Partida	Descripción	Asignación Inicial
6101	REMUNERACIONES BASICAS	139,308.00
6102	REMUNERACIONES COMPLEMENTARIAS	14,420.67
6105	REMUNERACIONES TEMPORALES	3,500.00
6106	APORTES PATRONALES A LA SEGURIDAD SOCIAL	28,537.80
6107	INDEMNIZACIONES	7,140.40
6301	SERVICIOS BASICOS	42,240.00
6302	SERVICIOS GENERALES	106,895.33
6304	INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACIONES MENORES	86,380.00
6306	CONTRATACIONES DE ESTUDIOS, INVESTIGACIONES Y SERVICIOS TECN	0
6307	EGRESOS EN INFORMATICA	300
6308	BIENES DE USO Y CONSUMO DE PRODUCCION	9,960.00
6312	ADQUISICIONES DE PRODUCTOS TERMINADOS	45,500.00
6701	IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	88,140.69
6702	SEGUROS, COSTOS FINANCIEROS Y OTROS GASTOS	13,230.38
7101	REMUNERACIONES BASICAS	1,728,464.00
7102	REMUNERACIONES COMPLEMENTARIAS	184,912.00
7105	REMUNERACIONES TEMPORALES	52,000.00
7106	APORTES PATRONALES A LA SEGURIDAD SOCIAL	355,504.81
7107	INDEMNIZACIONES	129,023.20
7301	SERVICIOS BASICOS	105,564.00
7302	SERVICIOS GENERALES	2,700,676.10
7303	TRASLADOS, INSTALACIONES, VIATICOS Y SUBSISTENCIAS	97,400.00
7304	INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACION	214,094.02
7305	ARRENDAMIENTOS DE BIENES	20
7306	CONTRATACIONES DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES Y SERVICIOS TEC	548,035.00
7307	EGRESOS EN INFORMATICA	132,133.80
7308	BIENES DE USO Y CONSUMO DE INVERSION	62,983.98
7314	BIENES MUEBLES NO DEPRECIABLES	440
7316	FONDOS DE REPOSICION DE INVERSION	1,000.00
7701	IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	474,921.20
7702	SEGUROS, COSTOS FINANCIEROS Y OTROS GASTOS	55,700.00
7801	TRANSFERENCIAS O DONACIONES PARA INVERSION AL SECTOR PUBLICO	24,000.00
8401	BIENES MUEBLES	58,800.00
8404	INTANGIBLES	500
Total Gastos		**7,511,725.38**

Las actividades planificadas fueron entregadas por los Directores de cada área desglosados de la siguiente manera:

COMERCIALIZACIÓN Y ALIANZAS ESTRATIGICAS:

1	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
1	COMERCIALIZACIÓN de unidades de negocio de Quito Turismo y ALIANZAS ESTRATÉGICAS	CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	132,600.00	1,074,993.27
		CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	86,939.88	
		EVENTOS EN OTROS ESPACIOS	430,000.00	
		GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION Y ALIANZAS	147,580.69	
		QUINDE VISITOR CENTER	84,965.83	
		TALENTO HUMANO DE COMERCIALIZACION	192,906.87	

MERCADEO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
2	MERCADEO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	GASTOS COMUNES DE MERCADEO	304,000.00	1,419,298.54
		INBOUND MARKETING	20,000.00	
		MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO	465,000.00	
		MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)	160,000.00	
		MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA)	95,000.00	
		PROMOCION NACIONAL	131,000.00	
		TALENTO HUMANO DE MERCADEO	244,298.54	

INDUSTRIA DE REUNIONES MICE RICE:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
3	RICE/MICE - INDUSTRIA DE REUNIONES	GASTOS COMUNES DE MICE	118,016.00	536,356.49
		PROMOCION INTERNACIONAL	172,000.00	
		PROMOCION NACIONAL	110,000.00	
		TALENTO HUMANO DE MICE	136,340.49	

COMUNICACIÓN:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
4	COMUNICACIÓN MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	COMUNICACION NACIONAL	129,700.00	**306,421.41**
		GASTOS COMUNES DE COMUNICACION	15,324.00	
		TALENTO HUMANO DE COMUNICACION	161,397.41	

INTELIGENCIA DE MERCADOS:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
5	INTELIGENCIA DE MERCADOS MC: SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS ELABORADO	01 GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	35,160.00	**328,160.00**
		01 SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES	293,000.00	

DESARROLLO:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
6	DESARROLLO MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS EXISTENTES Y POTENCIALES EN ZONAS URBANAS Y RURALES DESARROLLADOS Y FORTALECIDOS.	GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	104,370.00	**1,232,477.46**
		GESTION TURISTICA	540,500.00	
		PROYECTOS TURISTICOS	220,050.00	
		TALENTO HUMANO DE DESARROLLO	367,557.46	

CALIDAD:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
7	CALIDAD MC: ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DMQ CON NORMATIVAS DE CALIDAD IMPLEMENTADAS Y FORTALECIDAS.	CAPACITACION TURISTICA	167,635.00	**698,992.95**
		DISTINTIVO Q	48,286.20	
		GASTOS COMUNES DE CALIDAD	27,496.20	
		REGULACION	13,213.80	
		TALENTO HUMANO DE CALIDAD	442,361.75	

FORTALECIMIENTO EMPRESARIAS ADMINSTRATIVO:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
8	GESTION DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO MC: PLAN DE GESTION DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO	ADMINISTRACION DEL PORTAL	1,000.00	777,308.00
		ADMINISTRACION FINANCIERA Y CONTROL PREVIO	45,200.00	
		GASTOS COMUNES DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	83,283.00	
		GESTION ADMINSTRATIVA	383,071.00	
		GESTION JURIDICA	2,720.00	
		INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA	262,034.00	

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL TALENTO HUMANO:

N°	Programa	Proyecto	Asignación Inicial	Total
9	GESTION DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO MC: PLAN DE GESTION DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO	GASTOS COMUNES GESTION TALENTO HUMANO	4,731.90	**1,137,717.26**
		GESTION DEL TALENTO HUMANO	35,037.00	
		TALENTO HUMANO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	1,097,948.36	

2. EJECUCION PRESUPUESTARIA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020.-

2.1 INGRESOS. -

El presupuesto de ingresos fue por la suma inicial de $ 7.511.725,38 (Siete millones quinientos once mil setecientos veinte y cinco dólares con 38/100).

A finales del año 2019 se dio a conocer por primera vez la aparición del nuevo virus denominado coronavirus Sars-CoV-2 el cual se propagó a nivel mundial a inicios del año 2020; dentro del primer trimestre del año en mención la OMS declaro a este virus como pandemia, por lo que en Ecuador se declaró el Estado de Excepción a partir del 16 de marzo de 2020 así mismo se determinó el toque de queda.

A causa de la Emergencia Sanitaria se paralizó las actividades en varios sectores económicos golpeando duramente la economía de nuestro país, naturalmente el área de turismo fue afectada en gran proporción a nivel nacional como mundial.

El Presupuesto de Quito Turismo en la recaudación de fondos propios disminuyó notablemente, debido a que se dejó realizar eventos en el Centro Bicentenario, así también la tasa de turismo disminuyó ya que los establecimientos turísticos dejaron de aportar por la falta de sus actividades.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, mediante comunicación No. GADDMQ-AM-2020-0723-OF de fecha 03 de Julio del 2020, solicitó se realice la propuesta de reforma presupuestaria en base a las medidas de austeridad estipuladas en la resolución No. A-049.

A través de la Ordenanza PMU No. 003-2020 sancionada el 19 de noviembre de 2020, el Consejo aprueba la "*Reforma del Presupuesto General del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para el ejercicio económico 2020*", en el cual consta una disminución de contribución a la Empresa Quito Turismo.

Con la reducción de la asignación Municipal a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico y la determinación de la baja en la recaudación de los ingresos propios de la empresa, se realiza la disminución al techo presupuestario para año 2020 por un valor de $3, 349,555.37 (Tres millones trescientos cuarenta y nueve mil quinientos cincuenta y cinco dólares con 37/100) lo que representa un 45% aproximadamente de la asignación inicial. Quedando así un codificado de $4,162,170.01 (Cuatro millones ciento sesenta y dos mil ciento setenta dólares con 01/100), disminución que fue aprobada mediante Resolución de Sesión Extraordinaria de Directorio N° EPMGDT-SD-002-EX de fecha 15 de diciembre de 2020.

Del valor final del presupuesto que la empresa mantuvo al 31 de diciembre de 2020, se obtuvo un devengamiento de $ 4.234.882.18 (Cuatro millones doscientos treinta y cuatro mil ochocientos ochenta y dos dólares con 18/100) que representa el 101.75% frente a su codificado, esto se produjo en razón de que se recaudó un valor más alto de lo presupuestado en la partida de tasas y contribuciones, y en otros ingresos. En cuanto al recaudado se obtuvo el 97.11% del citado valor devengado, esto significa que se recaudó casi en su totalidad el valor del presupuesto de ingresos, conforme se puede demostrar en el cuadro siguiente:

Partida	Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Devengado	Recaudado	% Devengado vr Codificado	% Recaudado/ codificado
13	TASAS Y CONTRIBUCIONES	2,505,000.00	-1,172,000.00	1,333,000.00	1,351,175.93	1,351,175.93	101.36%	101.36%
14	VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	1,212,400.00	-1,089,500.00	122,900.00	118,980.21	82,409.78	96.81%	67.05%
17	RENTAS DE INVERSIONES Y MULTAS	195,200.00	-40,783.00	154,417.00	198,343.54	123,253.35	128.45%	79.82%
18	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	2,635,898.96	-1,054,372.37	1,581,526.59	1,581,526.59	1,581,526.59	100.00%	100.00%
19	OTROS INGRESOS	30,000.00	5,900.00	35,900.00	50,412.08	40,355.58	140.42%	112.41%
24	VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	0	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	100.00%	100.00%
37	FINANCIAMIENTO INTERNO	933,226.42	0	933,226.42	933,226.42	933,226.42	100.00%	100.00%
Total Ingresos		**7,511,725.38**	**-3,349,555.37**	**4,162,170.01**	**4,234,864.77**	**4,113,147.65**	**101.75%**	**98.82%**

El análisis de cada una de las partidas presupuestarias de ingresos se presenta a continuación:

Código	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Devengado	Recaudado	% Devengado
130107.001	LEVANTAMIENTO DE TEXTOS, REPRODUCCION Y EDICION DE PLIEGOS	5,000.00	500	5,500.00	7,501.74	7,501.74	136.40%
130112.000	PERMISOS, LICENCIAS Y PATENTES	1,000,000.00	-145,500.00	854,500.00	847,536.89	847,536.89	99.19%
130304.000	SECTOR TURISTICO Y HOTELERO	1,500,000.00	-1,027,000.00	473,000.00	496,137.30	496,137.30	104.89%
140299.001	VENTA DE PRODUCTOS UNIDADES DE NEGOCIOS	115,000.00	-103,500.00	11,500.00	12,879.92	12,863.39	112.00%
140310.000	DE ESPECTACULOS PUBLICOS	0	500	500.00	133.99	133.99	26.80%
140310.002	RUTAS TURISTICAS	5,000.00	0	5,000.00	2,157.71	2,157.71	43.15%
140399.002	ORGANIZACION Y COORDINACION DE EVENTOS	600,000.00	-600,000.00	0.00	0	0	0.00%
140399.006	AUSPICIOS Y ALIANZAS	32,000.00	-20,500.00	11,500.00	11,490.11	11,490.11	99.91%
140399.008	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	0	5,000.00	5,000.00	4,975.60	3,335.96	99.51%
140399.009	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	160,000.00	-133,000.00	27,000.00	26,175.10	26,175.10	96.94%
140399.013	CENTRO INTEGRAL DE ATENCION AL TURISTA	400	0	400.00	140	140	35.00%
140399.020	CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	300,000.00	-238,000.00	62,000.00	61,027.78	26,113.52	98.43%
170199.000	INTERESES POR OTRAS OPERACIONES	0	800	800.00	741.69	741.69	92.71%
170202.005	ARRIENDO INMUEBLES EX AEROPUERTO	170,000.00	-56,583.00	113,417.00	145,762.73	92,369.30	128.52%
170202.007	ARRIENDO ESPACIO QUINDE VISITOR CENTER	25,200.00	-20,000.00	5,200.00	5,033.34	5,033.34	96.80%
170399.000	OTROS INTERESES POR MORA	0	7,000.00	7,000.00	8,532.85	6,488.10	121.90%
170402.000	INFRACCION A ORDENANZAS MUNICIPALES	0	28,000.00	28,000.00	38,272.93	18,620.92	136.69%
180104.000	ENTIDADES DEL GOBIERNO SECCIONAL	2,635,898.96	-1,054,372.37	1,581,526.59	1,581,526.59	1,581,526.59	100.00%
190101.000	EJECUCION DE GARANTIAS	0	0	0.00	6,430.54	6,430.54	0.00%
190499.000	OTROS NO ESPECIFICADOS	15,000.00	10,000.00	25,000.00	26,451.13	24,994.58	105.80%
190499.001	REEMBOLSO COMUNALES EX AEROPUERTO Y LA RONDA	10,000.00	0	10,000.00	16,696.55	8,096.60	166.97%
190499.003	REEMBOLSO GASTOS BASICOS CCEE	500	-500	0.00	0	0	0.00%
190499.007	ALICUOTA SERVICIOS QUINDE VISITOR CENTER	4,500.00	-3,600.00	900.00	833.86	833.86	92.65%
240103.000	MOBILIARIOS	0	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	100.00%
370102.000	DE FONDOS DE AUTOGESTION	607,175.10	0	607,175.10	607,175.10	607,175.10	100.00%
370104.001	DEL FONDO DE PROMOCION TURISTICO	326,051.32	0	326,051.32	326,051.32	326,051.32	100.00%
TOTAL INGRESOS		**7,511,725.38**	**-3,349,555.37**	**4,162,170.01**	**4,234,864.77**	**4,113,147.65**	**101.75%**

A continuación, se presenta un análisis respecto del comportamiento de cada una de las fuentes de financiamiento de la Empresa Quito Turismo durante el año 2020:

2.1.1 LEVANTAMIENTO DE TEXTOS, REPRODUCCION Y EDICION DE PLIEGOS. -

Quito Turismo recibió $ 7.501,74 (Siete mil quinientos un dólares con 74/100) por levantamiento de textos, reproducción y edición de pliegos para participación en los procesos de contratación que Quito Turismo publica en el portal de compras públicas, este valor es cancelado por el proveedor adjudicado, conforme información que remite la Jefatura de Compras Públicas. El valor devengado representa el 100% frente a su codificado.

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	-	-
Febrero	3,026.46	2,336.46
Marzo	347.50	1,037.50
Abril	-	-
Mayo	-	-
Junio	-	-
Julio	-	-
Agosto	-	-
Septiembre	1,487.61	1,487.61
Octubre	-	-
Noviembre	160.00	160.00
Diciembre	2,480.17	2,480.17
TOTAL	**7,501.74**	**7,501.74**

2.1.2 PERMISOS, LICENCIAS Y PATENTES (LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO)

De conformidad con lo establecido en la Ordenanza Metropolitana 276, la tasa es recaudada directamente por el Municipio, quién lo registra en su totalidad como Fondos Ajenos, dichos recursos son transferidos a Quito Turismo, generalmente después de dos o tres meses.

Durante el ejercicio económico 2020, el Municipio entregó por concepto de esta tasa la cantidad de $ 847.536,89 (Ochocientos cuarenta y siete mil quinientos treinta y seis dólares con 89/100) frente a un codificado de $ 854.500,00 (Ochocientos cincuenta y cuatro mil quinientos con 00/100) lo que representa el 99.19% a nivel de partida presupuestaria y el 20.01% a nivel global.

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	75,897.41	75,897.41
Febrero	-	-
Marzo	145,269.91	145,269.91
Abril	-	-
Mayo	165,790.17	165,790.17
Junio	-	-
Julio	21,773.84	21,773.84
Agosto	63,858.25	63,858.25
Septiembre	130,901.22	130,901.22
Octubre	59,857.60	59,857.60
Noviembre	79,471.66	79,471.66
Diciembre	104,716.83	104,716.83
TOTAL	**847,536.89**	**847,536.89**

2.1.3 TASA POR FACILIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS. -

De conformidad a lo establecido en la Tercera Disposición General de la Ordenanza Metropolitana N°0149 "Los recursos económicos de este fondo deberán financiar las actividades de promoción, desarrollo de productos turístico, capacitación e impulso del segmento de reuniones y eventos en el Distrito Metropolitano de Quito, según la planificación estratégica y operativa de la empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo".

El devengado de la tasa por servicios y facilidades turísticas fue de $ 496.137,30 (Cuatrocientos treinta y seis mil ciento treinta y siete dólares con 630/100) frente a un codificado de $ 473.00,00 (Cuatrocientos setenta y tres dólares con 00/100) lo que representa el 104.89% a nivel de partida presupuestaria y el 11.72% a nivel global.

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	108,623.25	108,623.25
Febrero	124,007.19	124,007.19
Marzo	107,056.25	107,056.25
Abril	22,909.25	22,909.25
Mayo	13,989.00	13,989.00
Junio	9,499.66	9,499.66
Julio	15,202.99	15,202.99
Agosto	8,867.75	8,867.75
Septiembre	14,500.40	14,500.40
Octubre	26,683.25	26,683.25
Noviembre	19,801.20	19,801.20
Diciembre	24,997.11	24,997.11
TOTAL	**496,137.30**	**496,137.30**

2.1.4 VENTA DE PRODUCTOS EN LA UNIDAD DE NEGOCIOS QUINDE VISITOR CENTER.-

De acuerdo con lo previsto en el Art. 4 de la Ley de Empresas Públicas, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico ha creado Unidades de Negocio, siendo una de ellas la Tienda Quinde Visitor Center encargada de la comercialización de los productos que promocionan la ciudad.

Esta Unidad tuvo un devengado de $ 12.879,92 (Doce mil ochocientos detenta y nueve dólares con 92/100) frente a un codificado de $ 11.500,00 (Once mil quinientos dólares con 00/100).

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	2,746.16	2,746.16
Febrero	2,439.75	2,439.75
Marzo	604.21	604.21
Abril	-	-
Mayo	-	-
Junio	-	-
Julio	204.46	204.46
Agosto	-	-
Septiembre	882.17	882.17
Octubre	1,327.88	1,327.88
Noviembre	1,255.79	1,255.79
Diciembre	3,419.50	3,402.97
TOTAL	**12,879.92**	**12,863.39**

2.1.5 RUTAS TURÍSTICAS.-

Corresponden a las ventas de rutas turísticas y operación turística, al 31 de diciembre 2020 se devengo $ 2.157,71 (Dos mil ciento cincuenta y siete dólares con 71/100), frente a un codificado de $ 5.000,00 (Cinco mil dólares con 00/100) representando el 43.15% a nivel de partida presupuestaria y 0.05% a nivel global.

Su mayor impacto se da en el mes de diciembre.

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	319.67	319.67
Febrero	174.57	174.57
Marzo	60.72	60.72
Abril	-	-
Mayo	-	-
Junio	-	-
Julio	-	-
Agosto	-	-
Septiembre	-	-
Octubre	559.88	559.88
Noviembre	94.65	94.65
Diciembre	948.22	948.22
TOTAL	**2,157.71**	**2,157.71**

2.1.6 DE ESPECTACULOS PUBLICOS. -

Las áreas de Desarrollo y Mercadeo realizan rutas en el Centro Histórico para dar a conocer y promocionar a la Ciudad, estas son comercializas a través del Quinde Visitor Center, al 31 de diciembre 2020 de devengo un valor de 133.39 (ciento treinta y tres dólares con 39/100) frente a su codificado de $ 500.00 (quinientos dólares con 00/100).

2.1.7 ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DE EVENTOS. -

Dentro del área de Comercialización le corresponde la venta de servicios de organización y coordinación de eventos.

Debido a la emergencia sanitaria por COVID-19 se dejó de realizar varios eventos, por ende, en la reforma de disminución de techo presupuestario se realizó la baja de este rubro en su totalidad.

2.1.8 AUSPICIOS Y ALIANZAS. -

Dentro del área de Comercialización tienen previsto la venta de auspicios, dentro de esta partida de ingreso se encuentra también la gestión de venta del producto bus turístico y refleja un devengamiento de $ 11.490,11 (once mil cuatrocientos noventa dólares con 11/100) frente a un codificado de $ 11.500,00 (Once mil quinientos dólares con 00/100).

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	3,880.12	-
Febrero	-	3,880.12
Marzo	-	-
Abril	-	-
Mayo	-	-
Junio	-	-
Julio	2,609.99	-
Agosto	-	2,609.99
Septiembre	-	-
Octubre	-	-
Noviembre	5,000.00	-
Diciembre	-	5,000.00
TOTAL	**11,490.11**	**11,490.11**

1.1.1 ALQUILER DE ESPACIOS EN EL CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO. -

La Unidad de Negocios Centro de Convenciones Eugenio Espejo tenía por objeto el servicio y alquiler de las instalaciones del centro.

Con fecha 26 de diciembre 2019 se firmó la terminación del convenio donde Quito Turismo deja de ser administrador de dichos espacios y se entregó al Ministerio de Cultura, sin embargo, en el año 2020 se releja un devengado de $4,975.60 (Cuatro mil novecientos setenta y cinco dólares con 60/100) y un recaudado de $3,335.96 (Tres mil trescientos treinta y cinco con 96/100), esto se debe a que algunos clientes solicitaron cambio de factura luego del cierre del periodo fiscal 2019.

1.1.2 MOBILIARIO

Del mobiliario que se utilizaba en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo como parte de los espacios que se alquilaba, se realizó una venta a Fundación Jacchigua de varias sillas, lo que representó un ingreso para Quito Turismo de $ 1,200.00 (Mil doscientos dólares con 00/100).

1.1.3 ALQUILER DE ESPACIOS EN EL CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO. -

La Unidad de Negocios Centro de Eventos Bicentenario tiene por objeto el servicio y alquiler de las instalaciones de los espacios que conforman el ex aeropuerto Mariscal Sucre de Quito.

Al 31 de diciembre 2020 se registra un devengamiento de $26,175.10 (veinte y seis mil ciento setenta y cinco dólares con 10/100) y un recaudado por el mismo valor.

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	-	-
Febrero	21,170.10	5,775.00
Marzo	21,261.60	35,525.10
Abril	-	-
Mayo	(16,256.60)	(15,125.00)
Junio	-	-
Julio	-	-
Agosto	-	-
Septiembre	-	-
Octubre	-	-
Noviembre	-	-
Diciembre	-	-
TOTAL	**26,175.10**	**26,175.10**

1.1.4 CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO. -

A finales del año 2018 se puso en operación al nuevo Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, a través del cual se planificó percibir ingresos por varios eventos a realizarse.

Durante el periodo 2020 Se devengó el valor de $61,027.78 (sesenta un mil veinte y siete dólares con 78/100) frente a su codificado de $62,000.00 (sesenta y dos mil dólares con 00/100) y un recaudado de $26,113.52 (veinte y seis mil ciento trece dólares con 52/100).

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	24,064.26	10,464.26
Febrero	2,049.26	14,223.00
Marzo	36,728.26	-
Abril	-	-
Mayo	(1,400.00)	-
Junio	-	-
Julio	-	-
Agosto	-	-
Septiembre	-	-
Octubre	-	-
Noviembre	(414.00)	-
Diciembre	-	1,426.26
TOTAL	**61,027.78**	**26,113.52**

Cabe recalcar que debido al COVID-19 el COE nacional a través del Ministerio de Salud vieron viable utilizar las instalaciones del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito – CCMQ Y del Centro de Eventos Bicentenario – CEB, como centros de aislamiento preventivo obligatorio durante la emergencia sanitaria que se vive hasta la actualidad.

Con lo expuesto anteriormente se dejó de percibir ingresos por dichos espacios, por lo que se refleja únicamente los ingresos por eventos realizados antes del confinamiento.

Adicional es importante mencionar que las ventas se ven afectadas por la devolución de valores recibidos como parte de pago por eventos que no pudieron llevarse a cabo en el Centro de Eventos Bicentenario y en el Centro de Convenciones Metropolitano de Quito.

En cuanto al valor ejecutado se refiere a los valores por cobrar que la empresa mantiene al 31 de diciembre y que se está realizando los trámites necesarios para dicha recuperación.

1.1.5 ARRIENDO ESPACIO QUINDE VISITOR CENTER.-

La Dirección de Comercialización de Quito Turismo en cumplimiento a sus funciones generó recursos a través del alquiler de espacios dentro del Quinde Visitor Center con el fin de que los turistas puedan disponer de otras alternativas para conocer la ciudad.

Debido a la emergencia sanitaria por COViD-19 los arrendatarios dejaron de utilizar los espacios alquilados lo que representa para Quito Turismo otra disminución de ingresos.

Es así que al 31 de diciembre del 2020 se devengó $ 5.033,34 (Cinco mil treinta y tres dólares con 34/100) y se recaudó el mismo valor del devengado.

1.1.6 ARRIENDO INMUEBLES ANTIGUO AEROPUERTO. -

A partir de marzo del año 2013 Quito Turismo fue designado como Administrador de los espacios que conforman el antiguo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito, para lo cual se procedió a alquilar ciertos espacios que permitan obtener financiamiento para dar mantenimiento y seguridad adecuada, obteniendo un devengado de $ 145.762,73 (Ciento cuarenta y cinco mil setecientos sesenta y dos dólares con 73/100) lo que representa el 128.22% a nivel partida y el 3.44% a nivel global.

En el mes de septiembre el negativo obedece a las notas de crédito realizadas por solicitud de la AMT y por la Empresa Pública Metropolitana de Hábitat y Vivienda, con las cuales se ha llegado a convenios para poder recaudar los valores adeudados por dichos arrendadores.

Cabe indicar que debido a la Pandemia la Empresa Pública Metropolitana de Hábitat y Vivienda decidió desocupar los espacios que arrendaban, por lo que desde el mes de abril se dejó de percibir este ingreso.

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	1,254.85	-
Febrero	50,089.85	2,854.85
Marzo	2,054.85	800.00
Abril	23,617.50	-
Mayo	-	-
Junio	41,671.02	18,145.00
Julio	16,545.00	24,326.02
Agosto	800.00	800.00
Septiembre	(30,690.00)	667.80
Octubre	800.00	11,371.34
Noviembre	800.00	1,600.00
Diciembre	38,819.66	31,804.29
TOTAL	**145,762.73**	**92,369.30**

1.1.7 INFRACCIÓN A ORDENANZAS MUNICIPALES. -

Quito Turismo con el fin de precautelar el cumplimiento de las Ordenanzas N° 321 y 276 sancionadas del 18 de octubre de 2010 y 23 de enero de 2009 respectivamente, colabora con la Agencia Metropolitana de Control, quién a su vez como contraprestación apoya en la realización de los operativos de control y como consecuencia de ello incorpora en los expedientes respectivos la sanción con multa correspondiente.

Producto del incumplimiento a Ordenanzas Municipales se obtuvo un devengado de $ 38.272,93 (Treinta y ocho mil doscientos setenta y dos dólares con 93/100) lo que representa el 136.99% a nivel partida y 0.90% a nivel global.

MES	DEVENGADO	RECAUDADO
Enero	2,772.03	123.92
Febrero	4,760.90	4,291.18
Marzo	3,788.00	563.71
Abril	-	-

Mayo	-	-
Junio	-	101.09
Julio	-	103.95
Agosto	772.00	772.00
Septiembre	5,044.00	3,677.45
Octubre	5,076.00	1,295.08
Noviembre	12,788.00	2,910.12
Diciembre	3,272.00	4,782.42
TOTAL	**38,272.93**	**18,620.92**

1.1.8 ENTIDADES DEL GOBIERNO SECCIONAL. -

De conformidad a lo establecido en la Quinta Disposición General de la Ordenanza Metropolitana N°0149 corresponde al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito realizar una asignación presupuestaria que será al menos igual al monto recaudado por concepto de la Tasa de turismo y la tasa por Facilidades y servicios

turísticos en el ejercicio inmediatamente anterior al año de aprobación del presupuesto municipal.

Para el año 2020 la Asignación inicial fue de $2'635.898.96 (dos millones seiscientos treinta y cinco mil ochocientos noventa y ocho dólares con 96/100), debido a la emergencia sanitaria el codificado en esta partida descendió a $ 1'581.526,59 (Un millón quinientos ochenta un mil quinientos veinte y seis dólares con 59/100) y al 31 de diciembre se ha devengado en su totalidad representando el 100% del devengado a nivel partida y el 37.35 % a nivel global.

1.1.9 OTROS NO ESPECIFICADOS. -

El rubro de otros no especificados corresponde a ingresos varios como es el aporte por parte del Centro Ecuatoriano Norteamericano CEN de acuerdo a convenio Interinstitucional, entre otros, durante el año 2020 tuvo un devengado de $ 26.451,13 (Veinte y seis mil cuatrocientos cincuenta y un dólares con 13/100) representando el 105.80% a nivel partida y el 0.62% a nivel global.

1.1.10 REEMBOLSO GASTOS COMUNALES. -

Como parte de la administración de los espacios del Ex Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, Quito Turismo genera un reporte mensual con porcentajes aplicados a cada uno de los usuarios de estos espacios, a fin de que cancelen los gastos comunales correspondientes a servicios básicos a cargo de la Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

Durante el año 2020 este rubro se devengó en $ 16.696,55 (Dieciséis mil seiscientos noventa y seis dólares con 55/100) lo que representa el 166.97% a nivel partida presupuestaria y 0.39% a nivel global.

1.1.11 ALICUOTA SERVICIOS QUINDE VISITOR CENTER. -

Corresponde al valor por servicios básicos entre otros, que los arrendatarios de los espacios del Quinde Visitor Center deben cancelar, a fin de que cuenten con todos los servicios comunales que les permitan funcionar adecuadamente. En el 2020 se refleja un devengado de USD 833.86 (Ochocientos treinta y tres dólares con 86/100), cabe recalcar que los espacios del Quinde Visitor Center fueron entregados durante el confinamiento, por lo que los valores devengados responden al primer trimestre del periodo 2020.

1.1.12 CENTRO INTEGRAL DE ATENCIÓN AL TURISTA. -

Quito Turismo implementó dentro del Centro de Atención al Turista el alquiler de espacios (bolsillos acrílicos) para exhibición de material promocional, al 31 de diciembre de 2019 se devengó el valor de $ 140,00 (Ciento cuarenta dólares con 00/100) frente a su codificado de USD 400 (Cuatro cientos dólares con 00/100).

1.1.13 SALDOS EN CAJA BANCOS. -

Dentro de los rubros de saldos de caja bancos existen valores correspondientes a contratos y ordenes de servicios cuyo plazo de vigencia fue mayor al 31 de diciembre del 2019 y para cumplir con dichos compromisos ya adquiridos fue necesario incluirlos en el 2020. Así como el saldo remanente incorporado a la realización de la liquidación presupuestaria del año inmediato anterior.

RESUMEN INGRESOS:

Con los antecedentes antes expuestos y los resultados presentados se puede desprender claramente que se ha logrado cumplir en forma razonable la ejecución de los recursos que de manera directa le competen a la empresa de acuerdo a los planes y modificaciones para su implementación.

Las modificaciones efectuadas en el presupuesto están sustentadas en el Código de Planificación y Finanzas Públicas y en el principio presupuestario de flexibilidad, permitiendo realizarlas tomando en consideración las circunstancias y momentos debido a la Emergencia Sanitaria por COVID-19

2.1 INDICADORES PRESUPUESTARIOS DE INGRESOS. -

A continuación, se presentan los indicadores presupuestarios más importantes en la ejecución del presupuesto de ingresos de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico durante el ejercicio financiero 2020:

a) **MODIFICACIONES PRESUPUESTARIAS. -** Indica el porcentaje de variación que sufre el presupuesto inicialmente aprobado:

$$\textbf{Modificaciones Presupuestarias} = \frac{\text{Total Modificaciones Presupuestarias de Ingresos}}{\text{Total Presupuesto Inicial de Ingresos}}$$

$$= \frac{-3{,}349{,}555.37}{7{,}511{,}725.38}$$

$$= \mathbf{-44.59\%}$$

b) GRADO DE REALIZACIÓN DE LOS INGRESOS PRESUPUESTARIOS. - Compara el volumen del devengado reconocido en el periodo con lo asignado codificado:

Grado de realización de los Ingresos presupuestarios = $\dfrac{\text{Total Derechos Reconocidos}}{\text{Total Presupuesto Definitivo de Ingresos}}$

= $\dfrac{4{,}234{,}864.77}{4{,}162{,}170.01}$

= **101.75%**

Del grado de realización de los Ingresos Presupuestarios se puede observar que el cumplimiento de lo planificado en la recaudación de ingresos durante el año 2020 ha sido del 101.75%

c) **GRADO DE CUMPLIMIENTO DE INGRESOS. -** Pone de manifiesto el ritmo de cobro:

Grado de cumplimiento de Ingresos = $\frac{\text{Total de Recaudación Ejercicio Corriente}}{\text{Total de Derechos Reconocidos}}$

= $\frac{4,113,147.65}{4,234,864.77}$

= **97.13%**

Se ha recaudado el 97,13% del total del devengado hasta el 31 de diciembre 2020 por lo que se al cierre del ejercicio fiscal se logró cumplir casi al 100% de lo presupuestado.

d) TASA DE ACOPLAMIENTO ENTRE COBROS Y PAGOS. - Refleja el grado de sincronía entre el grado de cumplimiento de cobros y pagos:

Tasa de acoplamiento entre cobros y pagos $= \dfrac{\text{Total Recaudación Ejercicio Corriente}}{\text{Pagos Ejercicio Corriente}}$

$= \dfrac{4{,}113{,}147.65}{3{,}384{,}603.66}$

$=$ **121.53%**

Quito Turismo al 31 de diciembre 2020 cumplió con todas sus obligaciones, lo que permitió que su flujo de efectivo permita contratar y pagar manteniendo un equilibrio financiero adecuado, al tener suficiente flujo de caja.

e) **EFICACIA. -** Identifica el avance en la ejecución presupuestaria de los ingresos, respecto al presupuesto codificado:

$$\textbf{Eficacia} = \frac{\text{Ejecución Presupuestaria de Ingresos}}{\text{Presupuesto Codificado de Ingresos}}$$

$$= \frac{4{,}234{,}864.77}{4{,}162{,}170.01}$$

$$= \textbf{101.75\%}$$

Este indicador está directamente relacionado con el grado de realización de los ingresos presupuestarios, lo que determinó que los ingresos pudieron ejecutarse en un 101.75% frente al presupuesto estimado para el periodo 2020.

f) **DEPENDENCIA FINANCIERA**. - Determina el porcentaje de dependencia financiera de Quito Turismo con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:

$$\textbf{Dependencia Financiera} = \frac{\text{Ingreso de Transferencias (Inicial)}}{\text{Ingresos Totales}}$$

$$= 2{,}635{,}898.96$$

7,511,725.38

= **35.09%**

Dependencia Financiera = $\frac{\text{Ingreso de Transferencias (Codificado)}}{\text{Ingresos Totales}}$

= $\frac{1,581,526.59}{4,162,170.01}$

= **38.00%**

Dependencia Financiera = $\frac{\text{Ingreso de Transferencias (Recaudado)}}{\text{Ingresos Totales}}$

= $\frac{1,581,526.59}{4,162,170.01}$

= **38.00%**

Ingresos Efectivos = $\frac{\text{Recaudado}}{\text{Pagado}}$

= $\frac{4,113,147.65}{3,384,603.66}$

= **121.53%**

3. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DE GASTOS. -

El presupuesto de gastos sumó el valor de $ 7.511.725,38 (Siete millones quinientos once mil setecientos veinte y cinco dólares con 38/100), teniendo durante al año 2020 modificaciones por $3,349,555.37 (Tres millones trescientos cuarenta y nueve mil quinientos cincuenta y cinco dólares con 37/100), por lo que su codificado descendió a la suma de $ 4,162,170.01 (Cuatro millones ciento sesenta y dos mil ciento setenta dólares con 01/100), disminución que fue aprobada mediante Resolución de Sesión Extraordinaria de Directorio N° EPMGDT-SD-002-EX de fecha 15 de diciembre de 2020, de acuerdo a las medidas de austeridad estipuladas por la Administración General debido a la pandemia mundial por COVD-19.

Al 31 de diciembre 2020 se obtuvo una ejecución de $ 3.826.326,12 (Tres millones ochocientos veinte y seis mil trescientos veinte y seis dólares con 12/100), conforme se puede demostrar en el cuadro siguiente:

Programa	Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	Comp / Cod	Dev/ Cod
1	COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	1,074,993.27	-784,965.34	290,027.93	277,152.96	258,160.24	246,565.40	95.56%	89.01%
2	MERCADEO	1,419,298.54	-755,236.67	664,061.87	641,843.79	597,679.44	461,782.44	96.65%	90.00%
3	DESARROLLO DEL SEGMENTO DE NEGOCIOS, INCENTIVOS Y REUNIONES	536,356.49	-175,812.14	360,544.35	350,341.88	305,076.72	189,806.82	97.17%	84.62%
4	COMUNICACION	306,421.41	-39,247.44	267,173.97	264,760.37	255,575.71	224,360.67	99.10%	95.66%
5	INTELIGENCIA DE MERCADOS	328,160.00	-131,100.00	197,060.00	197,060.00	180,439.80	180,439.80	100.00%	91.57%
6	DESARROLLO Y GESTION TURISTICA	1,232,477.46	-670,544.38	561,933.08	496,068.41	493,639.11	479,321.41	88.28%	87.85%
7	GESTION DE LA CALIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS	698,992.95	-310,919.64	388,073.31	366,989.02	366,803.42	354,813.55	94.57%	94.52%
8	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL ADMINISTRATIVO	777,308.00	-339,323.00	437,985.00	423,641.00	388,415.88	301,656.40	96.73%	88.68%
9	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL TALENTO HUMANO	1,137,717.26	-142,406.76	995,310.50	980,968.21	980,544.95	945,857.17	227.56%	227.20%
Total Gastos		**7,511,725.38**	**-3,349,555.37**	**4,162,170.01**	**3,998,825.64**	**3,826,335.27**	**3,384,603.66**	**96.08%**	**91.93%**

EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DE GASTOS POR PROGRAMA

PROGRAMA	EJECUCION	PORCENTAJE
COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	258,160.24	6.75%
MERCADEO	597,679.44	15.62%
DESARROLLO DEL SEGMENTO DE NEGOCIOS, INCENTIVOS Y REUNIONES	305,076.72	7.97%
COMUNICACION	255,575.71	6.68%
INTELIGENCIA DE MERCADOS	180,439.80	4.72%
DESARROLLO Y GESTION TURISTICA	493,639.11	12.90%
GESTION DE LA CALIDAD DE SERVICIOS TURISTICOS	366,803.42	9.59%
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL ADMINISTRATIVO	388,415.88	10.15%
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL TALENTO HUMANO	980,544.95	25.63%
TOTAL	**3,826,335.27**	**100.00%**

Quito Turismo utiliza partidas presupuestarias de inversión por cuanto realiza acciones destinadas a la inversión turística del Distrito Metropolitano de Quito; sin embargo a partir del año 2014 se empezó a utilizar partidas presupuestarias de producción en el área de comercialización a fin de poder generar los costos de ventas de cada una de las Unidades de Negocios de Quito Turismo.

A continuación, se presenta la ejecución por grupos de partidas presupuestarias:

Partida	Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	Compr/ Cod	Dev/ Cod
61	EGRESOS EN PERSONAL DE PRODUCCION	192,906.87	-42,676.19	150,230.68	142,526.83	142,322.74	137,776.00	94.87%	94.74%
63	BIENES Y SERVICIOS PARA LA PRODUCCION	291,275.33	-173,290.33	117,985.00	114,577.30	96,005.38	88,957.28	97.11%	81.37%
67	OTROS GASTOS DE PRODUCCION	101,371.07	-79,558.82	21,812.25	20,048.83	19,832.12	19,832.12	91.92%	90.92%
71	EGRESOS EN PERSONAL PARA INVERSION	2,449,904.01	-437,484.60	2,012,419.41	1,957,073.14	1,954,701.12	1,890,214.04	97.25%	97.13%
73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSION	3,862,346.90	-2,305,588.61	1,556,758.29	1,526,430.33	1,394,171.86	1,032,674.72	98.05%	89.56%
77	OTROS GASTOS DE INVERSION	530,621.20	-251,966.61	278,654.59	214,719.42	196,252.26	196,239.71	77.06%	70.43%
78	TRANSFERENCIAS O DONACIONES PARA INVERSION	24,000.00	-4,690.21	19,309.79	19,309.79	18,909.79	18,909.79	100.00%	97.93%
84	BIENES DE LARGA DURACION PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	59,300.00	-54,300.00	5,000.00	4,140.00	4,140.00	0	82.80%	82.80%
Total Gastos		**7,511,725.38**	**-3,349,555.37**	**4,162,170.01**	**3,998,825.64**	**3,826,335.27**	**3,384,603.66**	**96.08%**	**91.93%**

GRUPO 61

GASTOS EN PERSONAL DE PRODUCCIÓN. - El porcentaje de ejecución en este grupo es del 94.74%, de fondos comprometidos con los que se ha cubierto el pago de remuneraciones del personal del área de Comercialización y ventas.

GRUPO 63

BIENES Y SERVICIOS DE PRODUCCIÓN. - El porcentaje comprometido de este grupo es del 81.73%, rubro que cubre todos los gastos del área comercial respecto a adquisición de bienes y servicios para las operaciones de Comercialización.

GRUPO 67

OTROS GASTOS DE PRODUCCIÓN. - Corresponde a gastos financieros por comisiones de cobros a través de tarjetas de crédito en las diferentes Unidades de Negocios de Quito Turismo. Así como el rubro del valor del gasto por Impuesto al Valor Agregado IVA del área de Comercialización, comprometiéndose hasta el 31 de diciembre 2020 el 90.92%.

GRUPO 71

GASTOS EN PERSONAL PARA INVERSIÓN. - El porcentaje de ejecución en este grupo es del 97.13%, fondos con los que se ha cubierto el pago de remuneraciones al 31 de diciembre 2020, del personal de nombramiento, Jubilación y código de trabajo de las Direcciones de

Mercadeo, Comunicación, Desarrollo, Calidad, Inversiones, Gerencia General, Asesoría Jurídica, Gerencia Técnica, Planificación, Administrativa y Financiera.

GRUPO 73

BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO PARA INVERSIÓN. - El porcentaje del valor comprometido es del 89.56%; concentrándose el mayor gasto en el rubro de servicios generales por las contrataciones de las operaciones propias de la empresa en Difusión y Promoción de la ciudad.

GRUPO 77

OTROS GASTOS DE INVERSIÓN. - Corresponde a gastos financieros por comisiones bancarias; pólizas de seguros de bienes e inmuebles de propiedad de Quito Turismo; gasto por Impuesto al Valor Agregado IVA de todas las áreas de la Empresa excepto Comercialización, y gastos notariales. El porcentaje de ejecución de este grupo representa el 70.43%.

GRUPO 78

TRANSFERENCIAS PARA INVERSIÓN. - Este gasto agrupa básicamente el aporte del 5x1000 que desde el año anterior está a cargo el Ministerio de Finanzas, lo que representa el 97.93%.

GRUPO 84

BIENES DE LARGA DURACIÓN. - El porcentaje de ejecución de grupo representa el 82.80%; concentrándose el mayor gasto en el rubro de "Equipos sistemas y paquetes informáticos", que obedece a la renovación y adquisición de equipo tecnológico para el archivo digital de Quito Turismo y otros equipos para demás áreas de la Empresa.

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico -Quito Turismo, mantiene netamente partidas presupuestarias de producción e inversión por cuanto realiza acciones destinadas a la inversión turística del Distrito Metropolitano de Quito.

Para tener una mejor visión de cada una de las partidas presupuestarias del ejercicio económico 2020, a continuación, un cuadro detallado por subgrupos de partidas presupuestarias:

Partida	Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	Compr/ Cod	Dev/ Cod
6101	REMUNERACIONES BASICAS	139,308.00	-28,308.00	111,000.00	110,230.70	110,230.70	108,739.33	99.31%	99.31%
6102	REMUNERACIONES COMPLEMENTARIAS	14,420.67	-2,365.67	12,055.00	11,467.07	11,467.07	9,978.81	95.12%	95.12%
6105	REMUNERACIONES TEMPORALES	3,500.00	-3,299.69	200.31	200.31	200.31	200.31	100.00%	100.00%
6106	APORTES PATRONALES A LA SEGURIDAD SOCIAL	28,537.80	-8,702.83	19,834.97	18,999.86	18,795.77	17,801.55	95.79%	94.76%
6107	INDEMNIZACIONES	7,140.40	0	7,140.40	1,628.89	1,628.89	1,056.00	22.81%	22.81%
6301	SERVICIOS BASICOS	42,240.00	-25,364.90	16,875.10	16,034.27	15,942.29	15,941.69	95.02%	94.47%
6302	SERVICIOS GENERALES	106,895.33	-55,065.15	51,830.18	51,545.56	48,055.48	44,579.18	99.45%	92.72%
6304	INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACIONES MENORES	86,380.00	-55,100.28	31,279.72	31,246.40	26,342.91	22,896.12	99.89%	84.22%
6306	CONTRATACIONES DE ESTUDIOS, INVESTIGACIONES Y SERVICIOS TECN	0	10,000.00	10,000.00	10,000.00	0	0	100.00%	0.00%
6307	EGRESOS EN INFORMATICA	300	-300	0.00	0	0	0	0.00%	0.00%
6308	BIENES DE USO Y CONSUMO DE PRODUCCION	9,960.00	-9,960.00	0.00	0	0	0	0.00%	0.00%
6312	ADQUISICIONES DE PRODUCTOS TERMINADOS	45,500.00	-37,500.00	8,000.00	5,751.07	5,664.70	5,540.29	71.89%	70.81%
6701	IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	88,140.69	-74,140.69	14,000.00	12,277.64	12,277.64	12,277.64	87.70%	87.70%
6702	SEGUROS, COSTOS FINANCIEROS Y OTROS GASTOS	13,230.38	-5,418.13	7,812.25	7,771.19	7,554.48	7,554.48	99.47%	96.70%
7101	REMUNERACIONES BASICAS	1,728,464.00	-232,640.03	1,495,823.97	1,479,599.03	1,479,599.03	1,453,354.72	98.92%	98.92%
7102	REMUNERACIONES COMPLEMENTARIAS	184,912.00	-26,924.22	157,987.78	154,350.53	154,240.66	132,420.73	97.70%	97.63%
7105	REMUNERACIONES TEMPORALES	52,000.00	-31,741.06	20,258.94	19,258.94	19,258.93	19,258.93	95.06%	95.06%
7106	APORTES PATRONALES A LA SEGURIDAD SOCIAL	355,504.81	-70,750.38	284,754.43	275,852.10	275,384.42	259,147.07	96.87%	96.71%
7107	INDEMNIZACIONES	129,023.20	-75,428.91	53,594.29	28,012.54	26,218.08	26,032.59	52.27%	48.92%
7301	SERVICIOS BASICOS	105,564.00	-22,620.02	82,943.98	79,414.26	78,669.18	77,445.70	95.74%	94.85%
7302	SERVICIOS GENERALES	2,700,676.10	-1,581,425.94	1,119,250.16	1,108,084.27	1,018,095.98	697,933.38	99.00%	90.96%
7303	TRASLADOS, INSTALACIONES, VIATICOS Y SUBSISTENCIAS	97,400.00	-67,793.37	29,606.63	25,229.42	19,033.05	17,857.44	85.22%	64.29%
7304	INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACION	214,094.02	-155,012.24	59,081.78	55,919.98	54,996.98	47,368.79	94.65%	93.09%
7305	ARRENDAMIENTOS DE BIENES	20	0	20.00	13.44	13.44	13.44	67.20%	67.20%
7306	CONTRATACIONES DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES Y SERVICIOS TEC	548,035.00	-338,635.00	209,400.00	208,712.40	188,959.35	172,640.80	99.67%	90.24%
7307	EGRESOS EN INFORMATICA	132,133.80	-89,986.32	42,147.48	39,222.30	25,222.30	11,258.72	93.06%	59.84%
7308	BIENES DE USO Y CONSUMO DE INVERSION	62,983.98	-49,565.72	13,418.26	9,834.26	9,181.58	8,156.45	73.29%	68.43%
7314	BIENES MUEBLES NO DEPRECIABLES	440	0	440.00	0	0	0	0.00%	0.00%
7316	FONDOS DE REPOSICION DE INVERSION	1,000.00	-550	450.00	0	0	0	0.00%	0.00%
7701	IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	474,921.20	-230,662.82	244,258.38	180,746.80	163,466.89	163,466.89	74.00%	66.92%
7702	SEGUROS, COSTOS FINANCIEROS Y OTROS GASTOS	55,700.00	-21,303.79	34,396.21	33,972.62	32,785.37	32,772.82	98.77%	95.32%
7801	TRANSFERENCIAS O DONACIONES PARA INVERSION AL SECTOR PUBLICO	24,000.00	-4,690.21	19,309.79	19,309.79	18,909.79	18,909.79	100.00%	97.93%
8401	BIENES MUEBLES	58,800.00	-54,300.00	4,500.00	4,140.00	4,140.00	0	92.00%	92.00%
8404	INTANGIBLES	500	0	500.00	0	0	0	0.00%	0.00%
Total Gastos		**7,511,725.38**	**-3,349,555.37**	**4,162,170.01**	**3,998,825.64**	**3,826,335.27**	**3,384,603.66**	**96.08%**	**91.93%**

El presupuesto de gastos del periodo 2020 se ha ejecutado en un 91,93% según consta en su comprometido, está situación demuestra que el global del presupuesto de gastos de la empresa ha sido cumplida de acuerdo a los planes y modificaciones para su implementación, considerando en forma adicional la recaudación efectiva de los ingresos.

Las modificaciones realizadas están sustentadas en el Código de Planificación y Finanzas Públicas y en el principio presupuestario de flexibilidad, permitiendo realizarlas tomando en consideración las circunstancias y momentos específicos de su necesidad.

A continuación, un detalle por programa de gasto:

1.1.14 COMERCIALIZACIÓN Y ALIANZAS ESTRATEGICAS. -

Unidades de Negocio de Quito Turismo Comercializadas y Alianzas Estratégicas, administrado por la Dirección de Comercialización tuvo una asignación inicial de $ 1.074.993,27 (Un millón setenta y cuatro mil novecientos noventa y tres dólares con 27/100), sufrió modificaciones disminuyendo su asignación en $ 784.965,34 (Setecientos ochenta y cuatro mil novecientos sesenta y cinco dólares con 34/100) obteniendo un codificado final de $ 290.027,93 (Doscientos noventa mil veinte y siete dólares con 93/100) de los cuales se comprometieron recursos por $ 277.152,96 (Doscientos setenta y siete mil ciento cincuenta y dos dólares con 96/100) al 31 de diciembre de 2020 se refleja un devengado de $ 258.160,24 (Doscientos cincuenta y ocho mil ciento sesenta dólares con 24/100.

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	% Comp./Cod.	% Dev./Cod.
CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	132,600.00	-74,540.84	58,059.16	58,059.16	53,065.30	50,613.70	100.00%	91.40%
CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	86,939.88	-50,492.75	36,447.13	36,405.84	33,879.06	32,375.37	99.89%	92.95%
EVENTOS EN OTROS ESPACIOS	430,000.00	-430,000.00	0.00	0	0	0	0.00%	0.00%
GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION Y ALIANZAS	147,580.69	-123,580.69	24,000.00	22,277.64	12,277.64	12,277.64	92.82%	51.16%
QUINDE VISITOR CENTER	84,965.83	-63,674.87	21,290.96	17,883.49	16,615.50	13,522.69	84.00%	78.04%
TALENTO HUMANO DE COMERCIALIZACION	192,906.87	-42,676.19	150,230.68	142,526.83	142,322.74	137,776.00	94.87%	94.74%
TOTAL	**1,074,993.27**	**-784,965.34**	**290,027.93**	**277,152.96**	**258,160.24**	**246,565.40**	**95.56%**	**89.01%**

1.1.15 MERCADEO.-

La Dirección de Mercadeo encargada de la promoción y gestión turística del Destino Quito a nivel nacional e internacional, para el año 2020 tuvo una asignación inicial de $1.149.052,54 (Un millón ciento cuarenta y nueve mil cincuenta y dos dólares con 54/100) y se ha disminuido en $ 755.236,67 (setecientos cincuenta y cinco mil doscientos treinta y seis dólares con 67/100) por lo que su presupuesto codificado quedó en $664.061,87 (seiscientos sesenta y cuatro mil sesenta y un dólares con 87/100) de los cuales se comprometió $ 641.843,79 (seiscientos cuarenta y un mil ochocientos cuarenta y tres dólares con 79/100) y un devengado de $ 597.679,44 (quinientos noventa y siete mil seiscientos setenta y nueve dólares con 44/100), lo que representa el 90% frente a su codificado.

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	% Comp./Cod.	% Dev./Cod.
GASTOS COMUNES DE MERCADEO	304,000.00	-184,417.99	119,582.01	100,624.30	91,963.34	84,847.53	84.15%	76.90%
INBOUND MARKETING	20,000.00	-549.91	19,450.09	19,450.09	19,043.83	4,789.51	100.00%	97.91%
MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO	465,000.00	-465,000.00	0.00	0	0	0	0.00%	0.00%
MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)	160,000.00	0	160,000.00	160,000.00	150,022.36	141,632.36	100.00%	93.76%
MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA)	95,000.00	0	95,000.00	95,000.00	71,674.98	0	100.00%	75.45%
PROMOCION NACIONAL	131,000.00	-40,000.00	91,000.00	91,000.00	91,000.00	61,762.09	100.00%	100.00%
TALENTO HUMANO DE MERCADEO	244,298.54	-65,268.77	179,029.77	175,769.40	173,974.93	168,750.95	98.18%	97.18%
TOTAL	**1,419,298.54**	**-755,236.67**	**664,061.87**	**641,843.79**	**597,679.44**	**461,782.44**	**96.65%**	**90.00%**

1.1.16 GESTIÓN DEL SEGMENTO DE NEGOCIOS, INCENTIVOS Y REUNIONES. -

El programa RICE MICE a cargo de la Dirección MICE, tenía una asignación inicial de $ 536.356,49 (Quinientos treinta y seis mil trescientos cincuenta y seis dólares con 49/100), al 31 de diciembre del 2020 se han realizado modificaciones por $ 175.812,14 (ciento setenta y cinco mil ochocientos doce dólares con 14/100) llegando a un codificado de $ 360.544,35 (trescientos sesenta mil quinientos cuarenta y cuatro dólares con 35/100) de los cuales se comprometió $ 350.341,88 (trecientos cincuenta mil trecientos cuarenta y un dólares con 88/100) registrando un devengado de $ 305.076,72 (trecientos cinco mil setenta y seis dólares con 72/100) al 31 de diciembre 2020.

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	% Comp./Cod.	% Dev./Cod.
GASTOS COMUNES DE MICE	118,016.00	-82,147.25	35,868.75	28,680.05	22,858.60	22,858.60	79.96%	63.73%
PROMOCION NACIONAL	110,000.00	-18,000.00	92,000.00	92,000.00	83,867.02	35,835.35	100.00%	91.16%
TALENTO HUMANO DE MICE	136,340.49	-19,664.89	116,675.60	113,661.83	113,661.83	110,522.65	97.42%	97.42%
PROMOCION INTERNACIONAL	172,000.00	-56,000.00	116,000.00	116,000.00	84,689.27	20,590.22	100.00%	73.01%
TOTAL	**536,356.49**	**-175,812.14**	**360,544.35**	**350,341.88**	**305,076.72**	**189,806.82**	**97.17%**	**84.62%**

1.1.17 COMUNICACIÓN.-

Comunicación tuvo una asignación inicial de $ 306.421,41 (trescientos seis mil cuatrocientos veinte y un dólares con 41/100), y disminuyó en $ 39.247,44 (Treinta y nueve mil doscientos cuarenta y siete dólares con 44/100) por lo que su codificado al 31 de diciembre 2020 es de $ 267.173,97 (doscientos sesenta y siete mil ciento setenta y tres dólares con 97/100), se comprometieron recursos por $ 264.760,37 (doscientos sesenta y cuatro mil setecientos sesenta dólares con 37/100) y un devengado de $ 255.575,71 (doscientos cincuenta y cinco mil quinientos setenta y cinco dólares con 71/100).

El rubro de Comunicación Nacional e Internacional es reflejo del trabajo a nivel mundial que se mantiene para atraer al turista extranjero a visitar la ciudad de Quito con la promoción y la comunicación a través de la aplicación UIO y la página Web.

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	% Comp./Cod.	% Dev./Cod.
COMUNICACION NACIONAL	129,700.00	-16,557.77	113,142.23	113,142.23	103,957.57	76,544.10	100.00%	91.88%
GASTOS COMUNES DE COMUNICACION	15,324.00	-1,746.93	13,577.07	13,577.07	13,577.07	13,577.07	100.00%	100.00%
TALENTO HUMANO DE COMUNICACION	161,397.41	-20,942.74	140,454.67	138,041.07	138,041.07	134,239.50	98.28%	98.28%
TOTAL	**306,421.41**	**-39,247.44**	**267,173.97**	**264,760.37**	**255,575.71**	**224,360.67**	**99.10%**	**95.66%**

1.1.18 INTELIGENCIA DE MERCADOS. -

Al programa de Inteligencia de Mercados a cargo de la Jefatura de Planificación, se le asignó un presupuesto inicial de $ 328.160,00 (trescientos veinte y ocho mil ciento sesenta dólares con 00/100), se realizó disminuciones por $ 131.100,00 (Cientos treinta y un mil cien dólares con 00/100) quedando al 31 de diciembre de 2020 un codificado de $197.060,00 (ciento noventa y siete mil sesenta dólares con 00/100) de los cuales se han comprometido recursos por la totalidad de su codificado y un devengamiento de $180.439.80 (ciento ochenta mil cuatrocientos treinta y nueve dólares con 80/100).

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	% Comp./Cod.	% Dev./Cod.
01 GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	35,160.00	-11,100.00	24,060.00	24,060.00	19,332.85	19,332.85	100.00%	80.35%
01 SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES	293,000.00	-120,000.00	173,000.00	173,000.00	161,106.95	161,106.95	100.00%	93.13%
TOTAL	**328,160.00**	**-131,100.00**	**197,060.00**	**197,060.00**	**180,439.80**	**180,439.80**	**100.00%**	**91.57%**

1.1.19 DESARROLLO Y GESTIÓN TURÍSTICA. -

Al programa de Desarrollo y Gestión Turística en el DMQ a cargo de la Dirección de Desarrollo, se le asignó un presupuesto inicial de $ 1'232,477,46 (un millón doscientos treinta y dos mil cuatrocientos setenta y siete dólares con 46/100) sus modificaciones son en $ 670.544,38 (Seiscientos setenta mil quinientos cuarenta y cuatro dólares con 38/100) por lo que su codificado al 31 de diciembre 2020 fue de $ 561.933,08 (quinientos sesenta y un mil novecientos treinta y tres dólares con 08/100) de los cuales se comprometieron recursos por el valor de $ 496.068,41 (Cuatrocientos noventa y seis mil sesenta y ocho dólares con 41/100) y se devengaron recursos por $ 493.639,11 (cuatrocientos noventa y tres mil seiscientos treinta y nueve dólares con 11/100).

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	% Comp./Cod.	% Dev./Cod.
GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	104,370.00	-40,250.14	64,119.86	37,746.32	37,027.68	36,891.42	58.87%	57.75%
GESTION TURISTICA	540,500.00	-289,170.00	251,330.00	241,041.00	239,440.20	231,869.50	95.91%	95.27%
PROYECTOS TURISTICOS	220,050.00	-200,050.00	20,000.00	18,432.00	18,432.00	18,102.49	92.16%	92.16%
TALENTO HUMANO DE DESARROLLO	367,557.46	-141,074.24	226,483.22	198,849.09	198,739.23	192,458.00	87.80%	87.75%
TOTAL	**1,232,477.46**	**-670,544.38**	**561,933.08**	**496,068.41**	**493,639.11**	**479,321.41**	**88.28%**	**87.85%**

1.1.20 GESTIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIOS TURÍSTICOS.-

Al programa de Gestión de la Calidad de Servicios Turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito se le asignaron recursos por $ 698.992,95 (Seiscientos noventa y ocho mil novecientos noventa y dos dólares con 95/100) al 31 der diciembre 2020 se ha disminuido el valor en $310.919,64 (Trecientos diez mil novecientos diecinueve dólares con 64/100) quedando un codificado de $

388.073,31 (trescientos ochenta y ocho mil setenta y tres dólares con 31/100) se comprometieron recursos por $ 366.803,02 (trescientos sesenta y seis mil ochocientos tres dólares con 02/100) y un devengado de $ 366.803,42 (trescientos sesenta y seis mil ochocientos tres dólares con 42/100).

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	Comp./Cod.	Dev./Cod
CAPACITACION TURISTICA	167,635.00	-167,635.00	0.00	0	0	0	0.00%	0.00%
DISTINTIVO Q	48,286.20	-48,286.20	0.00	0	0	0	0.00%	0.00%
GASTOS COMUNES DE CALIDAD	27,496.20	-13,596.20	13,900.00	608.98	538.65	538.65	4.38%	3.88%
REGULACION	13,213.80	-8,120.00	5,093.80	5,074.79	5,043.95	5,039.82	99.63%	99.02%
TALENTO HUMANO DE CALIDAD	442,361.75	-73,282.24	369,079.51	361,305.25	361,220.82	349,235.08	97.89%	97.87%
TOTAL	**698,992.95**	**-310,919.64**	**388,073.31**	**366,989.02**	**366,803.42**	**354,813.55**	**94.57%**	**94.52%**

1.1.21 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO. -

El programa de Fortalecimiento Empresarial Administrativo de Quito Turismo se encuentra a cargo de la Gerencia Financiera Administrativa a la cual de asignó un presupuesto inicial de $ 777.308,00 (seiscientos setenta y siete mil trecientos ocho dólares con 00/100), al 31 de diciembre 2020 se han realizado modificaciones disminuyendo su presupuesto en $ 339.223.00 (trescientos treinta y nueve mil doscientos veinte y tres dólares con 00/100) dándonos un codificado final de $438.085,00 (Cuatrocientos treinta y ocho mil ochenta y cinco dólares con 00/100), el comprometido al 31 de diciembre asciende a $ 423.641,00 (cuatrocientos veinte y tres mil seiscientos cuarenta y un dólares con 00/100) y se devengó en $ 388.415,88 (trescientos ochenta y ocho mil cuatrocientos quince dólares con 88/100).

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	Comp./Cod.	Dev./Cod
ADMINISTRACION DEL PORTAL	1,000.00	-1,000.00	0.00	0	0	0	0.00%	0.00%
ADMINISTRACION FINANCIERA Y CONTROL PREVIO	45,200.00	18,790.79	63,990.79	63,220.17	54,187.59	38,238.89	98.80%	84.68%
GASTOS COMUNES DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	83,283.00	-48,283.00	35,000.00	34,808.51	32,910.23	32,910.23	99.45%	94.03%
GESTION ADMINISTRATIVA	383,071.00	-123,644.47	259,426.53	255,414.26	245,121.82	185,324.62	98.45%	94.49%
GESTION JURIDICA	2,720.00	-700	2,020.00	900.63	900.63	270.63	44.59%	44.59%
INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA	262,034.00	-184,486.32	77,547.68	69,297.43	55,295.61	44,912.03	89.36%	71.31%
TOTAL	**777,308.00**	**-339,323.00**	**437,985.00**	**423,641.00**	**388,415.88**	**301,656.40**	**96.73%**	**88.68%**

1.1.22 FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL TALENTO HUMANO.-

El programa de Fortalecimiento Institucional Talento Humano se asignó inicialmente recursos por el valor de $ 1.137.717,26 (Un millón ciento treinta y siete mil setecientos diecisiete dólares con 26/100), el mismo que se ha modificado con una disminución de $ 142.406,76 (Ciento cuarenta y dos mil cuatrocientos seis dólares con 76/100) reflejando al 31 de diciembre un codificado de $ 995.310,50 (novecientos noventa y cinco mil trescientos diez dólares con 50/100) del cual se ha comprometido el valor de $ 981.773,48 (novecientos ochenta y un mil setecientos setenta y tres dólares con 48/100) y su devengado es del $ 980.544,92 (novecientos ochenta mil quinientos cuarenta y cuatro dólares con 92/1009

Descripción	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado	Pagado	Comp./Cod.	Dev./Cod
GASTOS COMUNES GESTION TALENTO HUMANO	4,731.90	-2,500.00	2,231.90	970.85	970.85	970.85	43.50%	43.50%
GESTION DEL TALENTO HUMANO	35,037.00	-22,655.04	12,381.96	10,550.86	10,510.86	9,878.46	85.21%	84.89%
TALENTO HUMANO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	1,097,948.36	-117,251.72	980,696.64	970,251.77	969,063.21	935,007.86	98.93%	98.81%
TOTAL	**1,137,717.26**	**-142,406.76**	**995,310.50**	**981,773.48**	**980,544.92**	**945,857.17**	**98.64%**	**98.52%**

INDICES PRESUPUESTARIOS DE GASTOS.-

A continuación se presentan los indicadores presupuestarios más importantes en la ejecución del presupuesto de gastos de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico al 31 de diciembre del año 2020:

1. **MODIFICACIONES PRESUPUESTARIAS.-** Indica el porcentaje de variación que sufre el presupuesto inicialmente aprobado:

$$\textbf{Modificaciones Presupuestarias} = \frac{\text{Total Modificaciones Presupuestarias de Gastos}}{\text{Total Presupuesto Inicial de Gastos}}$$

$$= \frac{-3{,}349{,}555.37}{7{,}511{,}725.38}$$

$$= \mathbf{-44.59\%}$$

a) **GRADO DE EJECUCIÓN DE LOS GASTOS PRESUPUESTARIOS.-** Compara el volumen de las obligaciones reconocidas en el periodo con los créditos definitivos esto es lo devengado frente a lo codificado lo que puede observarse que se ha devengado en un 91.93% :

Grado de ejecución de los Gastos presupuestarios = $\frac{\text{Total Obligaciones Reconocidas}}{\text{Total Presupuesto Definitivo de Gastos}}$

= $\frac{3{,}826{,}335.27}{4{,}162{,}170.01}$

= **91.93%**

b) **GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LOS GASTOS.-** Pone de manifiesto la capacidad de pago por lo que se puede evidenciar que del total obligado hasta el 31 de diciembre 2020 se ha pagado el 88.45% lo cual indica que existió suficiente liquidez para el pago de las obligaciones contraídas por Quito Turismo.

Grado de cumplimiento de los Gastos = $\frac{\text{Total de Pagos Ejercicio 2020}}{\text{Total de Obligaciones Reconocidas}}$

2,437,533.46 = $\frac{3,384,603.66}{3,826,335.27}$

= **88.46%**

c) **EFICACIA.-** Identifica el avance en la ejecución presupuestaria de los gastos, respecto del presupuesto codificado.

Este indicador está directamente relacionado con el grado de ejecución de los gastos presupuestarios, y determina la ejecución de gastos respecto al codificado que al 31 de diciembre 2020 alcanzó un 91.93%, su ejecución fue conforme a lo planificado:

Eficacia = $\frac{\text{Ejecución Presupuestaria de Gastos}}{\text{Presupuesto Codificado de Gastos}}$

= $\frac{3,826,335.27}{4,162,170.01}$

= **91.93%**

d) **GASTOS EFECTIVOS.-** Dentro de los Gastos efectivos podemos observar que la disponibilidad de recursos recaudados ha permitido que podamos cumplir con las obligaciones contraídas hasta el 31 de diciembre 2020 sin que se mantenga deudas pendientes en el corto plazo dando cumplimiento a las disposiciones y normativa para el Sector Público con relación al pago inmediato:

$$\textbf{Gastos Efectivos} = \frac{\text{Pagado}}{\text{Recaudado}}$$

$$= \frac{3{,}384{,}603.66}{4{,}113{,}147.65}$$

$$= \mathbf{82.29\%}$$

ANÁLISIS DE LAS UNIDADES DE NEGOCIOS. -

Como parte fundamental de las operaciones de la empresa es necesario realizar un análisis financiero de las Unidades de Negocios de Quito Turismo, es así que se ha tomado en consideración las ventas facturadas y gastos de bienes y/o servicios al 31 de diciembre de 2020, así como los porcentajes de aplicación de talento humano directo e indirecto a cada Unidad de Negocios, conforme información entregada por la Dirección de Comercialización en la proyección financiera presentada para el año 2020, obteniéndose los siguientes resultados:

QUITO TURISMO

UNIDADES DE NEGOCIOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

INGRESOS	Centro de Convenciones Eugenio Espejo	Quinde Visitor Center (Incluye Rutas)	Centro de Eventos Bicentenario	CEN	Centro de Convenciones Metropolitano de Quito	Total
VALOR FACTURADO (Valores Devengados)	4,975.60	33,334.91	26,175.10	9,600.00	61,027.78	135,113.39

GASTOS BIENES Y SERVICIOS (Valores Devengados)	Centro de Convenciones Eugenio Espejo	Quinde Visitor Center	Centro de Eventos Bicentenario	CEN	Centro de Convenciones Metropolitano de Quito	Total
Centro de Eventos Bicentenario			33,879.06			33,879.06
Quinde Visitor Center		16,615.50				16,615.50
Centro de Convenciones Metropolitano de Quito					53,065.30	53,065.30
Impuesto al Valor Agregado IVA	-	1,969.87	4,016.56	-	6,291.21	12,277.64
Total	**-**	**18,585.37**	**37,895.62**	**-**	**59,356.51**	**115,837.50**

TALENTO HUMANO Tomado de Roles de pago mensuales	Centro de Convenciones Eugenio Espejo	Quinde Visitor Center	Centro de Eventos Bicentenario	CEN	Centro de Convenciones Metropolitano de Quito	Total
Personal Comercialización (Directo e Indirecto) % establecidos por Comercialización	-	70,557.81	35,278.91	-	35,278.91	**141,115.62**
Total	**-**	**70,557.81**	**35,278.91**	**-**	**35,278.91**	**141,115.62**

SUBTOTAL	Centro de Convenciones Eugenio Espejo	Quinde Visitor Center	Centro de Eventos Bicentenario	CEN	Centro de Convenciones Metropolitano de Quito	Total
RESULTADO ANTES DE APORTE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	**4,975.60**	**(55,808.27)**	**(46,999.43)**	**9,600.00**	**(33,607.63)**	**(121,839.73)**
UTILIDAD / PERDIDA	**4,975.60**	**(55,808.27)**	**(46,999.43)**	**9,600.00**	**(33,607.63)**	**(121,839.73)**

Atentamente,

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO

Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Fecha: 2021.02.18 10:40:46 -05'00'

Ing. Luis Ruales Moncayo

GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

CÉDULA PRESUPUESTARIA DE INGRESOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

(LIQUIDACION)

Código	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Devengado
130107.0010	LEVANTAMIENTO DE TEXTOS, REPRODUCCION Y EDICION DE PLIEGOS	5,000.00	500	5,500.00	7,501.74
130112.0000	PERMISOS, LICENCIAS Y PATENTES	1,000,000.00	-145,500.00	854,500.00	847,536.89
130304.0000	SECTOR TURISTICO Y HOTELERO	1,500,000.00	-1,027,000.00	473,000.00	496,137.30
140299.0010	VENTA DE PRODUCTOS UNIDADES DE NEGOCIOS	115,000.00	-103,500.00	11,500.00	12,879.92
140310.0000	DE ESPECTACULOS PUBLICOS	0	500	500.00	133.99
140310.0020	RUTAS TURISTICAS	5,000.00	0	5,000.00	2,157.71
140399.0020	ORGANIZACION Y COORDINACION DE EVENTOS	600,000.00	-600,000.00	0.00	0
140399.0060	AUSPICIOS Y ALIANZAS	32,000.00	-20,500.00	11,500.00	11,490.11
140399.0080	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	0	5,000.00	5,000.00	4,975.60
140399.0090	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	160,000.00	-133,000.00	27,000.00	26,175.10
140399.0130	CENTRO INTEGRAL DE ATENCION AL TURISTA	400	0	400.00	140
140399.0200	CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	300,000.00	-238,000.00	62,000.00	61,027.78
170199.0000	INTERESES POR OTRAS OPERACIONES	0	800	800.00	741.69
170202.0050	ARRIENDO INMUEBLES EX AEROPUERTO	170,000.00	-56,583.00	113,417.00	145,762.73
170202.0070	ARRIENDO ESPACIO QUINDE VISITOR CENTER	25,200.00	-20,000.00	5,200.00	5,033.34
170399.0000	OTROS INTERESES POR MORA	0	7,000.00	7,000.00	8,532.85
170402.0000	INFRACCION A ORDENANZAS MUNICIPALES	0	28,000.00	28,000.00	38,272.93
180104.0000	ENTIDADES DEL GOBIERNO SECCIONAL	2,635,898.96	-1,054,372.37	1,581,526.59	1,581,526.59
190101.0000	EJECUCION DE GARANTIAS	0	0	0.00	6,430.54
190499.0000	OTROS NO ESPECIFICADOS	15,000.00	10,000.00	25,000.00	26,451.13
190499.0010	REEMBOLSO COMUNALES EX AEROPUERTO Y LA RONDA	10,000.00	0	10,000.00	16,696.55
190499.0030	REEMBOLSO GASTOS BASICOS CCEE	500	-500	0.00	0
190499.0070	ALICUOTA SERVICIOS QUINDE VISITOR CENTER	4,500.00	-3,600.00	900.00	833.86
240103.0000	MOBILIARIOS	0	1,200.00	1,200.00	1,200.00
370102.0000	DE FONDOS DE AUTOGESTION	607,175.10	0	607,175.10	607,175.10
370104.0010	DEL FONDO DE PROMOCION TURISTICO	326,051.32	0	326,051.32	326,051.32
TOTAL INGRESOS		**7,511,725.38**	**-3,349,555.37**	**4,162,170.01**	**4,234,864.77**

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO

Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Fecha: 2021.02.18 13:53:52 -05'00'

Ing. Luis Ruales M.
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ

Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ
Fecha: 2021.02.18 13:00:44 -05'00'

Lcda. Mercedes Vargas M.
JEFE FINANCIERA

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

CÉDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

(LIQUIDACION)

Código	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado
610105	REMUNERACIONES UNIFICADAS	139,308.00	-28,308.00	111,000.00	110,230.70	110,230.70
610203	DECIMOTERCER SUELDO	11,900.67	-2,110.67	9,790.00	9,202.62	9,202.62
610204	DECIMOCUARTO SUELDO	2,520.00	-255	2,265.00	2,264.45	2,264.45
610509	HORAS EXTRAORDINARIAS Y SUPLEMENTARIAS	1,000.00	-799.69	200.31	200.31	200.31
610512	SUBROGACION	1,500.00	-1,500.00	0.00	0	0
610513	ENCARGOS	1,000.00	-1,000.00	0.00	0	0
610601	APORTE PATRONAL	16,637.13	-3,616.16	13,020.97	12,865.30	12,865.30
610602	FONDO DE RESERVA	11,900.67	-5,086.67	6,814.00	6,134.56	5,930.47
610707	COMPENSACION POR VACACIONES NO GOZADAS POR CESACION DE FUNCIO	7,140.40	0	7,140.40	1,628.89	1,628.89
630101	AGUA POTABLE	10,200.00	-8,872.81	1,327.19	1,322.75	1,231.24
630104	ENERGIA ELECTRICA	31,080.00	-16,492.09	14,587.91	14,036.79	14,036.32
630105	TELECOMUNICACIONES	960	0	960.00	674.73	674.73
630202	FLETES Y MANIOBRAS	0	0	0.00	0	0
630203	ALMACENAMIENTO,EMBALAJE,DESEMBALAJE,ENVASE,DESENVASE Y TORES	3,045.00	-3,045.00	0.00	0	0
630204	EDICION, IMPRESION, REPRODUCCION, PUBLICACIONES, SUSCRIPCIONES, F	2,895.00	-874.85	2,020.15	1,941.54	1,941.14
630207	DIFUSION, INFORMACION Y PUBLICIDAD	700	-700	0.00	0	0
630208	SERVICIO DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA	66,353.33	-22,583.30	43,770.03	43,564.02	40,074.34
630209	SERVICIO DE ASEO, LAVADO DE VESTIMENTA DE TRABAJO, FUMIGACION, DE	29,102.00	-23,062.00	6,040.00	6,040.00	6,040.00
630234	COMISIONES POR LA VENTA DE PRODUCTOS, SERVICIOS POS	4,800.00	-4,800.00	0.00	0	0
630402	EDIFICIOS, LOCALES, RESIDENCIAS Y CABLEADO ESTRUCTURADO	84,100.00	-52,820.28	31,279.72	31,246.40	26,342.91
630403	MOBILIARIO (INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN)	400	-400	0.00	0	0
630404	MAQUINARIAS Y EQUIPOS (MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN)	80	-80	0.00	0	0
630418	GASTOS EN MANTENIMIENTO DE AREAS VERDES Y ARREGLO DE VIAS INTER	1,800.00	-1,800.00	0.00	0	0
630601	CONSULTORIA, ASESORIA E INVESTIGACION ESPECIALIZADA	0	10,000.00	10,000.00	10,000.00	0
630704	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE EQUIPOS Y SISTEMAS INFORMATICOS	300	-300	0.00	0	0
630804	MATERIALES DE OFICINA	4,200.00	-4,200.00	0.00	0	0
630805	MATERIALES DE ASEO	5,760.00	-5,760.00	0.00	0	0
631203.001	MERCADERIA A CONSIGNACION	45,500.00	-37,500.00	8,000.00	5,751.07	5,664.70
670199	OTROS IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	88,140.69	-74,140.69	14,000.00	12,277.64	12,277.64
670201	SEGUROS	10,434.38	-3,122.13	7,312.25	7,312.25	7,135.01
670204	GASTOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	2,796.00	-2,296.00	500.00	458.94	419.47
710105	REMUNERACIONES UNIFICADAS	1,702,472.00	-232,640.03	1,469,831.97	1,453,607.03	1,453,607.03
710106	SALARIOS UNIFICADOS	25,992.00	0	25,992.00	25,992.00	25,992.00
710203	DECIMOTERCER SUELDO	148,372.00	-20,624.22	127,747.78	125,407.66	125,331.13
710204	DECIMOCUARTO SUELDO	36,540.00	-6,300.00	30,240.00	28,942.87	28,909.53
710509	HORAS EXTRAORDINARIAS Y SUPLEMENTARIAS	31,500.00	-12,385.23	19,114.77	18,114.77	18,114.76
710512	SUBROGACION	17,500.00	-16,355.83	1,144.17	1,144.17	1,144.17
710513	ENCARGOS	3,000.00	-3,000.00	0.00	0	0
710601	APORTE PATRONAL	207,132.81	-30,315.29	176,817.52	174,252.18	174,247.97
710602	FONDO DE RESERVA	148,372.00	-40,435.09	107,936.91	101,599.92	101,136.45
710707	COMPENSACIÓN POR VACACIONES NO GOZADAS POR CESACIÓN DE FUNCIO	89,023.20	-41,500.01	47,523.19	21,941.44	20,146.98
710709	POR RENUNCIA VOLUNTARIA	40,000.00	-33,928.90	6,071.10	6,071.10	6,071.10
730101	AGUA POTABLE	6,000.00	-600	5,400.00	4,963.04	4,344.58
730104	ENERGIA ELECTRICA	40,000.00	-10,000.00	30,000.00	29,321.32	29,268.01
730105	TELECOMUNICACIONES	58,264.00	-10,720.02	47,543.98	45,129.90	45,056.59
730106	SERVICIO DE CORREO	1,300.00	-1,300.00	0.00	0	0
730201	TRANSPORTE DE PERSONAL	6,500.00	-6,000.00	500.00	500	362.34
730202	FLETES Y MANIOBRAS	10,000.00	-3,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
730203	ALMACENAMIENTO,EMBALAJE,DESEMBALAJE,ENVASE,DESENVASE Y	800	-800	0.00	0	0
730204	EDICIÓN, IMPRESIÓN, REPRODUCCIÓN, PUBLICACIONES, SUSCRIPCIONES, F	23,000.00	-18,199.36	4,800.64	4,800.64	4,800.64
730205	ESPECTACULOS CULTURALES Y SOCIALES	1,028,286.20	-781,956.20	246,330.00	236,711.00	235,110.20
730207	DIFUSION, INFORMACION Y PUBLICIDAD	1,401,289.90	-692,814.21	708,475.69	708,475.69	626,138.40
730208	SERVICIO DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA	98,000.00	-9,000.00	89,000.00	87,482.95	83,036.65
730209	SERVICIOS DE ASEO; LAVADO DE VESTIMENTA DE TRABAJO; FUMIGACIÓN	49,500.00	-6,872.80	42,627.20	42,627.20	41,160.96
730228	SERVICIOS DE PROVISION DE DISPOSITIVOS ELECTRONICOS Y CERTIFICACI	700	-650	50.00	20.16	20.16
730230	DIGITALIZACION DE INFORMACION Y DATOS PUBLICOS	30,000.00	-22,950.00	7,050.00	7,050.00	7,050.00
730241	SERVICIO DE MONITOREO DE LA INFORMACION EN TELEVISION, RADIO, PRE	12,000.00	-5,583.37	6,416.63	6,416.63	6,416.63
730243	GARANTIA EXTENDIDA DE BIENES	600	-600	0.00	0	0

Código	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Comprometido	Devengado
730249	EVENTOS PUBLICOS PROMOCIONALES	40,000.00	-33,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
730301	PASAJES AL INTERIOR	3,500.00	-2,300.00	1,200.00	800	631.3
730302	PASAJES AL EXTERIOR	39,100.00	-25,549.42	13,550.58	13,550.58	7,562.91
730303	VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL INTERIOR	1,920.00	-1,320.00	600.00	200	160
730304	VIATICOS Y SUBSISTENCIAS EN EL EXTERIOR	52,880.00	-38,623.95	14,256.05	10,678.84	10,678.84
730402	EDIFICIOS, LOCALES, RESIDENCIAS Y CABLEADO ESTRUCTURADO	66,000.00	-35,712.24	30,287.76	28,693.96	28,693.96
730404	MAQUINARIAS Y EQUIPOS (INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN)	4,500.00	-4,500.00	0.00	0	0
730405	VEHICULOS (SERVICIO PARA MANTENIMIENTO Y REPARACION)	10,094.02	-7,900.00	2,194.02	2,194.02	1,271.02
730418	GASTOS EN MANTENIMIENTO DE AREAS VERDES Y ARREGLO DE VIAS INTER	3,000.00	3,600.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00
730425	INSTALACION, READECUACION, MONTAJE DE EXPOSICIONES, MANTENIMIEN	130,500.00	-110,500.00	20,000.00	18,432.00	18,432.00
730502	EDIFICIOS, LOCALES, RESIDENCIAS, PARQUEADEROS, CASILLEROS JUD	20	0	20.00	13.44	13.44
730601	CONSULTORIA, ASESORIA E INVESTIGACION ESPECIALIZADA	360,000.00	-187,000.00	173,000.00	173,000.00	161,106.95
730602	SERVICIO DE AUDITORIA	0	32,000.00	32,000.00	31,440.00	23,580.00
730607	SERVICIOS TECNICOS ESPECIALIZADOS	400	0	400.00	272.4	272.4
730612	CAPACITACIÓN A SERVIDORES PÚBLICOS	20,000.00	-16,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
730613	CAPACITACION PARA LA CIUDADANIA EN GENERAL	167,635.00	-167,635.00	0.00	0	0
730701	DESARROLLO, ACTUALIZACIÓN, ASISTENCIA TÉCNICA Y SOPORTE	85,000.00	-85,000.00	0.00	0	0
730702	ARRENDAMIENTO Y LICENCIAS DE USO DE PAQUETES INFORMATICOS	29,443.80	7,613.68	37,057.48	34,132.30	20,132.30
730704	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE EQUIPOS Y SISTEMAS INFORMATICOS	17,690.00	-12,600.00	5,090.00	5,090.00	5,090.00
730802	VESTUARIO, LENCERÍA, PRENDAS DE PROTECCIÓN, CARPAS Y OTROS	1,857.00	2,954.96	4,811.96	3,727.96	3,727.96
730803	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	4,100.00	-1,000.00	3,100.00	3,100.00	3,046.63
730804	MATERIALES DE OFICINA	8,700.00	-8,700.00	0.00	0	0
730805	MATERIALES DE ASEO	500	-500	0.00	0	0
730807	MATERIALES DE IMPRESION, FOTOGRAFIA, REPRODUCCION Y PUBLICACION	38,000.00	-35,500.00	2,500.00	0	0
730811	INSUMOS, BIENES, MATERIALES Y SUMINISTROS PARA LA CONSTRUCCIÓN, E	300	-300	0.00	0	0
730813	REPUESTOS Y ACCESORIOS	9,526.98	-7,000.00	2,526.98	2,526.98	1,927.67
730826	DISPOSITIVOS MEDICOS DE USO GENERAL	0	479.32	479.32	479.32	479.32
731407	EQUIPOS, SISTEMAS Y PAQUETES INFORMATICOS	440	0	440.00	0	0
731601	FONDOS DE REPOSICION CAJAS CHICAS EN PROYECTOS Y PROGRAMAS DE	1,000.00	-550	450.00	0	0
770102	TASAS GENERALES, IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES, PERMISOS, LICENCIAS	1,550.00	-795.2	754.80	704.02	704.02
770199	OTROS IMPUESTOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES	473,371.20	-229,867.62	243,503.58	180,042.78	162,762.87
770201	SEGUROS	39,600.00	-13,303.79	26,296.21	26,296.21	25,881.54
770203	COMISIONES BANCARIAS	9,600.00	-2,000.00	7,600.00	7,419.22	6,646.64
770206	COSTAS JUDICIALES; TRÁMITES NOTARIALES, LEGALIZACIÓN DE DOCUMENT	6,500.00	-6,000.00	500.00	257.19	257.19
780101	A ENTIDADES DE PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO	0	19,309.79	19,309.79	19,309.79	18,909.79
780103	A EMPRESAS PUBLICAS	24,000.00	-24,000.00	0.00	0	0
840104	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10,000.00	-10,000.00	0.00	0	0
840107	EQUIPOS, SISTEMAS Y PAQUETES INFORMATICOS	48,500.00	-44,000.00	4,500.00	4,140.00	4,140.00
840109	LIBROS Y COLECCIONES	300	-300	0.00	0	0
840401	PATENTES,DER DE AUTOR, MARCAS REG Y DERECHOS DE LLAVE	500	0	500.00	0.00	0
TOTAL GASTOS		**7,511,725.38**	**-3,349,555.37**	**4,162,170.01**	**3,998,825.64**	**3,826,335.27**

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO

Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Fecha: 2021.02.18 13:54:38 -05'00'

Ing. Luis Ruales M.
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ

Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ
Fecha: 2021.02.18 13:01:59 -05'00'

Lcda. Mercedes Vargas M.
JEFE FINANCIERA

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

Dolares de USA

CUENTAS	DENOMINACION	NOTAS	2020	2019
1	**ACTIVO**		**2.801.826,42**	**3.932.364,18**
11	**OPERACIONALES**		**2.069.570,74**	**3.350.723,14**
111	Efectivo y Equivalentes de Efectivo	(4)	472.437,94	1.054.171,76
112	Anticipos de Fondos	(5)	1.415.499,59	1.841.763,10
113	Cuentas por Cobrar	(6)	181.633,21	454.788,28
12	**INVERSIONES FINANCIERAS**		**467.345,95**	**262.915,71**
124	Deudores Financieros	(7)	467.345,95	262.915,71
13	**INVERSIONES PARA CONSUMO, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION**		**18.664,90**	**24.357,24**
135	Inversiones en Comercialización y Distribución	(9)	18.664,90	24.357,24
14	**PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO**		**246.244,83**	**294.368,09**
141	Propiedad, Planta y Equipo de Administración	(8)	246.244,83	294.368,09
152	Inversiones en Programas en Ejecución		3.545.094,45	5.245.367,57
	(-) Aplicación Gastos de Gestión	(10)	-3.545.094,45	-5.245.367,57
	TOTAL ACTIVOS		**2.801.826,42**	**3.932.364,18**
2	**PASIVOS**		**709.016,81**	**1.328.981,67**
21	**DEUDA FLOTANTE**		**535.785,37**	**1.067.953,77**
212	Depósitos y Fondos de Terceros	(11)	36.765,00	270.946,77
213	Cuentas por Pagar	(12)	499.020,37	797.007,00
22	**ENDEUDAMIENTO PUBLICO Y OTROS PASIVOS**		**173.231,44**	**261.027,90**
224	Obligaciones de Presupuestos Clausurados	(13)	10.808,66	86.603,07
225	Créditos Diferidos	(14)	162.422,78	174.424,83
6	**PATRIMONIO**		**2.092.809,61**	**2.603.382,51**
61	**PATRIMONIO ACUMULADO**	**(15)**	**2.092.809,61**	**2.603.382,51**
611	Patrimonio Público		1.500.998,67	1.498.729,90
618	Resultados Ejercicios Anteriores		1.221.279,69	1.946.569,36
618	Resultado del Ejercicio		-629.468,75	-806.187,09
619	Disminución Patrimonial		0,00	-35.729,66
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		**2.801.826,42**	**3.932.364,18**
9	**CUENTAS DE ORDEN**			
91	**CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS**		**367.681,18**	**827.087,94**
911	Cuentas de Orden Deudoras	(16)	367.681,18	827.087,94
92	**CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS**		**367.681,18**	**827.087,94**
921	Cuentas de Orden Acreedoras	(16)	367.681,18	827.087,94

CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ
Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ
Fecha: 2021.02.18 12:33:06 -05'00'

Mg. Carla Cárdenas
GERENTE GENERAL

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Fecha: 2021.02.18 10:28:20 -05'00'

Ing. Luis Ruales
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ
Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ

Lic. Mercedes Vargas
JEFA FINANCIERA

CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS
Firmado digitalmente por CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS
Fecha: 2021.02.18 10:16:00 -05'00'

Lic. Consuelo Montenegro
CONTADORA (E)

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

ESTADO DE RESULTADOS

DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

			Dolares de USA	
CUENTAS	**DENOMINACION**	**NOTAS**	**2020**	**2019**
	RESULTADO DE EXPLOTACION	(17)	**-143.479,58**	**411.285,39**
624	Venta de Bienes y Servicios e Ingresos Operativos		118.980,21	1.189.931,96
638	(-) Costo de Ventas y Otros		262.459,79	778.646,57
	RESULTADOS DE OPERACIÓN	(18)	**-2.193.918,52**	**-2.521.470,01**
623	Tasas y Contribuciones		1.351.175,93	2.694.341,80
631	(-) Inversiones Públicas		3.545.094,45	5.215.698,67
634	(-) Bienes y Servicios de Consumo		0,00	113,14
	TRANSFERENCIAS NETAS	(19)	**1.562.616,80**	**1.312.020,86**
626	Transferencias Recibidas		1.581.526,59	1.333.500,00
636	(-) Transferencias Entregadas		18.909,79	21.479,14
	RESULTADO FINANCIERO	(20)	**198.343,54**	**252.306,29**
625.01/04	Renta de Inversiones y Otros		198.343,54	252.306,29
	OTROS INGRESOS Y GASTOS	(21)	**-53.030,99**	**-260.329,62**
625.21/24	Renta de Inversiones y Otros		51.612,08	52.327,65
629	Actualizaciones y Ajustes		976,60	519,22
638	(-) Costos de Ventas y Otros		54.711,81	135.314,04
639	(-) Actualizaciones y Ajustes		50.907,86	176.824,01
	RESULTADO DEL EJERCICIO VIGENTE	(22)	**-629.468,75**	**-806.187,09**

CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ — Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ Fecha: 2021.02.18 12:34:16 -05'00'

Mg. Carla Cárdenas
GERENTE GENERAL

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO — Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO Fecha: 2021.02.18 10:26:33 -05'00'

Ing. Luis Ruales
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ — Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ

Lic. Mercedes Vargas
JEFA FINANCIERA

CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS — Firmado digitalmente por CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS Fecha: 2021.02.18 10:17:24 -05'00'

Lic. Consuelo Montenegro
CONTADORA (E)

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

ESTADO DE EJECUCION PRESUPUESTARIA

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

Dolares de USA

GRUPOS	CONCEPTO	CODIFICADO	DEVENGADO	DIFERENCIAS
1	**INGRESOS CORRIENTES**	**3.227.743,59**	**3.300.438,35**	**-72.694,76**
13	Tasas y Contribuciones	1.333.000,00	1.351.175,93	-18.175,93
14	Venta de Bienes y Servicios de Entidades e Ingresos Operativos de Empresas Públicas	122.900,00	118.980,21	3.919,79
17	Renta de Inversiones y Multas	154.417,00	198.343,54	-43.926,54
18	Transferencias o Donaciones Corrientes	1.581.526,59	1.581.526,59	0,00
19	Otros Ingresos	35.900,00	50.412,08	-14.512,08
	SUPERAVIT CORRIENTE	**3.227.743,59**	**3.300.438,35**	**-72.694,76**
2	**INGRESOS DE CAPITAL**	**1.200,00**	**1.200,00**	**0,00**
24	Venta de Activos no Financieros	1.200,00	1.200,00	0,00
27	Recuperación de Inversiones y de Recursos Públicos			0,00
28	Transferencias o Donaciones de Capital e Inversión			0,00
6	**GASTOS DE PRODUCCION**	**290.027,93**	**258.160,24**	**31.867,69**
61	Egresos en Personal para la Producción	150.230,68	142.322,74	7.907,94
63	Bienes y Servicios para la Producción	117.985,00	96.005,38	21.979,62
67	Otros Egresos de Producción	21.812,25	19.832,12	1.980,13
7	**GASTOS DE INVERSION**	**3.867.142,08**	**3.564.035,03**	**303.107,05**
71	Egresos en Personal para Inversiones	2.012.419,41	1.954.701,12	57.718,29
73	Bienes y Servicios para Inversión	1.556.758,29	1.394.171,86	162.586,43
75	Obras Públicas			0,00
77	Otros Egresos de Inversión	278.654,59	196.252,26	82.402,33
78	Transferencias o Donaciones para Inversión	19.309,79	18.909,79	400,00
8	**GASTOS DE CAPITAL**	**5.000,00**	**4.140,00**	**860,00**
84	Bienes de Larga Duración (Propiedades, Planta y Equipo)	5.000,00	4.140,00	860,00
	SUPERAVIT O DEFICIT DE INVERSIÓN	**-4.160.970,01**	**-3.825.135,27**	**-335.834,74**
3	**INGRESOS DE FINANCIAMIENTO**	**933.226,42**	**933.226,42**	**0,00**
37	Saldos Disponibles	933.226,42	933.226,42	0,00
	SUPERAVIT O DEFICIT DE FINANCIAMIENTO	**933.226,42**	**933.226,42**	**0,00**
	SUPERAVIT O DEFICIT PRESUPUESTARIO	**0,00**	**408.529,50**	**-408.529,50**

CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ
Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ
Fecha: 2021.02.18 12:34:54 -05'00'

Mg. Carla Cárdenas
GERENTE GENERAL

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO
Fecha: 2021.02.18 10:25:46 -05'00'

Ing. Luis Ruales
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ
Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ

Lic. Mercedes Vargas
JEFA FINANCIERA

CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS
Firmado digitalmente por CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS
Fecha: 2021.02.18 10:18:30 -05'00'

Lic. Consuelo Montenegro
CONTADORA (E)

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

Dolares de USA

Código	CONCEPTO	NOTAS	2020	2019
	FUENTES OPERACIONALES		**3.178.721,23**	**5.325.129,78**
113.13	Tasas y Contribuciones		1.351.175,93	2.694.341,80
113.14	Venta de Bienes y Servicios de Entidades e Ingresos Operativos de Empresas Públicas		82.409,78	1.053.541,55
113.17	Renta de Inversiones y Multas		123.253,35	208.858,27
113.18	Transferencias o Donaciones Corrientes		1.581.526,59	1.333.500,00
113.19	Otros Ingresos		40.355,58	34.888,16
	SUPERAVIT/DEFICIT CORRIENTE		**3.178.721,23**	**5.325.129,78**
	FUENTES DE CAPITAL		**1.200,00**	**0,00**
113,24	Venta de Bienes de Larga Duraciòn		1.200,00	0,00
	USOS DE PRODUCCION, INVERSION Y CAPITAL		**3.384.603,66**	**-5.268.315,21**
213,61	Gastos en Personal de Producción		137.776,00	200.951,75
213,63	Bienes y Servicios de Producción		88.957,28	508.643,24
213,67	Cuentas por Pagar otros Gastos de Inversión		19.832,12	20.758,64
213,71	Gastos en Personal para Inversión		1.890.214,04	2.086.698,22
213,73	Bienes y Servicios de Inversión		1.032.674,72	2.365.904,14
213,77	Otros Gastos de Inversión		196.239,71	44.774,11
213,78	Transferencias y Donaciones para Inversión		18.909,79	21.479,14
213,84	Inversiones de Bienes de Larga Duraci{on		0,00	19.105,97
213,85	Aporte Fiscal de Capital		0,00	0,00
	DEFICIT DE CAPITAL		**-3.383.403,66**	**-5.268.315,21**
	DEFICIT BRUTO		**-204.682,43**	**56.814,57**
	FINANCIAMIENTO DEL DEFICIT O APLICACIÓN DEL SUPERAVIT			
	SUPERAVIT DE FINANCIAMIENTO		0,00	0,00
	FLUJOS NO PRESUPUESTARIOS		**-569.133,13**	**-394.828,01**
1,1,3,81	(-) Cuentas por Cobrar Iva		203.947,35	318.119,43
1,1,3,83	(-) Cuentas por Cobrar Años Anteriores		83.339,07	1.069,71
1,1,3,85	Cuentas por Cobrar del Año Anterior		154.007,54	86.314,48
2,1,3,81	(+) Cuentas por Pagar Iva		-216.242,62	-545.191,71
2,1,3,82	Depósitos y Fondos de Terceros de Años Anteriores		0,00	0,00
2,1,3,83	(+) Cuentas por Pagar Años Anteriores		-1.717,89	-1.898,78
2,1,3,85	Aporte Fiscal de Capital		-792.466,58	-253.241,14
	VARIACIONES NO PRESUPUESTARIAS		**773.815,56**	**338.013,44**
1,1,1	De disponibilidades		581.733,82	402.870,96
1,1,2	Anticipo de Fondos		426.263,51	901.897,43
2,1,2	Depósitos y Fondos de Terceros		-234.181,77	-966.754,95
	FLUJOS NETOS		**-569.133,13**	**-394.828,01**
	VARIACIONES NETAS		**204.682,43**	**-56.814,57**
	SUPERAVIT TOTAL		**204.682,43**	**-56.814,57**

CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ — Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ Fecha: 2021.02.18 12:36:05 -05'00'

Mg. Carla Cárdenas
GERENTE GENERAL

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO — Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO Fecha: 2021.02.18 10:27:15 -05'00'

Ing. Luis Ruales
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ — Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ

Lic. Mercedes Vargas
JEFA FINANCIERA

CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS — Firmado digitalmente por CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS Fecha: 2021.02.18 10:18:02 -05'00'

Lic. Consuelo Montenegro
CONTADORA (E)

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

Dólares de USA

Código	CONCEPTO	Saldo a 31 diciembre 2019	Incrementos	Disminución	Saldo a 31 diciembre 2020
61	**PATRIMONIO ACUMULADO**	**2.603.382,51**	**2.268,77**	**512.841,67**	**2.092.809,61**
611	Patrimonio Público	1.498.729,90	2.268,77	-	1.500.998,67
618	Resultados Ejercicio	1.140.382,27	-	548.571,33	591.810,94
619	Disminución Patrimonial	-35.729,66		- 35.729,66	0,00

CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ — Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ Fecha: 2021.02.18 12:37:03 -05'00'

Mg. Carla Cárdenas
GERENTE GENERAL

LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO — Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO Fecha: 2021.02.18 10:24:59 -05'00'

Ing. Luis Ruales
GERENTE FINANCIERO ADMI.

MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ — Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ

Lic. Mercedes Vargas
JEFA FINANCIERA

CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS — Firmado digitalmente por CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS Fecha: 2021.02.18 10:18:58 -05'00'

Lic. Consuelo Montenegro
CONTADORA (E)

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

QUITO TURISMO

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

(EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA)

NOTA 1.- DESCRIPCION DE LA EMPRESA Y OBJETO

Mediante Ordenanza Metropolitana No. 309 sancionada el 16 de abril de 2010 y publicada en el Registro Oficial No. 186 de 5 de mayo de 2010, por el Concejo Metropolitano de Quito autoriza la creación de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, la misma que sucede jurídicamente a Empresa Metropolitana Quito Turismo que a la vez sucede a la Corporación Metropolitana de Turismo.

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, es una institución jurídica de derecho público, sujeta a disposiciones de la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

OBJETO.- Quito Turismo tiene como objetivos principales los siguientes:

a) Desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, tales como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras;

b) Promocionar el Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional;

c) Coordinar las actividades del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico;

d) Fomentar la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema;

e) Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico;

Av. Amazonas N79-39 y Av. de la Prensa- PBX: 299 3300 www.quito-turismo.gob.ec

f) Desarrollar, en el marco de la legislación vigente, rubros de negocios relacionados, directa o indirectamente, con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en coordinación con otras empresas;

g) Prestar servicios públicos, a través de la infraestructura a su cargo, como partícipe o integrador en la actividad de ferias, eventos y convenciones;

h) Prestar servicios públicos relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística; e,

i) Las demás actividades operativas relativas a las competencias que en el ámbito turístico corresponden al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, de conformidad con la ley, y las que en esta materia le han sido transferidas por el Gobierno Nacional.

Conforman los recursos de la Empresa los siguientes:

a) Los provenientes de la tasa por la Licencia Única Anual de funcionamiento de las actividades de Turismo en función de la Ordenanza No. 276, publicada en Registro oficial 566, de 8 de abril 2009;

b) Los provenientes de la tasa por facilidades y servicios turísticos ,por la venta de muebles, efectuada previa autorización del Directorio;

c) Las asignaciones o transferencias efectuadas por el Estado y otras entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras;

d) Las asignaciones presupuestarias y desembolsos anuales efectuados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Esta asignación presupuestaria será al menos igual al monto del valor recaudado por concepto de tasa en el ejercicio inmediatamente anterior al año de la aprobación del presupuesto municipal en el que deba constar la asignación presupuestaria;

e) Las donaciones que reciban y sean aceptadas por el Directorio;

f) Los ingresos que se deriven de los créditos que obtenga;

h) Cualquier otro ingreso que obtenga por su gestión en cumplimiento de los fines de la empresa

NOTA 2.- IMPORTANCIA RELATIVA

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico ha tomado en consideración los principios, normas y procedimientos técnicos para la administración financiera que cumplen sus propias consideraciones de

importancia relativa, con el fin de asegurar que los estados financieros, políticas contables y notas a los estados financieros reflejen la preparación y revelación de todos los hechos y circunstancias relevantes.

NOTA 3.- BASES DE PREPARACION Y POLITICAS CONTABLES

*"*Las empresas públicas no están obligadas a llevar contabilidad gubernamental, tampoco están obligadas a gestionar sus recursos financieros a través de la cuenta Única del Tesoro Nacional ni a través del ESIGEF, pero la Empresa Quito Turismo decidió llevar su contabilidad basado en la normativa de contabilidad gubernamental hasta tanto se implementen las NICSP, en concordancia con el oficio No MEF-SCG-2019-1423-0 de fecha 23 de abril de 2019, suscrito por la Subsecretaria de Contabilidad Gubernamental.

3.1.- POLITICAS PRESUPUESTARIAS

De conformidad a lo dispuesto en el Artículo 268 de la Sección Décima Segunda del Capítulo VII, del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización, que se refiere a que los Presupuestos de las Empresas Públicas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, se regirán por normas del mencionado Código. La Ley Orgánica de Empresas Públicas y la normativa territorial aplicable, así como por las presentes Disposiciones Generales que regirán durante la ejecución presupuestaria del año 2020 y constituyen parte integrante del presente documento que se detalla a continuación:

- El Presupuesto de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, para el ejercicio económico del 2020, entró en vigencia el 01 de enero de 2020 hasta el 31 de diciembre del año terminado.

- De conformidad con la Disposición Quinta de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, se seguirá utilizando las normas de Contabilidad Gubernamental, por lo tanto el registro de los ingresos y los gastos se efectuará de conformidad con el principio de contabilidad gubernamental del "Devengado".
-

- El registro y control presupuestario de los ingresos y gastos se realizará de conformidad con las disposiciones y clasificadores de ingresos y gastos expedido por el Ministerio Economía y de Finanzas.

- Se prohíbe la utilización de los recursos financieros en forma extrapresupuestaria por lo tanto, todos los ingresos y los gastos adicionales que se generen en forma adicional a los constantes en este presupuesto, deberán ser incluidos en el presupuesto a través del mecanismo de reforma presupuestaria, previa a su utilización.

- No se considerarán total o inmediatamente disponibles las partidas de Gastos, sino en relación con la efectividad de los ingresos y de los compromisos asignados. En caso de insuficiencia de fondos la Gerencia General determinará las prioridades, de acuerdo a las disposiciones legales pertinentes y con base a los informes del Gerente Financiero Administrativo.

- Los montos asignados para cada partida presupuestaria de gasto constituye un límite que no podrá ser excedido, de requerirse recursos adicionales se procederá a las reformas de incremento, reducciones y traspasos de créditos que se efectuaren con ajuste a las disposiciones legales vigentes.

3.2.- POLITICAS CONTABLES

- El registro contable se basa en la aplicación del método del devengado, bajo este método los ingresos se registran cuando existe el proceso de iniciar el derecho de cobro y los gastos en el momento de incurrir en una obligación o de crear un pasivo, se aplican las Normas de Control Interno emitidas por la Contraloría General del Estado, y las normas del Sistema de Administración Financiera.

- El registro del combustible se lo realiza cargando directo al gasto, sin ingresar como stock de inventario, en razón que el abastecimiento se lo realiza directamente en la estación de servicio.

- La empresa Quito Turismo, mantiene como política contable registrar el pago de seguros directamente al gasto en el momento del devengado, sin considerar prepago en razón que se afecta el presupuesto en la contratación de los mismos.

- Para el proceso contable las cuentas y subcuentas de ingresos y egresos, se establecerán con sujeción a cada uno de los rubros y partidas del Presupuesto aprobado para el Año 2020 y según las directrices contables del ejercicio fiscal 2020 y apertura del ejercicio 2021 emitidas mediante Acuerdo Ministerial por el Ministerio Economía y Finanzas.

3.2.1. Bases de presentación.- Los Estados Financieros de Quito Turismo han sido preparados íntegramente y sin reservas de acuerdo con las Normas Técnicas de Contabilidad Gubernamental, expedidas por el ente Rector de las Finanzas Públicas, mediante acuerdo 067 del 20 de abril de 2016, que sustituye al Acuerdo Ministerial 447.

Información.- Tomando en cuenta que la información se presenta con corte al 31 de diciembre se presentará un conjunto completo de estados financieros, así como información específica de tipo narrativo y descriptivo. En las presentes notas, se refleja los estados de situación financiera, resultados al 31 de diciembre de 2020.

Adicional, el estado de cambios en el patrimonio y el estado de flujo del efectivo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020.

a) Tipo de moneda.- Los estados financieros se presentan en dólares de los Estados Unidos de América, moneda de medición de curso legal y de unidad de cuenta del Ecuador.

b) **Períodos de contabilización.-** De conformidad con la Norma Técnica de Contabilidad Gubernamental *3.1.1.9. "los hechos económicos se deberán contabilizar en la fecha que ocurran, dentro del período mensual, de acuerdo a las disposiciones legales y prácticas comerciales de general aceptación en el país. No se anticiparán o postergarán las anotaciones, ni se contabilizarán en cuentas diferentes a las establecidas en el Catálogo General. En el período mensual que se encuentre con cierre, no se podrán alterar o modificar los datos; los ajustes por errores u otras causas deberán efectuarse en el mes siguiente que se halle abierto".*

3.2.2.- Efectivo y equivalente de efectivo.- Comprende los activos financieros líquidos como efectivo en caja y en bancos; estas partidas se presentan a su valor nominal y no están sujetas a un riesgo significativo de cambios en su valor.

3.2.3.- Anticipo de fondos.- Comprende las cuentas que registran y controlan los recursos entregados en calidad de anticipos, fondos a rendir cuenta débitos indebidos sujetos a reclamo y egresos realizados por recuperar. Se registra el derecho de cobro cuando se han entregado los recursos en calidad de anticipos para ser liquidados en el corto plazo. Se liquida a medida que se reintegran los fondos.

3.2.4.- Cuentas por Cobrar.-Comprende las cuentas que registran y controlan los recursos provenientes de derechos a la percepción de fondos dentro del ejercicio fiscal de los servicios de arrendamiento de espacios, organización y coordinación de eventos, del Centro de Eventos Bicentenario, Centro de Eventos Metropolitano de Quito Turismo, y venta de rutas turísticas,

La empresa Quito turismo maneja un área de coactivas, con la cual se está recuperando la cartera vencida, por lo que no se ha considerado realizar ninguna provisión para cuentas de dudosa recuperación.

3.2.5.- Deudores Financieros.- Comprende las cuentas que registran y controlan los recursos por derechos o valores generados por los servicios de arrendamiento de espacios, organización y coordinación de eventos, venta de rutas turísticas que prestan los Centros de Eventos de Quito Turismo que corresponden a cuentas del año y años anteriores.

Estos saldos se originan por las transferencias de los valores de las cuentas por Cobrar del grupo 113 del año en curso a las cuentas 124 de años anteriores por el cierre del ejercicio de acuerdo a lo que manifiesta la norma técnica de contabilidad.

En esta cuenta se incluyen los saldos del IVA que se mantienen como crédito tributario en razón que, por la actividad de la empresa, ésta puede realizar compensación entre el IVA en compras y el IVA en Ventas al presentar la declaración mensual.

3.2.6.- Inversiones en Comercialización y Distribución.- Comprenden las cuentas que registran y controlan la acumulación de costos incurridos en la formación de inventarios destinados a la venta y las actividades operativas que intervienen en los procesos de comercialización y distribución.

Las adquisiciones y disminuciones de inventarios serán controladas a través del sistema de Inventarios Permanente o perpetuo, utilizando como método de control el precio Promedio Ponderado.

La conciliación de inventarios se realiza mensualmente, la toma física de inventario se la realizo en el mes de diciembre a efectos de establecer correspondencia con las cifras contables.

3.2.7.- Propiedad Planta y Equipo.- Son bienes destinados a las actividades de administración, producción, suministro de bienes, servicios o para arrendar a terceros,

Propiedad planta y equipo se registran al costo. El costo es el precio de compra y todos los costos directamente relacionados con la ubicación del activo en el lugar y en las condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la administración. Los gastos periódicos de mantenimiento, conservación y reparación, no forman parte del costo de estos.

3.2.8.- Método de depreciación y vida útil.- La depreciación inicia al día siguiente de la facturación del bien, y es calculada mediante el método de línea recta: Valor contable menos valor residual para el número de años de vida útil, el cálculo de la depreciación se lo realiza desde el día siguiente de la factura de adquisición del bien.

El valor residual de estos activos es igual al 10%, porcentaje que fue considerado para el cálculo de la depreciación

TIPO	VIDA UTIL ESTIMADA (Años) Administración Proyectos y Programas

Maquinaria y Equipo	10
Mobiliario	10
Herramientas	10
Equipos de Computación	3
Vehículos	5

3.2.9.- Inversiones en Comercialización y Distribución.- Estas cuentas comprenden las cuentas que registran y controlan la acumulación de costos, se liquidan contra una cuenta del mismo grupo con naturaleza de saldo crédito, con cargo a la respectiva cuenta de resultados. **3.2.10.-** Transferencias del DMQ.- En este rubro se registran los valores transferidos por el Distrito Metropolitano de Quito, por concepto de Tasas de Turismo de los establecimientos turísticos. Esto en cumplimiento a las disposiciones legales existente al respecto.

NOTA 4.- EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO

El detalle del efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2020 y 2019 es el siguiente:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.1.1.01.	Cajas Recaudadoras	61,32	0,00
1.1.1.03.	Banco Central Del Ecuador Moneda Nacional	0,00	1.041.700,19
1.1.1.06.	Banco Central Del Ecuador Empresas Publicas	469.196,21	
1.1.1.15.	Bancos Comerciales Moneda Nacional	3.180,41	12.471,57
		472.437,94	**1.054.171,76**

NOTA 5- ANTICIPO DE FONDOS

Los anticipos de fondos al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se encuentran conformados por:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.1.2.01.	Anticipos Servidores Públicos	23.486,35	67.406,89
1.1.2.05.	Anticipos Proveedores	7.201,35	365.936,45
1,1,2,07	Anticipos Por Obligaciones de Otros Entes Publicos	101,44	101,44
1.1.2.10.	Anticipos a Fideicomisos	1.363.291,19	1.384.318,18
1.1.2.11.	Garantias Entregadas	21.052,06	21.052,06
1.1.2.13.	Fondos de Reposicion	300,00	288,32
1.1.2.15.	Fondos a Rendir Cuentas	67,20	2.659,76
		1.415.499,59	**1.841.763,10**

Los anticipos y fondos a rendir cuentas entregados a funcionarios de Quito Turismo son autorizados por la Gerencia Financiera Administrativa.

Dentro de este rubro se encuentra el Anticipo Fideicomiso, que es el valor que la empresa mantiene por concepto de depósito de la tasa hotelera realizada por los contribuyentes.

NOTA 6.- CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar al 31 de diciembre del año 2020 y 2019 se hallan conformadas de la siguiente manera:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019	
		(en U.S. dólares)		
1.1.3.14.	Cuentas por cobrar venta de bienes y servicios	36.570,43	136.390,41	**a)**
1.1.3.17.	Cuentas por cobrar rentas de inversiones y multas	75.090,19	43.448,02	**b)**
1.1.3.19.	Cuentas por cobrar otros ingresos	10.056,50	17.439,49	**c)**
	Subtotal cuentas por cobrar	**121.717,12**	**197.277,92**	
1.1.3.51.	IVA por Compensar con notas de credito emitidas	50.427,39	0,00	**d)**
1.1.3.81.	Cuentas por cobrar Iva	9.488,70	257.510,36	**e)**
	Total cuentas por cobrar	**181.633,21**	**454.788,28**	

La normativa vigente del Ministerio de Finanzas con respecto al tratamiento de las cuentas por cobrar del año actual es trasladar a las cuentas por cobrar del año anterior y años anteriores que se produjeron por la Venta de espacios del Centro de Eventos Bicentenario, venta de bienes y servicios en el Quito Visitor Center y la organización y coordinación de eventos así:

a) Conformados por venta de productos del Quinde Visitor Center, Gestión de Ventas Tour Bus, espacios y servicios en el Centro de Eventos Bicentenario, Centro de Eventos, Centro de Convenciones Metropolitano de la ciudad de Quito.
b) Comprende el canon de arrendamientos de locales en la Ronda, Plaza Belmonte y espacios en el Centro de Eventos Bicentenario.
c) Comprende las cuentas por cobrar por gastos comunales Ex Aeropuerto Mariscal Sucre, Quinde Visitor Center
d) En este rubro se encuentra el valor de notas de crédito por compensar por concepto de IVA en ventas.
e) Corresponde al valor del IVA en compras y ventas generadas en el transcurso del año.

El siguiente cuadro refleja el saldo de las cuentas por cobrar desagregado al 31 de diciembre del 2020 y 2019 en lo que respecta a clientes externos.

CODIGO	DETALLE	Diciembre	
		2020	2019
1.1.3.14.01.	CUENTAS POR COBRAR VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	16,53	969,76
1.1.3.14.03.	C X COBRAR VENTAS NO INDUSTRIALES	36.553,90	135.420,65
1.1.3.17.01.	CUENTAS POR COBRAR RENTAS DE INVERSIONES Y MULTAS		2.130,00
1.1.3.17.02.	CXC RENTAS POR ARRENDAMIENTOS DE BIENES	53.393,43	10.954,31
1.1.3.17.04.	CXC MULTAS	21.696,76	30.363,71
1.1.3.19.01.	CUENTAS POR COBRAR OTROS INGRESOS		94,77
1.1.3.19.04.	CXC OTROS NO OPERACIONALES	10.056,50	17.344,72
1,1,3,51,01	IVA POR COMPENSAR CON NOTAS DE CREDITO EMITIDAS	50.427,39	
1.1.3.81.01.	CUENTAS POR COBRAR IMPUESTO AL VALOR AGREGADO - COMPRAS		255.018,16
1.1.3.81.02.	CUENTAS POR COBRAR IMPUESTO AL VALOR AGREGADO - VENTAS	9.488,70	2.492,20
TOTALES		181.633,21	454.788,28

NOTA 7.- DEUDORES FINANCIEROS

Las cuentas deudoras financieros al 31 de diciembre del año 2020 y 2019 se encuentran conformados de la siguiente manera:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.2.4.83.	Cuentas por Cobrar años anteriores	179.576,64	261.934,33
1.2.4.85.	Cuentas por cobrar del año anterior	287.769,31	981,38
		467.345,95	262.915,71

El detalle de la Cuenta 124.83 y 1.2.4.85, al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se puede apreciar a continuación

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.2.4.83.14.	CXC A.A.Venta de Bienes y Servicios	35.579,80	35.579,80
1.2.4.83.17.	C X C años Anteriores Renta Inversiones y Multas	6.956,48	6.956,45
1.2.4.83.19.	C X C años Anteriores Otros Ingresos	4.788,61	4.152,35
1.2.4.83.81.	C X C Años Anteriores I.V.A.	129.826,67	212.835,93
1.2.4.83.86.	CXC años Anteriores I.V.A. Ventas	2.425,08	2.409,80
		179.576,64	**261.934,33**

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.2.4.85.14.	C X C del Año Anterior Venta de Bienes y Servicios	3.320,00	-
1.2.4.85.17.	C X C del Año Anterior Renta de Inversiones y Multas	21.529,45	211,64
1.2.4.85.19.	C X C del Año Anterior Otros Ingresos	9.569,90	754,46
1.2.4.85.81.	C X C del Año Anterior IVA compras	253.349,96	
1.2.4.85.86.	C X C del año anterior IVA Ventas		15,28
		287.769,31	**981,38**

NOTA 8.- PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, la composición de los Bienes de Planta y Equipo presentan la siguiente información:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.4.1.01.03.001	Mobiliarios	334.444,26	334.720,82
1.4.1.01.04.001	Maquinaria y Equipo	278.750,29	278.953,18
1.4.1.01.05.001	Vehículos	71.117,53	71.117,53
1.4.1.01.06.001	Herramientas	386,69	386,69
1.4.1.01.07.001	Equipo, Sistemas y Paquetes Informativos	452.487,71	448.727,71
	(-) Depreciaciòn Acumulada	(890.941,65)	(839.537,84)
		246.244,83	**294.368,09**

En el siguiente cuadro de presenta la información de los bienes de Planta y Equipo de su valor histórico, la depreciación acumulada generada hasta el 31 de diciembre de 2020 y el valor actual de los bienes de acuerdo a las cuentas contables.

CÓDIGO	CUENTA CONTABLE	VALOR HISTORICO	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR ACTUAL
1.4.1.01.03.	Mobiliarios	334.444,26	268.247,08	66.197,18
1.4.1.01.04.	Maquinaria y Equipo	278.750,29	185.215,68	93.534,61
1.4.1.01.05.	Vehículos	71.117,53	55.570,77	15.546,76
1.4.1.01.06.	Herramientas	386,69	208,81	177,88
1.4.1.01.07.	Equipos, Sistemas y Paquetes Informáticos	452.487,71	381.699,31	70.788,40
	TOTALES	**1.137.186,48**	**890.941,65**	**246.244,83**

Adicionalmente se adjunta el cuadro de movimientos de adquisiciones y bajas de Planta y Equipo.

No.	CODIGO	CUENTA CONTABLE	SALDO INICIAL	ADQUISICIONES	BAJAS	SALDO FINAL
1	1.4.1.01.03.001	Mobiliario	334.720,82	0,00	276,56	334.444,26
2	1.4.1.01.04.001	Maquinaria y Equipo	278.953,18	0,00	202,89	278.750,29
3	1.4.1.01.05.001	Vehículos	71.117,53	0,00	0,00	71.117,53
4	1.4.1.01.06.001	Herramientas	386,69	0,00	0,00	386,69
5	1.4.1.01.07.001	Equipos Sistemas y Paquetes Informáticos	448.727,71	8.255,00	4.495,00	452.487,71
		TOTAL	**1.133.905,93**	**8.255,00**	**4.974,45**	**1.137.186,48**

NOTA 9.- INVERSIONES EN COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, la composición de Inversiones en Comercialización y Distribución es como se muestra a continuación. La composición de las cuentas de Inversiones en Comercialización y Distribución se encuentran clasificadas de acuerdo al siguiente detalle:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.3.5.05.03.001	Inventarios de Productos Arte Rural	1.227,28	2.202,21
1.3.5.05.03.002	Inventarios de Productos Ciudad Q	2.232,20	2770,62
1.3.5.05.03.003	Inventarios de Productos Colecciones Especiales	6.170,25	6.299,29
1.3.5.05.03.004	Inventarios de Productos Patrimonio y Cultura	4.644,51	6.020,54
1.3.5.05.03.005	Inventarios de Productos en Liquidacion	909,59	990,31
1.3.5.05.03.007	Inventarios de Productos Quito Moderno	1.698,65	2.378,59
1.3.5.05.03.008	Inventarios de Productos Sabores y Sensaciones	235,57	287,23
1.3.5.05.03.009	Inventarios de Productos Promociones	1.546,85	2518,58
1.3.5.05.03.099	Inventarios de Productos Insumos	0,00	889,87
		18.664,90	**24.357,24**

NOTA 10.- INVERSIONES EN OBRAS DE PROYECTOS Y PROGRAMAS

Las cuentas Inversiones en Proyectos y Programas en ejecución al 31 de diciembre de 2020 y 2019, corresponde a la acumulación de los costos de inversiones en programas en ejecución y se encuentran detalladas así:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
1.5.2.11.	Remuneraciones Básicas	1.479.599,03	1.331.529,97
1.5.2.12.	Remuneraciones Complementarias	154.240,66	161.337,64
1.5.2.15.	Remuneraciones Temporales	19.258,93	237.639,09
1.5.2.16.	Aportes Patronales a la Seguridad Social	275.384,42	289.278,37
1.5.2.18.	Indemnizaciones	26.218,08	90.240,76
1.5.2.31.	Servicios Básicos	78.669,18	92.261,62
1.3.5.32.	Servicios Generales	1.018.095,98	2.582.837,33
1.5.2.33.	Traslados, Intalaciones, Viaticos	19.033,05	55.643,71
1.5.2.34.	Instalación, Mantenimiento y Reparaciones	54.996,98	105.532,48
1.3.5.35.	Arrendamientos de Bienes	13,44	12,00
1.5.2.36.	Contrataciones de Estudios e Investigaciones	188.959,35	108.506,14
1.5.2.37.	Gastos en Informática	25.222,30	51.256,82
1.5.2.38.	Bienes de Uso y Consumo Para Inversión	9.181,58	84.305,88
1.5.2.39.	Impuestos, Tasas y Contribuciones	163.466,89	1.821,47
1.5.2.40.	Seguros, Comisiones Financieras y Otros	32.754,58	43.599,69
1.5.2.45.	Bienes Muebles no Depreciables		9.564,60
1.5.2.98.	(-) Aplicación a Gastos de Gestion	(3.545.094,45)	(5.245.367,57)
		0,00	**0,00**

NOTA 11.- DEPOSITOS Y FONDOS DE TERCEROS

Depósitos y Fondos de Terceros al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se halla conformado por:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
2.1.2.01.	Depòsitos de Intermediación	35.053,21	40.008,89
2.1.2.03.	Fondos de Terceros	224,51	228.597,11
2.1.2.05.	Anticipo por Bienes y Servicios	179,10	179,10
2.1.2.11.	Garantias Recibidas	1.308,18	2.161,67
		36.765,00	**270.946,77**

NOTA 12.- CUENTAS POR PAGAR

La composición de cuentas por pagar al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se muestra de la siguiente manera:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
2.1.3.15.	Cuentas por Pagar Notas de Credito	105,00	-
2.1.3.61.	Cuentas por Pagar Gastos en Personal de Producción	4.546,74	2.231,97
2.1.3.63.	Cuentas por Pagar Bienes y Servicios para Producción	7.048,10	42.902,86
2.1.3.67.	Cuentas porPpagar Otros Gastos de Produccion		225,45
2.1.3.71.	Cuentas por Pagar Gastos en Personal de Inversión	64.487,08	23.327,61
2.1.3.73.	Cuentas por Pagar Bienes y Servicios de Inversión	361.497,14	694.347,54
2.1.3.77.	Cuentas por Pagar Otros Gastos de Inversión	12,55	647,05
2.1.3.81.	Cuentas por Pagar Impuesto al Valor Agregado	48.525,76	30.438,08
2.1.3.83.	Cuentas por Pagar Años Anteriores	8.658,00	-
2.1.3.84.	Cuentas Por Pagar Inversiones en Bienes De Larga Durac	4.140,00	2.886,44
		499.020,37	**797.007,00**

N OTA 13.- OBLIGACIONES DE PRESUPUESTOS CLAUSURADOS

La composición de las cuentas por pagar de años anteriores al 31 de diciembre de 2020 y 2019, según la normativa vigente del Ministerio Economía y Finanzas con respecto al tratamiento de las cuentas por pagar del año actual es trasladar a las cuentas por pagar del año anterior y años anteriores que se produjeron por la Venta de espacios del Centro de Convenciones Eugenio Espejo, Centro de Eventos Bicentenario, venta de bienes y servicios en el Quito Visitor Center y la organización y coordinación de eventos así:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
2.2.4.83.	Cuentas por pagar años anteriores	7.492,28	5.143,29
2.2.4.85.	Cuentas por pagar del año anterior	3.316,38	81.840,12
		10.808,66	**86.983,41**

NOTA 14.- CREDITOS DIFERIDOS

Las Cuentas de Provisiones por Remuneraciones Corrientes que conforman este grupo al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se detallan a continuación:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
2.2.5.91.	Provisiones por Remuneraciones Corientes	162.422,78	174.424,83
		162.422,78	**174.424,83**

NOTA 15.- PATRIMONIO

Las cuentas de Patrimonio al 31 de diciembre del 2020 y 2019 se detallan a continuación

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
6.1.1.07.	Patrimonio Empresas Públicas	1.500.998,67	1.498.729,90
6.1.8.01.	Resultados Ejercicios Anteriores	1.221.279,69	1.946.569,36
6.1.8.03.	Resultado del Ejercicio Vigente	-629.468,75	-806.187,09
6.1.9.94.	(-) Disminución de Bienes Larga Duración		-35.729,66
		2.092.809,61	**2.603.382,51**

NOTA 16.- CUENTAS DE ORDEN

Son las cuentas de orden deudoras y acreedoras que sirven para registrar movimientos de valores que no afectan a la situación financiera de la entidad, se resumen en el siguiente detalle al 31 de diciembre de 2020 y 2019.

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
9.1.1.03.	Mercaderia Recibida para la Venta en Consignaciòn	12.719,62	10.527,11
9.1.1.09.	Garantias en Valores, Bienes y Documentos	94.571,22	559.890,59
9.1.1.11.	Bienes Recibidos en Custodia	243.070,24	256.670,24
9.1.1.17.	Bienes no Depreciables	17.320,10	-
		367.681,18	**827.087,94**

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
9.2.1.03.	Responsabilidad por Mercaderia para Venta Consignacior	12.719,62	10.527,11
9.2.1.09.	Responsabilidad por Garantias en Valores, Bienes y Doc	94.571,22	559.890,59
9.2.1.11.	Bienes Recibidos en Custodia	243.070,24	256.670,24
9.2.1.17.	Responsabilidad por Bienes no Depreciables	17.320,10	-
		367.681,18	**827.087,94**

NOTA 17.- RESULTADOS DE EXPLOTACION

El resultado de explotación está dado por las ventas de Bienes y Servicios e Ingresos Operativos de Quito Turismo, menos el costo de venta de productos y servicios y los costos de comercialización y distribución.
Al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se encuentran conformadas de la siguiente manera:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
6.2.4.02.99	Productos y Materiales Varios	12.879,92	43.359,63
6.2.4.03.10	Espectaculos Públicos	2.291,70	3.508,68
6.2.4.03.99	Otros Servicios Técnicos y Especializados	103.808,59	1.143.063,65
6.3.8.02.01	Costo de Ventas de Productos y Materiales	(9.819,29)	(32.099,12)
6.3.8.37.01	Costos de Comercialización y Distribución	(252.640,50)	(746.547,45)
		(143.479,58)	**411.285,39**

NOTA 18.- RESULTADOS DE OPERACION

Los resultados de operación están dados por las ventas de bases, más las tasas propias de la empresa, menos los costos de inversiones de desarrollo social.

Al 31 de diciembre del año 2020 y 2019 se encuentran conformadas de la siguiente manera:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
6.2.3.01.07	Venta de Bases	7.501,74	12.621,59
6.2.3.01.12	Permisos, Licencias y Patentes	847.536,89	1.029.479,53
6.2.3.03.04	Sector Turístico y Hotelero	496.137,30	1.652.240,68
6.3.1.51.01	Inversiones de Desarrollo Social	(3.545.094,45)	(5.215.698,67)
6.3.4.47.01	Intangibles		(113,14)
		(2.193.918,52)	**(2.521.470,01)**

NOTA 19.- TRANSFERENCIAS NETAS

Las transferencias recibidas y entregadas se encuentran conformadas de la siguiente manera al 31 de diciembre de 2020 y 2019.

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
6.2.6.01.04	Transferencias al gobierno seccional	1.581.526,59	1.333.500,00
6.3.6.10.01	A Entidades del Presupuesto General del Estado	(18.909,79)	(18.926,12)
6.3.6.10.03	A empresas publicas		(2.553,02)
		1.562.616,80	**1.312.020,86**

Al Gobierno seccional son las asignaciones de aportes del 1.5 por mil al Ministerio de Economía y Finanzas.

NOTA 20.- RESULTADOS FINANCIEROS

Los resultados Financieros al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se encuentran conformados de la siguiente manera:

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
6.2.5.01.99	Intereses por Otras Operaciones	741,69	-
6.2.5.02.02	Rentas de Edificios, Locales y Residencias	150.796,07	150.564,45
6.2.5.03.99	Otroslintereses por Mora	8.532,85	10.471,40
6.2.5.04.02	Infracciones a Ordenanzas Municipales	38.272,93	91.270,44
		198.343,54	**252.306,29**

- Ingresos provenientes del arrendamiento de los espacios del Centro de Eventos Bicentenario, coordinado directamente por el departamento de Comercialización de la Empresa, y por el cumplimiento de las Ordenanzas

N° 321 Y 276 mediante operativos realizados conjuntamente con la Agencia Metropolitana de Control quien a su vez cumple en proveer la sanción correspondiente al caso.

NOTA 21.- OTROS INGRESOS Y GASTOS

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019	
		(en U.S. dólares)		
6.2.4.21.03	Ventas de moviliaros	1.200,00	0,00	a)
6.2.5.21.01	Ejecucion de garantias	6.431	6.160	b)
6.2.5.24.99	Otros no especificados	43.981,54	46.167,65	c)
6.2.9.51.01	Actualización de activos		-519,22	d)
6.2.9.52.01	Ajustes de ejercicios anteriores	976,60	-53.027,03	e)
6.3.8.51.03	Deprec.Bienes De Administracion Mobiliarios	(11.512,29)	(54.867,88)	f)
6.3.8.51.04	Deprec.Bienes De Administracion Maquin.Y Equipos	(18.866,14)	(4.991,48)	g)
6.3.8.51.05	Deprec.Bienes De Administracion Vehiculos	(4.310,20)	(34,80)	h)
6.3.8.51.06	Deprec.Bienes De Administracion Herramientas	(34,80)	(22.392,85)	i)
6.3.8.51.07	Deprec.Bienes De Administracion Equip.Sist.Y Paq.Inf.	(19.434,74)	(1.522,40)	j)
6.3.8.92.01	Costo de perdidas en inventarios	(553,64)		k)
6.3.9.53.01	Ajustes de ejercicios anteriores	(12.982,38)	(175.301,61)	l)
6.3.9.88.01	Donaciones entregadas en bienes muebles e inmuebles	(24,70)		m)
6.3.9.94.01	Gasto por perdida de activos fijos	(37.900,78)		n)
		(53.030,99)	**(260.329,62)**	

Las cuentas que conforman Otros Ingresos y Gastos al 31 de diciembre de 2020 y 2019 se encuentran conformadas de la siguiente manera:

a) 6.2.4.21.03 Venta de Mobiliarios.- En ésta cuenta, el 14 de marzo del año 2020 se registró la venta de Mobiliario por el valor de $ 1.200.00.

b) 6.2.5.21.01 Ejecución de Garantías.- En ésta cuenta se encuentra registrado la ejecución de las garantías en lo que va del año 2020.

c) 6.2.5.24.99.- Otros no especificados.- Esta cuenta agrupa los ingresos institucionales que aporta el Centro Ecuatoriano Norteamericano por la utilización del espacio en el Centro de Eventos Bicentenario.

d) 6.2.9.52.01 Ajuste Ejercicios anteriores.- En ésta cuenta se encuentran los registros de ajustes realizados por movimientos de años anteriores.

f-j) 6.38.8.51.01/07 .- Depreciación Bienes de Administración.- En éstas cuentas se registraron los valores de las depreciaciones mensuales de los bienes de Planta y Equipo.

k) 6.3.8.92.01 Costo por pérdida de Inventarios.- En ésta cuenta se registra la baja de productos por mal estado, y el porcentaje del 0.3% de los faltantes que asume Quito Turismo luego de la toma física anual.

l) 6.3.9.53.01.- Ajuste Ejercicios Anteriores.- En ésta cuenta se registran los ajustes realizados por movimientos de años anteriores.

m) Gasto por Pérdida de Activos Fijos.- En éstas cuenta de registro la reclasificación de las cuentas 6.1.9.9.94.01.- En ésta cuenta se registro la reclasificación de la cuenta 6.1.9.94.01 Disminución Bienes de Larga Duración para cumplir con la disposición emitida por el Ministerio de Economía y Finanzas

NOTA 22.- RESULTADOS DEL EJERCICIO VIGENTE

Se puede evidenciar que el resultado del año 2020 es pérdida del ejercicio, esto se debe a que por motivos de la pandemia que atraviesa el mundo, la empresa al ser su actividad principal el turismo se vio gravemente afectada disminuyendo sus ingresos propios de forma abismal, lo que ha generado este resultado al finalizar el ejercicio económico 2020.

Los resultados del ejercicio vigente de los años 2020 y 2019 se reflejan en el siguiente cuadro.

CODIGO	CUENTAS	Diciembre 31, 2020	Diciembre 31, 2019
		(en U.S. dólares)	
6.1.8.03.01.	Resultado del Ejercicio Vigente	(629.468,75)	(806.187,09)
		(629.468,75)	**(806.187,09)**

ACCION	FUNCIONARIO	CARGO	SUMILLA
APROBADO POR	Ing. Luis Ruales	Gerente Financiero Administrativo	LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO Firmado digitalmente por LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO Fecha: 2021.02.18 11:02:58 -05'00'
	Lic. Mercedes Vargas	Jefa Financiera	MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ Firmado digitalmente por MERCEDES JAQUELINE VARGAS MUNOZ
ELABORADO POR	Lic. Consuelo Montenegro	Contadora (E)	CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS Firmado digitalmente por CONSUELO GENOVEVA MONTENEGRO ROJAS Fecha: 2021.02.18 11:00:29 -05'00'

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

Informe de Gestión 2020

PERIODO

ENERO – DICIEMBRE - 2020

Quito, febrero 2021

Contenido

1. ANTECEDENTES 4

2. EVALUACIÓN POA 2020 21

3. DETALLE DE INGRESOS Y GASTOS POR PROGRAMA (provisional)..... 23

4. RESUMEN GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE POA 2020 25

4.1. CONSIDERACIONES EN LA EVALUACIÓN..... 25

4.2. EVALUACIÓN GENERAL POA 2020..... 26

5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: QUITO DESTINO TURÍSTICO 29

5.1. Avance Programático Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2020..... 29

5.2. Principales resultados alcanzados por meta del proyecto..... 30

5.3. Evaluación del Programa/Proyecto: Quito Destino Turístico 34

5.3.1. Conclusiones y Recomendaciones..... 34

5.4. EVALUACIÓN POA GESTIÓN 2020 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO 36

5.4.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN: 36

5.4.1.1. GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN..... 37

5.4.2. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE MERCADEO: 57

5.4.2.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE MERCADEO 58

5.4.3. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE MICE: 145

5.4.3.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN MICE 146

5.4.4. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN:.....237

5.4.4.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN.....238

5.4.5. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO:.....247

5.4.5.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO.....248

5.4.6. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS: 271

5.4.6.1. GESTIÓN DE INTELIGENCIA DE MERCADOS.....272

5.4.7. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE CALIDAD:.....273

5.4.7.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE CALIDAD.....274

6. EVALUACIÓN DE PROYECTOS MÍ CIUDAD: GESTIÓN ADMINISTRATIVA y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....311

6.1. Avance Programático Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2020.....311

6.2. Principales resultados alcanzados por meta 312

6.3. EVALUACIÓN POA 2020 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO 313

6.3.1. EVALUACIÓN PROGRAMA FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL:.....313

6.3.1.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL 315

6.3.1.1.1. INFORME DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA 315

6.3.1.1.2. INFORME DE GESTIÓN DE COMPRAS PÚBLICAS 321

6.3.1.1.3. INFORME DE GESTIÓN DE SISTEMAS 326

6.3.1.1.4. INFORME DE GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN.....329

6.3.1.1.5. INFORME DE GESTIÓN DE LA GERENCIA JURÍDICA 334

6.3.1.1.6. INFORME DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO.....339

INFORME DE GESTIÓN 2020

1. ANTECEDENTES

El presente informe se sustenta en su correspondencia con la Estrategia Sectorial de Turismo en el DMQ al 2021, Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito, el cual define:

Tres pilares o ejes estratégicos
Se soporta en cinco principios de trabajo. Estos pilares integran y están alineados con los 5 ejes estratégicos planteados por Quito Turismo:

Propuesta única de valor

Objetivos estratégicos específicos

Conectividad
1
Mejorar la conectividad de Quito
2
Mejorar los costos asociados a la infraestructura existente y servicios asociados
3
Aprovechar y mejorar el marco regulatorio de servicios aéreos (ASAs, restricciones a chárter, impuestos, otros)

Producto de alto impacto (UEN / MICE / RICE)
1
Conformar un ente de participación mixta que represente a la comunidad de Quito en el mercado de reuniones
Emprender un programa de capacitación y fomento al emprendimiento
2
3
Contar con un esquema de financiamiento mixto que garantice la sustentabilidad de la UEN
Articular narrativa y propuesta de valor que describan al destino como sede ideal para reuniones
4
5
Involucrar a la comunidad a través de la UEN

Marketing
1
Alinear objetivos y acciones de marketing entre los involucrados.
2
Optimizar la gestión de la comunicación y el marketing online diferenciando por públicos.
3
Atraer, convencer y fidelizar a los segmentos clave para el turismo en Quito.
4
Generar y difundir contenidos originales, que inspiren interés e interacción en el público objetivo para considerar a Quito como destino turístico.
5
Optimizar la comercialización de servicios turísticos de Quito a través del ecosistema digital turístico del destino.
6
Incrementar el atractivo de proyectos y modelos de inversión turística de alto impacto y posicionar Quito como plaza de inversiones turísticas mundiales.

Plan Estratégico Quito Turismo 2016 - 2021

Misión de Quito Turismo al 2021

Facilitar y gestionar el desarrollo y promoción del turismo y la industria de reuniones del Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con el sistema turístico y otros sectores productivos, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero; considerando el beneficio y satisfacción del residente en las iniciativas que se emprendan, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación, y contando con talento humano especializado.

Visión de Quito Turismo al 2021

En el 2021, seremos la organización pública oficial de turismo líder y de referencia en Sudamérica, orientada a la gestión de destino turístico en el desarrollo de productos innovadores y emblemáticos, en la atracción de inversiones, en la captación de visitantes y en el desarrollo competitivo y profesional de la industria de reuniones, con un equipo humano técnico, profesional y comprometido en convertir a Quito en un destino de visita obligada en Sudamérica, ofreciendo una colección de experiencias turísticas satisfactorias memorables para visitantes y residentes.

Declaración de valores y principios fundamentales de Quito Turismo al 2021

La Declaración de valores y principios fundamentales se mantiene que, por su amplitud, está vigente hasta 2021. En cuanto a los valores y principios puntuales, se tiene algunas adaptaciones y agregados:

Valores y Principios organizacionales

- Compromiso para lograr el cambio
- Orientación comercial y a resultados
- Ambición y Liderazgo positivos
- Solidaridad y Generosidad
- Ética y respeto
- Responsabilidad técnica con el sistema turístico

Declaración de los Valores y Principios Fundamentales

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, brinda sus servicios en base a prácticas de gobierno corporativo socialmente responsables con la sociedad y el medio ambiente, regulando la relación entre el talento humano, las Direcciones y la alta gerencia de la organización.

- Cambio: de manifestar apertura al cambio, desde una postura de aceptación más pasiva, se pasa a un compromiso con la generación del cambio, con actitud activa como clave para el relanzamiento de Quito como destino turístico.
- Orientación: además de su orientación a resultados, se amplía a una orientación más comercial del desarrollo del turismo.
- Ambición: se agrega la ambición positiva como valor, en el sentido de ambicionar enérgicamente un destino turístico único para el mercado mundial, por su oferta dinámica, novedosa, de gran y pequeño formato, de experiencias auténticas.
- Liderazgo: se agrega el liderazgo como principio, tanto de organización pública como de gestión y activación de iniciativas.
- Solidaridad: agrega generosidad como principio del accionar de Quito Turismo, buscando el beneficio común de los involucrados.
- Respeto: se agrega la ética, como valor primero.
- Responsabilidad: se especifica que es sobre el perfil técnico y hacia el sector turístico y de reuniones de Quito.

Objetivos Estratégicos de Quito Turismo al 2021

Los objetivos estratégicos para el 2021 se relacionan a las actividades clave a realizar por Quito Turismo, detallando la calidad de los objetivos, buscando ampliar los resultados en calidad (posicionamientos claro, desarrollo icónico y de envergadura, etc.) y extendiendo los alcances (turismo, reuniones, encadenamientos productivos). Se agrega un objetivo específico relacionado al impacto económico buscado en la generación de divisas y la contribución general del sector al PIB del DMQ.

1. Posicionar claramente a la ciudad a nivel local, nacional e internacional a través del desarrollo, la comunicación y la promoción de sus atributos y valores únicos como destino turístico y de reuniones
2. Maximizar el desarrollo de oferta turística urbana icónica, de gran envergadura, dinámica, innovadora y atractiva para la demanda, para lograr una experiencia única de la ciudad
3. Optimizar la atracción de inversiones y negocios, tanto para el inversor como para los beneficiarios de la ciudad, para mejorar su desarrollo y encadenamiento económico y competitividad
4. Hacer de Quito una de las ciudades más atractivas de Latinoamérica para la realización de visitas turísticas, reuniones y eventos
5. Mejorar los niveles de conectividad integral de la ciudad para la captación de visitantes internacionales
6. Mejorar los niveles de ingresos de divisas al destino y la contribución del turismo al PIB del DMQ, a través de más visitantes, mayor estadía, más productos turísticos disponibles, y mayor nivel de calidad de la oferta

La ciudad de Quito, desde el año 2003, ha basado su desarrollo turístico en su plan de acción turística, con lineamientos descritos en el llamado "PLAN Q", el cual tuvo una vigencia hasta el año 2012. Desde el año 2017 se ha implementado el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021.

La entidad encargada de la implementación, desarrollo y seguimiento del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021 es la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo.

De acuerdo código municipal Ordenanza Metropolitana 001-2019 (29mar2019), art. I.2.116 – I.2.134, que habla de su creación y en donde se plasman sus objetivos empresariales que son:

a) Desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, tales como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras;
b) Promocionar el Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional;
c) Coordinar las actividades del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico;
d) Fomentar la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema;
e) Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico;
f) Desarrollar, en el marco de la legislación vigente, rubros de negocios relacionados, directa o indirectamente, con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en coordinación con otras empresas;
g) Prestar servicios públicos, a través de la infraestructura a su cargo, como partícipe o integrador en la actividad de ferias, eventos y convenciones;
h) Prestar servicios públicos relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística; e,
i) Las demás actividades operativas relativas a las competencias que en el ámbito turístico corresponden al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, de conformidad con la ley, y las que en esta materia le han sido transferidas por el Gobierno Nacional.

El mismo artículo establece que:

"Para el cumplimiento de su objeto y fines, la empresa pública metropolitana podrá transmitir la ciencia y técnica de mercadeo turístico; producir y difundir una imagen y marca del Distrito; editar, distribuir materiales promocionales y publicitarios; producir, comercializar mercaderías y artesanías relacionadas con la ciudad; y, organizar y participar en convenciones, ferias, eventos promocionales y comerciales". [1]

En atribución a sus competencias, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - EPMGDT - Quito Turismo ha aplicado los lineamientos del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021 para este período 2020 con el fin de dinamizar el turismo de la ciudad aprovechando las bondades y recursos que esta posee; con lo que se busca incrementar el número de visitantes no residentes (turistas) de una manera progresiva y constante, así como el mejoramiento de los indicadores turísticos de la ciudad, el mejoramiento de la calidad de servicios, la creación de nuevos productos turísticos de ciudad, el apoyo a la cultura y su vinculación con el turismo, el acercamiento y coordinación con los diferentes actores y la comunidad, la gestión para mejorar las condiciones de seguridad para turistas, la implementación de facilidades turísticas en el territorio, el apoyo a parroquias con potencial turístico, el apoyo e incremento de las divisas turísticas en la ciudad, el mejoramiento de las condiciones para hacer de Quito un destino de eventos y reuniones.

En septiembre de 2018, Quito cumplió 40 años de ser declarada "Patrimonio Cultural de La Humanidad" por UNESCO, uno de los primeros reconocimientos que recibió la ciudad En 2015 la capital fue elegida en el listado de los Rising Stars Destination según GogoBot, una de las aplicaciones de viajes más populares del mundo. Además, la capital está en los tops 10 destinos de América Latina según Global Cities Index de Mastercard y se encuentra en el puesto 121 de las mejores ciudades para vivir en el mundo, según MERCER. Para seguir sumando menciones de importantes publicaciones, hacemos referencia a la revista CondeNast Traveler, que incluyó a Quito entre las 50 ciudades más bellas del mundo y la recomendaron en sus destinos Top Ten para el 2016. International Living también eligió a Quito-Ecuador como uno de los destinos con el "Mejor Clima del Mundo" en ese mismo año.

La enfermedad del COVID-19 empezó en el año 2019, y fue identificada por primera vez el 1 de diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, capital de la provincia de Hubei, en China, cuando se reportó a un grupo de personas con neumonía de causa desconocida. La Organización Mundial de la Salud OMS la reconoció como una pandemia global el 11 de marzo de 2020. En el caso de Ecuador, ese mismo día, la Ministra de Salud, declaró el Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud del país. El Presidente del Ecuador, el 16 de marzo de 2020, declaró el Estado de Excepción en el país donde se iniciaron varias restricciones para las personas y los negocios. Desde el 17 de marzo además rige un Toque de Queda en el país.

El Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el 12 de marzo de 2020, declaró la Emergencia Sanitaria en la ciudad de Quito, estableciendo varias medidas restrictivas para contener el contagio y propagación del COVID-19 en la capital.

La pandemia mundial del COVID-19 ha generado una crisis sanitaria sin precedentes en el mundo y en nuestro país. Esta crisis a su vez, ha provocado una afectación económica de gran magnitud, siendo el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional.

[1] Según consta en O.M. 309 de abril de 2010, art. 14 - 17

Varios subsectores turísticos, a través de sus representantes gremiales, han expresado lo complejo de la situación en varias reuniones, entrevistas y comunicaciones escritas.

El Municipio del DMQ, a través de su Secretaría de Desarrollo Productivo y la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico EPMGDT – Quito Turismo han realizados esfuerzos para la recuperación del sector, por temas de pandemia.

1. EL TURISMO A NIVEL GLOBAL Y SU AFECTACIÓN POR EL COVID-19

Dado que esta pandemia no tiene precedentes, se ha realizado una revisión y recopilación de diferentes publicaciones a nivel internacional relacionadas al turismo y el impacto que el Covid-19 está causando a este sector clave de la economía de varios países y ciudades, incluidas Quito.

En el siguiente gráfico se evidencia, al 12 de diciembre de 2020, como ha ido avanzando el Covid-19 a nivel mundial: [2]

Fuente: (https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6) dic2020

El medio digital Bussines Insider, en su publicación del 06 de marzo de 2020 menciona:

*Un estudio pronostica que en el mejor de los casos el coronavirus dejará <u>15 millones de muertos</u> y un golpe de más de **<u>2 billones</u>** en el PIB mundial.*
(https://www.businessinsider.es/estudio-pronostica-coronavirus-dejara-15-millones-muertos-594895)

En una publicación de la Organización Mundial del Turismo (OMT) del 06 de marzo se indica: COVID-19: LA OMT PIDE QUE EL TURISMO SE INCLUYA EN LOS PLANES DE RECUPERACIÓN:

[2] Fuente: (https://www.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6) dic2020

- *El turismo hace frente al brote del COVID-19 y la salud pública es primordial dada la naturaleza del turismo como sector de interacción entre personas.*
- *Siendo una actividad con una transversalidad inigualable y parte íntegra de la agenda para el desarrollo sostenible, el turismo desempeñará un papel clave en los futuros esfuerzos de recuperación.*
- *La OMT insta a los gobiernos, las organizaciones internacionales y los organismos donantes a que incluyan el turismo como prioridad en sus planes y medidas de recuperación.*[3]

(https://www.unwto.org/es/news/covid-19-la-omt-pide-que-el-turismo-se-incluya-en-los-planes-de-recuperacion)

La OMT, el 17 de marzo de 2020, publicó. - SECTOR TURÍSTICO Y CORONAVIRUS COVID-19 donde indica que:

Se espera que las pequeñas y medianas empresas (que representan alrededor del 80% del sector turístico) se vean particularmente afectadas, lo cual puede tener repercusiones para los millones de personas en el mundo para las que el turismo es su medio de vida, incluidas las comunidades vulnerables que dependen del turismo como vehículo para impulsar su desarrollo y su inclusión económica.

*Debido a su naturaleza económica transversal y su profunda huella social, **el turismo se encuentra en una posición privilegiada para ayudar a las sociedades y comunidades afectadas a regresar al crecimiento y la estabilidad**. A lo largo de los años, el sector ha demostrado siempre su resiliencia y su capacidad no solo para recuperarse como sector, sino para liderar una recuperación económica y social más amplia. Para ello hacen falta un apoyo y un reconocimiento político adecuados.*

En este contexto, la OMT pide:

1. *Apoyo financiero y político a medidas de recuperación dirigidas al sector turístico en los países más afectados;*
2. *Planificación e implementación de medidas de recuperación e incentivos en coordinación con las organizaciones internacionales de desarrollo y donantes; y*
3. *Que el apoyo al turismo se incluya en los planes y medidas generales de recuperación de las economías afectadas.*

Al igual que en el pasado, la OMT proporcionará orientación y apoyo para las medidas de recuperación de sus miembros y del sector del turismo público y privado, incluidos los organizadores de ferias y eventos turísticos.[4]

(https://www.unwto.org/es/tourismo-covid-19-coronavirus)

La OMT, el 17 de abril de 2020, publica. - LAS PALABRAS POR SÍ SOLAS NO SALVARÁN EL EMPLEO: LA OMT LIDERA EL LLAMAMIENTO A UNA ACCIÓN DECIDIDA POR PARTE DE LOS GOBIERNOS PARA APOYAR LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO, donde indica que:

[3] (https://www.unwto.org/es/news/covid-19-la-omt-pide-que-el-turismo-se-incluya-en-los-planes-de-recuperacion)
[4] (https://www.unwto.org/es/tourismo-covid-19-coronavirus)

La OMT instó a sus Miembros a incrementar la presión sobre los líderes mundiales para que reconsideren sus políticas fiscales y de empleo relativas al turismo y ayuden a garantizar la supervivencia de las empresas para impulsar los esfuerzos de recuperación a mayor escala.

Este llamamiento a la acción llega cuando los responsables públicos se encuentran ante una presión creciente por adoptar medidas concretas para ayudar a combatir la COVID-19. La preparación de respuestas financieras y económicas ha sido el principal foco de atención de las Reuniones de Primavera del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial esta semana, mientras que la Comisión Europea ha estado impulsando la cooperación política dentro de la UE. La reunión del Comité de Crisis para el Turismo se celebró también en el contexto de la presidencia saudita del G20, que llamó a los gobiernos, a las organizaciones privadas y a los filántropos a ayudar a reunir entre todos 8.000 millones de dólares de los EE.UU. para afrontar la brecha de financiación existente y abordar adecuadamente la pandemia.

Una publicación del medio digital Hosteltur, del 23 de marzo de 2020 dice. - El sector turístico pierde un millón de empleos al día:

El freno en seco de los viajes provoca un "catastrófico efecto dominó que impacta a un gran número de proveedores en todo el mundo"

El sector turístico pierde diariamente un millón de empleos por los efectos causados por la pandemia del coronavirus, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), que advierte de que los despidos aumentan de ritmo a medida que los países se cierran para combatir el virus.[5]
(https://www.hosteltur.com/135499_el-sector-turistico-pierde-un-millon-de-empleos-al-dia.html)

Otra fuente digital de datos turísticos, Agenttravel.es, el 23 de marzo de 2020 publica. - El sector turístico pierde al día un millón de empleos a nivel global por el coronavirus

El WTTC señala que el cierre de hoteles, la suspensión de vuelos, la paralización de los cruceros y el cierre de fronteras están teniendo un "catastrófico efecto dominó"

La organización internacional, que representa al sector privado a nivel global, indica que las pérdidas de empleos afectan a todos los niveles de la industria y aumentan su ritmo a medida que los países adoptan medidas restrictivas para evitar la propagación del virus.

En total, consideran que la crisis ha puesto en "riesgo inmediato" 50 millones de puestos de trabajo, mientras que 320 millones de empleos se "enfrentan al impacto de la pérdida de negocios".

El WTTC señala que el cierre de hoteles, la suspensión de vuelos, la paralización de los cruceros y el cierre de fronteras están teniendo un "catastrófico efecto dominó" que impacta a un gran número de proveedores en todo el mundo, donde las pequeñas y

[5] (https://www.hosteltur.com/135499_el-sector-turistico-pierde-un-millon-de-empleos-al-dia.html)

medianas empresas, como los operadores turísticos, los agentes de viajes y los comerciantes únicos, son "especialmente vulnerables".[6]

(https://agenttravel.es/noticia-037315_El-sector-turistico-pierde-al-dia-un-millon-de-empleos-a-nivel-global-por-el-coronavirus.html)

El medio digital Hosteltur, el 24 de marzo menciona. - El Foro MICE prevé pérdidas de 122 M € en el sector por la crisis del virus:

La gestión del coronavirus ha tenido un impacto económico negativo de 122 millones de euros en el sector de los congresos, convenciones e incentivos (MICE), según datos del Foro MICE, que reúne a las principales asociaciones de profesionales de eventos. Una cifra que hace referencia a las cancelaciones o aplazamientos de eventos, inicialmente previstos entre febrero y diciembre de este año -el intervalo más numeroso tiene lugar entre febrero y junio- y afecta principalmente a los territorios de Madrid, Sevilla, Barcelona y Valencia.

(https://www.hosteltur.com/135518_el-foro-mice-estima-perdidas-122-m-en-el-sector-por-la-crisis-del-virus.html)

2. EL TURISMO EN ECUADOR Y SU AFECTACIÓN POR EL COVID-19

Según datos del Ministerio de Turismo la contribución directa del turismo al país fue de 1.293 millones de dólares al año 2016.

[7]

Fuente: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-20-08-01/cuenta-satelite-de-turismo

[6] (https://agenttravel.es/noticia-037315_El-sector-turistico-pierde-al-dia-un-millon-de-empleos-a-nivel-global-por-el-coronavirus.html

[7] Fuente: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-20-08-01/cuenta-satelite-de-turismo

En lo que respecta a datos de llegadas de visitantes no residentes al Ecuador (sin considerar a venezolanos) en el año 2019 fue de 1.534.708 llegadas, y podría tener una disminución de 3.500 visitantes diarios estimado en 2020 (en el mejor de los casos según datos del Mintur):

Fuente: Mintur.- Impacto y agenda (20mar2020)[8]

Quito fue la ciudad por donde ingresaron el 33% de los extranjeros que llegaron al país, constituyéndose así, la ciudad capital, como la principal puerta de entrada de turistas extranjeros al Ecuador.

[9]

[8] Fuente: Mintur. - Impacto y agenda (20mar2020)
[9] Fuente:(https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales) (dic2020)

Fuente :(https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales) (dic2020)

Declaraciones del Ministerio de Turismo del Ecuador. - según esta cartera de estado el impacto en consumo turístico y no turístico en el Ecuador sería de hasta US$ 13,6 millones diarios durante el mes de marzo en el escenario pesimista.

Fuente: Mintur.- Impacto y agenda (20mar2020)[10]

Entre marzo y junio de 2020, el Mintur estima que el sector turístico tendrá una pérdida acumulada de US$ 540,6 millones, siendo los subsectores de tour operación, alimentos & bebidas y alojamiento las más afectados.

Fuente: Mintur. - Impacto y agenda (20mar2020)

En lo que respecta al sector privado, la Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador (FENACAPTUR) ha indicado que existen 140 mil empleos turísticos directos y 500 mil empleos indirectos a nivel nacional que están en riesgo por la actual pandemia.

[10] Fuente: Mintur. - Impacto y agenda (20mar2020)

La Cámara Provincial de Turismo de Pichincha (CAPTUR) ratifica lo indicado por FENACAPTUR, aseverando además que el turismo es la tercera fuente de ingresos no petroleros a la economía nacional con alrededor de USD$1,800 millones de dólares en el año 2019, por la operación en todo el territorio nacional de más de 25.000 empresas de las que el 90% son micro, medianas y pequeñas empresas, que generan más de 124 mil empleos directos y 450 mil empleos indirectos, especialmente de mujeres y jóvenes, ayudando a un desarrollo territorial equilibrado, a la equidad de género y generacional y a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la apropiación y desarrollo del conocimiento y concertación entre los habitantes de la comunidad, localidades y de los pueblos.

3. AFECTACIÓN AL SECTOR TURÍSTICO DE QUITO

De acuerdo a un primer sondeo al sector turístico que se realizó con corte al 11 de marzo de 2020, se evidenció que ya existía una afectación importante relacionada con la pandemia del COVID-19 y por las medidas restrictivas adoptadas por las autoridades nacionales de Salud Pública y de la Presidencia de la República.

En la previsión de llegadas que se había proyectado para la ciudad de Quito, si es que no hubiese ocurrido un evento mayor como la pandemia en mención, la ciudad hubiese tenido un incremento aproximado del 3,8% en las llegadas internacionales en el año 2020 respecto al año 2019.

Sin embargo, una vez realizado el primer sondeo, se calculó que el impacto pudo ser de aproximadamente 160.000 turistas menos en todo el año, lo que significaba en el mejor de los casos, un decrecimiento del 30% aproximadamente. A la fecha esta afectación llega a un 70-75% en el número de llegadas de turistas internacionales a la ciudad en relación al 2019.

Fuente: Estimaciones de Quito Turismo-SIIT 2020

En relación a lo descrito, la ciudad de Quito inició la cuarentena por COVID19 el 12 de marzo de 2020. A la fecha y, de acuerdo a datos recopilados en encuesta realizada por Quito Turismo, se estima que, en todos estos días de cierre, las pérdidas llegarían a $800-$900 millones de dólares, lo cual representa una pérdida promedio diaria estimada de $2.3 a $3 millones en el total de las actividades de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, transporte turístico y Tour operación, en el DMQ. (datos estimados: al 31 de octubre de 2020)

4. EL TURISMO EN QUITO

De acuerdo a datos de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, relacionados a la llegada de turistas, tenemos que:

Datos de llegadas de enero a diciembre 2019: 684,390 visitantes no residentes
Datos de llegadas de enero a diciembre 2020 (estimado): 175.000 visitantes no residentes

Datos de llegadas de enero a diciembre 2019: 684,390 visitantes no residentes
Datos de llegadas de enero a diciembre 2020: 190.417 visitantes no residentes
- En el mes de enero 2020 hubo un +9,1% respecto al mismo mes en 2019.
- En el mes de febrero 2020 hubo un +5,7 % respecto al mismo mes en 2019.
- En el mes de marzo 2020 hubo un -59,4 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de abril 2020 hubo un -99,3 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de mayo 2020 hubo un -98,8 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de junio 2020 hubo un -98,0 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de julio 2020 hubo un -95,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de agosto 2020 hubo un -92,1 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de septiembre 2020 hubo un -89,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de octubre 2020 hubo un -78,6 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de noviembre 2020 hubo un -78,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de diciembre 2020 hubo un -71,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)

- En el acumulado de ENE-MAR 2020 existió una variación de un -15,5% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-JUN 2020 existió una variación de un -29,3% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-OCT 2020 existió una variación de un -71,7% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-NOV 2020 existió una variación de un -72,3% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-DIC 2020 existió una variación de un -72,2% respecto al mismo período en 2019

Esxiste una disminución de al menos un -72% en las llegadas en el año 2020 por efecto Covid19

Es importante señalar que la epidemia del COVID-19 fue declarada como pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo de 2020, por lo que el decrecimiento en las llegadas recién empezó a evidenciarse en abril de 2020 en nuestra ciudad, ya que varios de los mercados emisores empezaron a tener un alto

número de contagios y cancelaron sus viajes. Una vez declarada la pandemia por la OMS, y la aplicación de las medidas en nuestro país, la caída en las llegadas fue inmediata.

El mayor porcentaje de negocios turísticos en el DMQ lo compone el subsector de Alimentos y Bebidas con 2.989 establecimientos en toda la ciudad, lo que significa el 63% de todo el catastro turístico. Después se ubican la operación e intermediación turística y el alojamiento con el 15% cada subsector. Finalmente, los subsectores con una menor participación son recreación, diversión y esparcimiento con el 4% y el transporte turístico con el 2%. En total existen 4.776 negocios turísticos registrados en el catastro turístico de la ciudad de Quito.

	ACTIVIDADES	2020	Participación 2020
Actividades Económicas Turísticas - porcentajes	OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TUR (AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO)	735	15%
	ALIMENTOS Y BEBIDAS	2989	63%
	ALOJAMIENTO	737	15%
	RECREACIÓN DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO	212	4%
	TRANSPORTE TURÍSTICO	103	2%
	Total	**4776**	**100,00%**

Fuente: Dato AL 31DIC2019; Dir. Calidad – Catastro Quito Turismo[11]

En cuanto al empleo en las actividades turísticas en el DMQ, existen 42.995 empleos directos y 193.478 empleos indirectos, con un total de 236.473 empleos en total. La mayor cantidad de empleos se concentran en el subsector de Alimentos y Bebidas con el 67% seguido por el Alojamiento con el 15%, la intermediación y operación turística con el 12%, las actividades de recreación, diversión y esparcimiento con el 5% y finalmente el transporte turístico con el 2%.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	13.138	15.486	28.624	66,58%
ALOJAMIENTO	2.681	3.759	6.440	14,98%
INTERMEDIACIÓN Y OPERACIÓN	2.969	1.986	4.955	11,52%
RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO	787	1.391	2.178	5,06%
TRANSPORTE TURÍSTICO	293	505	798	1,86%
TOTAL	**19.868**	**23.127**	**42.995**	Directos
	Índice indirectos	4,5	193.478	Indirectos
[12]		Total	**236.473**	

Fuente: Dato AL 31DIC2019. Dir. Calidad – Catastro Quito Turismo

En una encuesta realizada por Quito Turismo a turistas, al preguntar en qué distribuyó su gasto, las respuestas se enfocan en primer lugar en alimentación, después alojamiento, seguido de compras de artesanías, diversión y taxis.

[11] Fuente: Dato AL 31DIC2019; Dir. Calidad – Catastro Quito Turismo
[12] Fuente: Dato AL 31DIC2019. Dir. Calidad – Catastro Quito Turismo

[13]

Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT

La tendencia de llegada de turistas no residentes que llegan al DMQ por nacionalidad se define, a pesar de la pandemia, en este 2020 y 2021 similar a la del 2019, de la siguiente manera: con Estados Unidos, Colombia, España como los principales mercados emisores del Distrito Metropolitano de Quito - DMQ.

[14]

Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT

Se estima que la ocupación hotelera para el 2021 mejore el dato de 2020 que tuvo un +- 20-30% a nivel ciudad. Se considera que las categorías de lujo seguirán con la mayor tasa de ocupación.

[13] Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT
[14] Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT

El visitante de Quito permaneció en un promedio de 1,58 noches en un hotel de la ciudad en 2019, se espera que este indicador suba y se pueda lograr llegar al mismo valor para el 2021; con el propósito de aumentarlo en los próximos años.

Al preguntar al turista: ¿qué es lo que visitó? menciona algunos de los atractivos "urbanos" que se concentran en el Centro Histórico con un aproximado del 67% (iglesias, El Panecillo; La Ronda) y en el sector de La Mariscal con un 12%. Ambas son consideradas como las Zonas Especiales Turísticas de Quito (ZET).

En lo que respecta a la zona rural la mayoría enuncia que la Mitad del Mundo fue el lugar más visitado en el DMQ.

[15]

Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT

[16]

Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT

El número de establecimientos turísticos en el DMQ se estima son:

[15] Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT
[16] Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT

[17]

2. EVALUACIÓN POA 2020

En concordancia con lo que dicta el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas que en su SECCIÓN V; SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA enuncia:

" Art. 119.- Contenido y finalidad.- Fase del ciclo presupuestario que comprende la medición de los resultados físicos y financieros obtenidos y los efectos producidos, el análisis de las variaciones observadas, con la determinación de sus causas y la recomendación de medidas correctivas.

La ***evaluación física*** y financiera de la ejecución de los presupuestos de las entidades contempladas en el presente código, será responsabilidad del titular de cada entidad u organismo y ***se realizará en forma periódica***…. "; La presente evaluación concuerda con lo requerido.

De acuerdo a la estructura orgánica de la empresa, se han identificado 8 programas internos relacionados a cada una de las diferentes direcciones que son las encargadas de la ejecución presupuestaria y técnica de la EPMGDT. Estas direcciones son:

1. Dirección de Desarrollo.- cuyo objetivo es: Gestionar el desarrollo y diseñar productos/servicios del Distrito Metropolitano de Quito para garantizar la experiencia positiva del visitante al destino.
2. Dentro de esta misma dirección se incluye el programa de Inteligencia de Mercados, cuyo objetivo es: Mantener un sistemático de recopilación y análisis de información de indicadores turísticos para apoyar al desarrollo y fomento de la actividad turística en el DMQ
3. Dirección de Calidad.- cuyo objetivo es: Impulsar la calidad turística en toda la cadena de valor del turismo a través de la regularización de los establecimientos, programas de mejora continua, coordinación con las organizaciones municipales y nacionales que trabajan en la regulación y control, asesoramiento técnico a los establecimientos y capacitación a los actores turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.
4. Dirección de Comercialización.- cuyo objetivo es: apoyar a la autogestión de la empresa mediante la generación de ingresos provenientes de las unidades de negocio.
5. Dirección de Mercadeo.- cuyo objetivo es: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional y nacional..

[17] Fuente: Quito Turismo, encuesta al turista no residente internacional SIIT

6. Dirección MICE.- cuyo objetivo es: Desarrollo y promoción de Quito en la industria de reuniones a nivel nacional e internacional.
7. Dirección de Comunicación.- cuyo objetivo es: Plantear y ejecutar estrategias junto con acciones comunicacionales que permitan difundir la gestión de la empresa y posicionar a Quito como destino.
8. Gerencia Administrativa - Financiera.- cuyo objetivo es: Administrar eficientemente los recursos financieros de la Empresa Quito Turismo y brindar apoyo administrativo, técnico y logístico a través del cumplimiento de las funciones de la administración del Talento Humano, Tecnología, Adquisiciones y Servicios Corporativos.

En estas direcciones / áreas se concentran los programas que se presentan en el siguiente detalle, con su presupuesto inicial de: US$ 7.511.725,38; y un presupuesto final codificado con reforma por pandemia COVID19 de: US$ 4.162.270,01

(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2020 – provisional)

Cuadro. Presupuesto inicial por programas QT

(Elaborado por: Planificación; Fuente: Gerencia Administrativa – Financiera de QT)

Cuadro. Presupuesto final por programas QT

(Elaborado por: Planificación; Fuente: Gerencia Administrativa – Financiera de QT)

3. DETALLE DE INGRESOS Y GASTOS POR PROGRAMA (provisional)

El detalle se lo presenta en el informe financiero 2020. El siguiente cuadro es provisional y se ha desarrollado de acuerdo a los datos emitidos por la Gerencia Financiera Administrativa se presenta el siguiente cuadro que muestra los detalles de ingresos y de gastos de Quito Turismo por programa: provisionales.

Cuadro. Ingresos QT

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PRESUPUESTO 2020

Partida Presupuestaria	Descripción	Asignación Inicial	Codificado
130107001	LEVANTAMIENTO DE TEXTOS, REPRODUCCION Y EDICION DE PLIEGOS	5.000,00	5.500,00
130112000	PERMISOS, LICENCIAS Y PATENTES	1.000.000,00	854.500,00
130304000	SECTOR TURISTICO Y HOTELERO	1.500.000,00	473.000,00
140299001	VENTA DE PRODUCTOS UNIDADES DE NEGOCIOS	115.000,00	11.500,00
140310000	DE ESPECTACULOS PUBLICOS	0,00	500,00
140310002	RUTAS TURISTICAS	5.000,00	5.000,00
140399002	ORGANIZACION Y COORDINACION DE EVENTOS	600.000,00	-
140399006	AUSPICIOS Y ALIANZAS	32.000,00	11.500,00
140399008	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	0,00	5.000,00

140399009	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	160.000,00	27.000,00
140399013	CENTRO INTEGRAL DE ATENCION AL TURISTA	400,00	400,00
140399020	CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	300.000,00	62.000,00
170199000	INTERESES POR OTRAS OPERACIONES	0,00	800,00
170202005	ARRIENDO INMUEBLES EX AEROPUERTO	170.000,00	113.417,00
170202007	ARRIENDO ESPACIO QUINDE VISITOR CENTER	25.200,00	5.200,00
170399000	OTROS INTERESES POR MORA	0,00	7.000,00
170402000	INFRACCION A ORDENANZAS MUNICIPALES	0,00	28.000,00
180104000	ENTIDADES DEL GOBIERNO SECCIONAL	2.635.898,96	1.581.526,59
190101000	EJECUCION DE GARANTIAS		-
190499000	OTROS NO ESPECIFICADOS	15.000,00	25.000,00
190499001	REEMBOLSO COMUNALES EX AEROPUERTO Y LA RONDA	10.000,00	10.000,00
190499003	REEMBOLSO GASTOS BASICOS CCEE	500,00	-
190499007	ALICUOTA SERVICIOS QUINDE VISITOR CENTER	4.500,00	900,00
240103000	MOBILIARIOS	0,00	1.200,00
370102000	DE FONDOS DE AUTOGESTION	607.175,10	607.175,10
370104001	DEL FONDO DE PROMOCION TURISTICO	326.051,32	326.051,32
TOTAL INGRESOS		**7.511.725,38**	**4.162.170,01**

(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2020 – provisional)

Descripción	Asignación Inicial	Codificado
1 COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	**1.074.993,27**	**290.027,93**
2 MERCADEO	**1.419.298,54**	**664.061,87**
3 INDUSTRIA DE REUNIONES MICE RICE	**536.356,49**	**360.544,35**
4 COMUNICACIÓN	**306.421,41**	**267.173,97**
5 INTELIGENCIA DE MERCADOS	**328.160,00**	**197.060,00**
6 DESARROLLO	**1.232.477,46**	**561.933,08**
7 CALIDAD	**698.992,95**	**388.073,31**
8 FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL ADMINISTRATIVO	**777.308,00**	**438.085,00**
9 FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL TALENTO HUMANO	**1.137.717,26**	**995.310,50**
Totales Quito Turismo	**7.511.725,38**	**4.162.270,01**

(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2020 – provisional)

La participación de cada área en el presupuesto de la empresa se distribuye de la siguiente manera:

Gráfico.- Participación en presupuesto (por área – programa)

(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2020 – provisional)

4. RESUMEN GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE POA 2020

4.1. CONSIDERACIONES EN LA EVALUACIÓN

El control y evaluación del plan operativo se lo realiza en este período de acuerdo a metas definidas por cada director/a y/o responsable de cada unidad de la empresa, el cual considera los siguientes aspectos:

- Proporción de metas anuales por producto (relacionado a programa y proyecto QT).
- Metas mensualizadas por actividad y/o producto, de acuerdo a la profundidad de los mismos y en cada dirección (Programa). (acumuladas mensualmente)
    - Se anexan cuadros de seguimiento-evaluación mensual los cuales podrían ampliar la apreciación de los cuadros que se presentan en esta evaluación
- Porción de metas anuales valoradas sobre un 100%, para cada mes.
- Las metas son cuantitativas para una mejor evaluación y monitoreo mensual.

La evaluación se sustenta en dos indicadores como lo son:

a. **Eficacia.**- es la relación entre las metas logradas y las metas programadas en el periodo, teniendo en cuenta el tiempo real de ejecución de la actividad o producto mensualmente.

   Fórmula. (Meta lograda mensualizada) / (Meta Programada – planificada en el periodo) x 100

- Meta lograda mensualizada.- se refiere al cumplimiento de la meta en el mes especificado desde la dirección encargada acumulada en el mes.
- Meta Programada en el periodo - planificada.- se refiere a la planificación de la meta (en valor) al final del periodo (planificada)
- Porcentaje.- expresa el porcentaje real de avance de la meta planteada

b. Eficiencia.- entendida como la relación entre los recursos económico invertidos y su comparación con los logros obtenidos.

Gráfico comparativo mensual del % de avance técnico vs. % de presupuesto Comprometido, y % de presupuesto Pagado (presupuestos operativos que no incluyen al talento humano)

- Avance técnico.- se refiere al porcentaje de eficacia de cada área
- Porcentaje de presupuesto comprometido.- se refiere al porcentaje de presupuesto que se ha comprometido para cumplir con lo descrito en el POA
- Porcentaje de presupuesto Devengado.- se refiere al porcentaje de presupuesto que ha sido devengado con la consecución de los productos o servicios contratados [este dato lo entregará el área financiera en su informe de liquidación pertinente]
- Porcentaje de presupuesto Pagado.- se refiere al porcentaje que ha sido pagado a los oferentes de productos o servicios.

4.2. EVALUACIÓN GENERAL POA 2020

Luego de aplicar los criterios de evaluación a los programas (direcciones) de Quito Turismo, se ha obtenido el resultado de avance técnico en este **periodo ENERO - DICIEMBRE 2020 con un 94% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo (ENERO - DICIEMBRE) (100%), sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (94%)

Lo cual ha sido realizado con un **96 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), según se lo describe en el siguiente gráfico y tabla siguientes:

Elaborado: Planificación Quito Turismo

Tabla 1. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020 por programa / área

PROYECTOS MI CIUDAD	PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado				CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
		% TECNICO del proyecto ANUAL		ACUMULADO A DICIEMBRE 2020								
QUITO DESTINO TURÍSTICO	COMERCIALIZACIÓN	91%	91%	91%		0,67%	96%	96%	85%	77%	100%	91%
	MERCADO	97%	97%	97%		0,00%	97%	96%	70%	61%	100%	97%
	MICE	99%	99%	99%			97%	97%	53%	33%	100%	99%
	COMUNICACIÓN	90%	90%	90%			99%	100%	84%	71%	100%	90%
	INTELIGENCIA DE MERCADOS	100%	100%	100%			100%	100%	94%	94%	100%	100%
	DESARROLLO	97%	97%	97%		0,18%	88%	89%	85%	85%	100%	97%
	CALIDAD	97%	97%	97%		0,31%	95%	30%	91%	30%	100%	97%
GESTION ADMINISTRATIVA	F. ADMINISTRATIVO	88%	88%	88%		0,02%	97%	97%	69%	69%	100%	88%
GESTION DEL TALENTO HUMANO	F. TTHH	90%	90%	90%		0,17%	99%	85%	95%	80%	100%	90%
	Promedio QT total	94%	94%	94%		0,14%	96%		81%		100%	94%
	Promedio QT sin TTHH					0%	95%		68%			
		GESTION				% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% PAGADO			

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020 por programa

Realizado por Planificación Quito Turismo

Realizado por Planificación Quito Turismo

Realizado por Planificación Quito Turismo

5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: QUITO DESTINO TURÍSTICO

5.1. Avance Programático Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2020

Nombre del Programa	Nombre proyecto	% avance programático
CLÚSTER PRODUCTIVOS	CLÚSTER TURÍSTICO	100%

http://172.20.24.119/MiCiudad2020/

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	CLÚSTER PRODUCTIVOS
PROYECTO	QUITO DESTINO TURÍSTICO
RESPONSABLE DEL PROYECTO	CARDENAS RAMIREZ CARLA PAOLA

Regresar Proyectos EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURESTICO

PRODUCTO	OBRA	PRIORITARIO	% AVANCE DE LA PROGRAMACION	ESTADO	FECHA PROGRAMADA		FECHA REALIZADA		RESPONSABLE PRODUCTO
					INICIO	TERMINO	INICIO	TERMINO	
UNIDADES DE NEGOCIO DE QT COMERCIALIZADASY ALIANZAS ESTRATÉGICAS FORTALECIDAS - COMERCIAL			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	GARCIA ROSERO MARJORIE PATRICIA
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS - MERCADEO			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	PACHECO CUESTA MARIA BELEN
CLUSTER DEL SECTOR RICE/MICE EN FUNCIONAMIENTO - MICE			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	BOCK IRIGOYEN NORMA CRISTINA
PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL - COMUNICACION			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	SUAREZ URRESTA MARIA GABRIELA
SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDECADORES TURÍSTICOS ELABORADO - INTELIGENCIA DE MERCADOS			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	BANDA OSAZ HUGO RUBEN
PRODUCTOS TURÍSTICOS EXISTENTES Y POTENCIALES EN ZONAS URBANAS Y RURALES DESARROLLADOS Y FORTALECIDOS - DESARROLLO			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	FUENTES SUAREZ MARIA BELEN
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DMQ CON NORMATIVAS DE CALIDAD IMPLEMENTADAS Y FORTALECIDAS - CALIDAD			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	DEL VALLE VIVANCO MONICA CATALINA
ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO QUITO DESTINO TURISTICO			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	RUALES MONCAYO LUIS EDUARDO

Páginas: [1]

Productos Activos:	8	100 %
Productos Inactivos:	0	

http://172.20.24.119/MiCiudad2020/

Metas Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2020

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	CLÚSTER PRODUCTIVOS
PROYECTO	QUITO DESTINO TURÍSTICO

Regresar Proyectos

META POA	TIPO META	VALOR DISTRITAL	VALOR UNIDAD OPERATIVA	UNIDAD DE MEDICION	AVANCE	AVANCE DE METAS
INCREMENTAR EN 3 PUNTOS PORCENTUALES LA CUOTA DEL MERCADO DE REUNIONES EN AMÉRICA DEL SUR HASTA LLEGAR A UN 5%	Acumulativa	3.00	3	PORCENTAJE	36.67 %	Avance de Metas
INCREMENTAR EN 6 PRODUCTOS HASTA LLEGAR A 24 PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL 2020 EN ZONAS RURALES Y URBANAS DEL DMQ	Acumulativa	6.00	6	NÚMERO DE PRODUCTOS	100 %	Avance de Metas

Páginas: [1]

http://172.20.24.119/MiCiudad2020/

5.2. Principales resultados alcanzados por meta del proyecto

Meta 1:	INCREMENTAR EN 3 PUNTOS PORCENTUALES LA CUOTA DEL MERCADO DE REUNIONES EN AMÉRICA DEL SUR HASTA LLEGAR A UN 5%.
Valor programado 2020:	3
Valor ejecutado 2020:	Participación actual del 3.10%; que implica que se incrementó en 1.10 puntos (línea base fue 2) Documento: MC- metas - MEMO QT-MICE-2020-111 información a sistema Mi Ciudad MICE -actualización firmancb.pdf
% de avance:	36.67%
Entidad(es) ejecutora(s):	EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO – QUITO TURISMO

1. Descripción de los resultados alcanzados:

Anualmente la Asociación de Congresos y Convenciones (ICCA) entrega las estadísticas del total de eventos realizados en un destino durante un año. Para que los eventos, que se desarrollan en una ciudad, sean tomados en consideración dentro del análisis / ranking de ICCA deben cumplir con los siguientes requisitos: o El evento debe rotar por diferentes ciudades / destinos.

o El evento debe pertenecer a una asociación internacional.
o El evento debe contar con mínimo 50 participantes.

- Las últimas estadísticas de ICCA presentadas fueron el año 2019, año en el cual, la ciudad de Quito fue sede de 25 eventos internacionales que cumplieron los criterios de ICCA. La ejecución de estos eventos permitió que se ubique la capital ecuatoriana en la posición **Nr. 11 en América del Sur,** como destinos preferidos para realizar encuentros internacionales, compitiendo con 40 destinos de la misma región.

NR	CIUDAD	NÚMERO DE EVENTOS
1	Buenos Aires	133
2	Lima	67
3	Santiago de Chile	66
4	Sao Paulo	56
5	Bogotá	53
6	Cartagena	42
7	Montevideo	39
8	Medellín	34
9	Rio de Janeiro	33
10	Asunción	26
11	**Quito**	25

Por otro lado, desde la Dirección MICE se analiza la posición y cuota de mercado de Quito a nivel sudamericano dentro del ranking de ICCA. Actualmente la cuota de mercado es de **3.10%** en América del Sur.

Cabe indicar que los datos estadísticos que ofrece ICCA, si bien son muy importantes para dar a conocer la posición de Quito en la industria de reuniones a nivel internacional, no representan el total de eventos que anualmente se desarrollan en Quito.

El logro de esta meta depende de las diferentes acciones que como empresa pública se han desarrollado a lo largo de este año 2020, a continuación, los resultados vinculados a la meta descrita:

Resultados:

1. Guía de inversiones y emprendimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.
2. Guía metodológica para seleccionar bienes patrimoniales con potencial turístico.
3. Participación en 10 ferias turísticas internacionales en formato presencial o virtual, como Fitur, Anato, Adventure Elevate, WTM, USTOA, TMLA, entre otras.
4. Más de 200 citas de trabajo con representantes de la industria turística internacional en el marco de las ferias turísticas internacionales.
5. Más de 2300 agentes de viajes de la industria turística internacional capacitados a través de 60 talleres virtuales de presentación del destino Quito.
6. 2 convenios multidestino con otras ciudades de la región latinoamericana como Bogotá, Lima, Río de Janeiro, Buenos Aires, Santiago, entre otras, y 1 acuerdo a nivel local con Cuenca, Latacunga, Ambato y Riobamba (Camino de Los Andes).
7. 6.3 millones de dólares en media value internacional con 629 publicaciones en medios especializados internacionales.
8. Campañas cooperadas con medios y plataformas turísticas internacionales como Ladevi, Expedia, Club Miles.
9. 8 viajes de prensa y familiarización con medios especializados y aerolíneas como KLM, Wingo, Vacay, entre otros.
10. Campañas digitales al mercado nacional por feriados y fechas especiales como Carnaval, Semana Santa, Verano, Finados, Fiestas de Quito, Navidad, entre otras.
11. Más de 640 turistas locales inscritos entre septiembre y diciembre en los recorridos turísticos de reactivación organizados por Quito Turismo en las principales zonas turísticas de la ciudad.
12. 168 eventos contactados y gestionados para su realización en Quito en los siguientes años, con una participación aproximada de 152 mil participantes y 92 millones de dólares en ingresos para la ciudad.
13. Participación en 10 ferias y viajes de inspección de la industria de reuniones para promover Quito como destino MICE, como Fitur, Virtual X-Change, TMB Forum, enre otros.
14. Media value de 314 mil dólares en medios especializados internacionales del segmento MICE.
15. Ubicación de Quito en el puesto 11 del ranking ICCA de América del Sur.
16. Más de 1100 personas capacitadas de la industria de reuniones de Quito, de hoteles, organizadores de eventos, proveedores, entre otros.
17. Campañas específicas a los sub segmentos de la industria de reuniones como Quito Romance, La Semana de Quito, entre otros.

18. Más de 2000 publicaciones en medios de comunicación local con un media value noticioso de más de 15 millones de dólares.
19. Obtención del reconocimiento internacional Safe Travels para la ciudad de Quito, emitido por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

Se describe con mayor especificidad en líneas más abajo.

Meta 2:	INCREMENTAR EN 6 PRODUCTOS HASTA LLEGAR A 24 PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA EL 2020 EN ZONAS RURALES Y URBANAS DEL DMQ
Valor programado 2020:	6
Valor ejecutado 2020:	6 Documento: MC- metas - Memo 04 Respuesta HITOS PRODUCTOS sistema Mi Ciudad-signed-signed.pdf
% de avance:	100%
Entidad(es) ejecutora(s):	EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO – QUITO TURISMO

1. Descripción de los resultados alanzados:

18 productos turísticos desarrollados en el DMQ y 6 adicionales programadas como metas 2020 de Quito Turismo para el sistema Mi Ciudad.

TURISMO CULTURAL
1. Iglesias
2. Conventos
3. Museos (religiosos, civiles, militares, lúdicos y arqueológicos)
4. Barrios San Marcos, La Ronda, La Loma Grande, La Tola.
5. Acontecimientos programados (Semana Santa, Difuntos, Solsticio, Fiestas de Quito)

TURISMO CREATIVO Y DE EXPERIENCIAS
6. Museo del Agave
7. Ciudad Mitad del Mundo
8. Pacari
9. Talleres artesanales (La Ronda)

AVITURISMO
10.Yanacocha
11.Paz de Las Aves
12.Bellavista
13.Masphi
14.Tambo Cóndor

TURISMO RURAL Y DE AVENTURA
15. Teleférico
16.Zoo Guayllabamba

17.Pahuma
18.Yunguilla

Los nuevos productos turísticos adicionales desarrollados son:

TURISMO CREATIVO Y DE EXPERIENCIAS

1. Finca Frajares

Finca especializada en la producción de café con opciones para visitas turísticas; se encuentra ubicada en la parroquia de Nanegalito. Lugar para familias, parejas, amigos que deseen degustar de unas cuantas tazas de café.

2. Mashpishungo

Es una finca donde se cultiva el cacao, San José de Mashpi, parroquia de Pacto que busca generar un ambiente saludable y sustentable en la bio región de Chocó; esta finca decidió crear sistemas agroforestales orgánicos que enfaticen la producción del mejor cacao del mundo, el reconocido Arriba Cacao.

3. Pambiliño

Es un bosque escuela dentro de una reserva ecológica, donde la biodiversidad, junto con el acompañamiento que brindan sus dueños, le permitirán encontrarse con la inteligencia natural que todos llevamos dentro.

4. Cervezas artesanales (Santana y La Quiteña)

Las cervecerías artesanales en Quito son sitios ideales para aprender y degustar de las variedades de cervezas artesanales, donde conocerá su historia y proceso de elaboración con los mejores ingredientes, armonizados en estilos únicos que representan el orgullo de sus creadores.

AVITURISMO

5. Amagusa

Lugar privilegiado para el avistamiento de aves, sobre todo de la Tangara Verde o Tangara Esmeralda. Esta es una zona especial de transición andina con alta biodiversidad. Reserva ecológica privada manejada de manera familiar hace más de 20 años.

6. Antisanilla

Cuenta aproximadamente con 7.000 hectáreas de ecosistemas alto andinos en protección y es hogar de una de las más grandes poblaciones de Cóndor Andino. La reserva cuenta con un peñón natural que alcanza los 4.000 metros de altura en su parte más alta y forma una caída de roca de alrededor de 200 metros.

El logro de esta meta depende de las diferentes acciones que como empresa pública se han desarrollado a lo largo de este año 2020, a continuación, los resultados vinculados a la meta descrita:

Resultados:

1. Generación de estadísticas turísticas de ocupación hotelera, llegadas internacionales, entre otras.
2. 110 personas de 33 GAD parroquiales capacitados en el desarrollo de productos turísticos.
3. Más de 40 mil asistentes a los Desfiles de Carnaval del norte y sur de la ciudad del mes de febrero.
4. 291 atractivos turísticos identificados y actualizados en el formato Mintur correspondiente.

5. 97 experiencias turísticas urbanas y rurales promovidas y difundidas al turista local y nacional.
6. Más de 26.400 turistas atendidos en los puntos de información turística de la ciudad.
7. 2 oficinas de seguridad turística renovadas y entregadas para el Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional.
8. 33 tótems turísticos renovados en La Mariscal y Centro Histórico.
9. Señalización turística en parroquias
10. Más de 71 mil personas capacitadas de establecimientos turísticos del DMQ en actividades administrativas y operativas.
11. 245 reconocimientos de establecimientos confiables y saludables entregados.
12. Más de 1700 asesorías in situ sobre protocolos de bioseguridad.
13. Más de 2000 personas capacitadas en protocolos de bioseguridad de forma virtual.

Se describe con mayor especificidad en líneas más abajo.

5.3. Evaluación del Programa/Proyecto: Quito Destino Turístico

Evaluación	Viabilidad SI/NO	Justificación
Evaluación Técnica	SI	El proyecto "Quito Destino Turístico" debe ser modificado con la finalidad de ajustarse a la nueva realidad derivada de la crisis de la pandemia del Covid-19, manteniendo sus principales líneas de acción para la gestión, el desarrollo y la promoción de Quito como destino turístico relevante en la región.
Evaluación Financiera	SI	Se han realizado los ajustes presupuestarios respectivos para poder ejecutar las acciones con los recursos disponibles en la medida en la que se pueda compensar la no contratación con actividades de gestión.
Evaluación Jurídica	SI	La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, -Quito Turismo-, es una empresa pública creada mediante Ordenanza Metropolitana 0309, integrada en el Código Municipal aprobado en Ordenanza Metropolitana 001. Parte de los objetivos de Quito Turismo son, el desarrollo, la promoción del destino turístico y la regulación de la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito. Entre las facultades trasferidas por el Gobierno Central al Municipio de Quito, constan el ejercicio de la facultad de inspección, regulación y emisión del registro turístico de las actividades turísticas en el Distrito Metropolitano de Quito. Dentro de la estructura orgánica municipal, las competencias transferidas por el Ministerio de Turismo son ejecutadas exclusivamente por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo. El ejercicio de las facultades de Quito Turismo, permite que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, cumpla con la función preceptuada por el Código Orgánico de Organización Territorial, Descentralización y Autonomía respecto de la de regulación de la actividad turística, además de aportar al mantenimiento de la seguridad, el orden y la paz social. Para el efectivo desarrollo de las competencias de acuerdo a la Ley Orgánica de Empresas Públicas, Quito Turismo es una entidad con patrimonio propio, con autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión; representada legal, judicial y extrajudicial por la Gerente General como responsable ante el Directorio por su gestión administrativa, técnica y financiera

5.3.1. Conclusiones y Recomendaciones

a) Conclusiones

- La pandemia del Covid-19 ha generado impactos negativos en el turismo de la ciudad, del país y del mundo, siendo una de las actividades económicas con mayor afectación, lo que ha incidido directamente en la gestión de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo. La EPMGDT Quito Turismo ha tenido una afectación directa en varias de sus líneas de ingresos, que están ligadas a la llegada de turistas internacionales al país, lo que ha incidido negativamente en la empresa.

- La estructura programática de la empresa permite que el proyecto "Quito Destino Turístico" pueda seguir ejecutándose, pero con un alcance ajustado a las actuales circunstancias por las que atraviesa la ciudad, el país y el mundo.

b) Recomendaciones del proyecto

- Es pertinente una modificación de las metas del objetivo del proyecto "Quito Destino Turístico" considerando el impacto negativo que ha generado la crisis de la pandemia del Covid-19 en la ciudad, el país y en el mundo, lo que permitiría redirigir los esfuerzos de la EPMDGT Quito Turismo para brindar apoyo oportuno al sector turístico privado del DMQ y que a la vez permite mitigar los efectos negativos de la crisis en el cierre de empresas y pérdida de empleo.

- Modificar indicadores y metas de acuerdo a:

INDICADOR DE GESTIÓN	META DE GESTIÓN	REFORMA			META DE GESTIÓN PROPUESTA
		NUEVA	ELIMINA	MODIFICA	
Indicador 1.- NÚMERO DE VISITANTES NO RESIDENTES INTERNACIONALES EN EL DMQ	2020: INCREMENTAR EN 10.000 EL NÚMERO DE VISITANTES NO RESIDENTES INTERNACIONALES HASTA LLEGAR A 715.000 AL 2020			x	2020: LLEGAR A LOS 150.000 VISITANTES NO RESIDENTES INTERNACIONALES EN EL 2020
Indicador 2.- PORCENTAJE DE APORTE DEL TURISMO AL PRODUCTO INTERNO BRUTO - PIB DE LA CIUDAD AL 2020	2020: MANTENER EN 4,04% EL APORTE DEL TURISMO AL PIB DE CIUDAD AL 2020			x	2020: MANTENER EN 2,7% EL APORTE DEL TURISMO AL PIB DE CIUDAD AL 2020

5.4. EVALUACIÓN POA GESTIÓN 2020 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO

5.4.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Comercialización en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **91% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

Eficiencia. - Lo cual ha sido realizado con un **96% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado	% TECNICO del proyecto ANUAL	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
COMERCIALIZACIÓN	91%		0,67%	96%	100%	91%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		

Elaborado: Planificación: datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro 3. Resumen AVANCE por proyectos QT - Comercialización

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
COMERCIALIZACIÓN de unidades de negocio de Quito Turismo y ALIANZAS ESTRATÉGICAS MC: UNIDADES DE NEGOCIO DE QT COMERCIALIZADAS y ALIANZAS ESTRATÉGICAS fortalecidas	AUSPICIOS Y ALIANZAS	Auspicios y alianzas MC: GENERACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS POR MEDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE AUSPICIOS Y GESTIÓN DE ALIANZAS (Trimestral)	90%				
	DESARROLLO DE EVENTOS	05 CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	94%	132.600,00	58.059,16	-	58.059,16
		02 CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	89%	86.939,88	36.447,13	-	36.405,84
		Centro Cultural Itchimbia MC: COMERCIALIZACION CENTRO CULTURAL ITCHIMBIA(de acuerdo a convenio)					
		04 EVENTOS EN OTROS ESPACIOS	82%	430.000,00	-	-	-
	COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	01 QUINDE VISITOR CENTER	100%	84.965,83	21.290,96	1.706,75	17.883,49
	GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO UNIDADES DE NEGOCIO DE QT COMERCIALIZADAS y ALIANZAS ESTRATÉGICAS fortalecidas (Especifica)	01 GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION Y ALIANZAS	92,82%	147.580,69	24.000,00	227,20	22.277,64
		Sub Total Comercialización		**882.086,40**	**139.797,25**	**1.933,95**	**134.626,13**
	Administración del Talento Humano COMERCIAL	01 TALENTO HUMANO DE COMERCIALIZACION	94,87%	192.906,87	150.230,68	-	142.526,83
		Total Comercialización + TH	**90,76%**	**1.074.993,27**	**290.027,93**	**1.933,95**	**277.152,96**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

5.4.1.1. GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

Conforme lo estipulado en las competencias asignadas a la Dirección de Comercialización en el Estatuto Orgánico por Procesos vigente, una de las gestiones a realizar es la generación de recursos financieros para la empresa así como de alianzas estratégicas con el mismo fin.

Es así que con fecha 12 de marzo de 2020, el Director de Comercialización presentó a la Gerente General una propuesta integral para el manejo de los productos y servicios a cargo de la Dirección de Comercialización, lo cual incluye estrategias comerciales para la generación de ingresos, posibles alianzas estratégicas y un portafolio tentativo de servicios para el área de "inversiones" de la Dirección de Comercialización.

En el período enero - diciembre 2020, (conforme la validación del reporte de la cédula presupuestaria de ingresos al mes de febrero 2020 - devengado acumulado- y el reporte de facturación de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2020 remitido por la Jefatura Financiera); el total acumulado facturado por la Dirección de Comercialización alcanza $ 624.694,34.

En el período diciembre 2020, conforme el reporte de facturación remitido por Jefatura Financiera, la facturación total de la Dirección de Comercialización alcanzó: $ 5.167,72, que corresponde a la facturación por ejecución del Convenio con el CEN y la facturación de productos y servicios en la Tienda El Quinde. El reporte de facturación global también da a conocer el detalle de notas de crédito generadas a razón de cancelaciones de eventos por motivo de la pandemia COVID-19. Es por ello que en el presente Informe se hacen constar el consolidado final de las ventas donde constan las respectivas notas de crédito. Es importante recalcar que, debido a la situación de emergencia sanitaria declarada en el Ecuador (que se detalla a continuación), son evidentes los resultados de la nula facturación, además que es necesario recalcar que existirán ajustes que han solicitado y solicitarán nuestros clientes finales, por lo que, una vez terminada la emergencia sanitaria se evaluará cada rubro de esta facturación a fin de determinar los saldos finales devengados y con ello, determinar la situación final de la generación de ingresos por esta Dirección.

A causa de la pandemia mundial del coronavirus, desde el mes de marzo 2020 se vieron suspendidas varias actividades económicas viéndose también afectada la generación de ingresos por parte de la Dirección de Comercialización.

La suspensión de actividades se desprendió de la suspensión de la movilización humana debido a: la Declaración del Estado de Emergencia Sanitaria (Acuerdo Ministerial 126 Ministerio de Salud el 12 de marzo de 2020); la Declaración del estado de emergencia grave en el territorio del Distrito Metropolitano de Quito (Resolución A-020 del 12 de marzo de 2020 suscrito por el Alcalde de Quito; y la restricción de la libertad de tránsito y movilidad declarada en el País (Presidencia de la República: Decreto Ejecutivo 107 del 16 de marzo de 2020).

Por lo que, por esta situación sanitaria que corresponde a un evento coyuntural de afectación mundial, las metas proyectadas de ingresos de la Dirección de Comercialización han sido afectadas desde el mes de marzo 2020, proyectándose incluso una afectación anual de ingresos.

Es importante recalcar que si bien el cumplimiento de metas estaría articulado a la gestión comercial de la Dirección (en un escenario de condiciones económicas normales), es importante recalcar que la reactivación económica correspondería a un tema estructural debido a que la demanda se encuentra totalmente contraída, y cuya motivación de consumo no se dará una vez levantado el estado de emergencia sanitaria sino que depende de muchos factores. Hay que tomar en cuenta que el segmento de eventos sobre el cual la gestión comercial de la Dirección se enfoca, está dirigido a otro perfil turístico que ahora tendrá mayores restricciones de consumo así como restricciones para movilizarse, siendo entonces la gestión de la Dirección de Comercialización y sus metas, dependientes del escenario macroeconómico nacional y mundial.

Por otra parte, debido a la emergencia sanitaria, estos espacios han sido requeridos por el Comité de Operaciones de Emergencia - COE Nacional, a fin de que estos espacios sean utilizados como centros de aislamiento temporal. Es así que, con fecha 29 de marzo de 2020, mediante oficio GADDMQ-SS-2020-0613-OF el Secretario de Salud del DMQ solicitó a la Gerente General de Quito Turismo, se den todas las facilidades para la implementación de dichos centros de atención en las instalaciones de los dos centros de convenciones; por lo que, no se puede realizar una proyección de generación de ingresos dada por el alquiler de estos espacios.

En cumplimiento de las disposiciones vigentes por la crisis sanitaria, Quito Turismo realizó la Entrega Recepción del Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito y del Centro de Eventos Bicentenario, a la Secretaría de Salud, conforme constan en las Actas de Entrega - Recepción suscritas con fecha 03 de abril de 2020, con un plazo hasta el 30 de junio de 2020, en virtud de constituir estos espacios como Centros de Atención Médica Temporal, denominados "QUITO SOLIDARIO".

Mediante Oficio Nro. GADDMQ-SS-2020-0775-OF, de fecha 28 de abril del 2020, el Secretario de Salud del DMQ comunica a Quito Turismo lo siguiente: *"…a fin de formalizar el buen uso de las instalaciones del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito – CCMQ y del Centro de Eventos Bicentenario – CEB, sugiero que para la correcta implementación del "CENTRO DE ATENCIÓN TEMPORAL "QUITO SOLIDARIO" que ya se encuentra en la fase preliminar, la suscripción de un convenio de cooperación dentro de los siguientes términos: 1. Por un plazo referencial de 9 meses contados desde el 27 de abril al 31 de diciembre de 2020, atendiendo las variables que puedan surgir por la Emergencia Sanitaria derivada del Coronavirus COVID 10, este plazo podría extenderse o incluso abreviarse. (…) 2. Las actas de entrega recepción suscritas oportunamente (…) formarán parte del convenio suscrito en lo pertinente. 3.Respecto al Servicio de Guardianía de los referidos centros, a partir del mes de mayo, se proporcionará este servicio (…) 4. Respecto a los Seguros de los referidos centros, los cubrirá la Secretaría de Salud del DMQ 5. Nombres y cargos de los servidores que ejercerán las funciones de administrador (…), Supervisor (…), Fiscalizador (…) ."*

Por otra parte, mediante oficio EMGIRS-EP-GGE-2020-0207-O del 11 de mayo de 2020, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Residuos Sólidos – EMGIRS solicitó a Quito Turismo *"(…) la suscripción de un convenio de Cooperación Interinstitucional (…)*" mediante el cual se pueda entregar un espacio necesario para cumplir con las atribuciones delegadas por el Alcalde de Quito, para la ejecución de acciones exequiales, conforme la resolución A-037.

Finalmente, con fecha 12 de mayo de 2020 Quito Turismo suscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional con la Secretaría de Salud; y el 14 de mayo de 2020 suscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional con la Empresa de Residuos Sólidos – EMGIRS; mediante los cuales, se entrega de manera temporal el uso de los centros de convenciones Metropolitano de Quito y Centro de Eventos Bicentenario, respectivamente.

En el contexto de la suscripción de estos Convenios de Cooperación, mediante los cuales se realizó la entrega temporal de las instalaciones de los dos centros de convenciones para que puedan servir como centros de atención médica al menos hasta el 31 de diciembre de 2020; es claro deducir que no se podrán generar ingresos financieros por parte de esta Dirección debido a la ocupación de estos espacios; más bien, los ingresos por dicho uso constituirían ingresos de tipo económico, es decir, ingresos no cuantificables financieramente ya que los beneficios estarían valorados en función de mantener la salud de la ciudadanía de Quito.

Foto: Visita de representantes del COE Nacional al CCMQ (22 marzo 2020)

Foto: Visita de representantes del COE Nacional al CEB (22 marzo 2020)

Foto: Estado actual de la implementación del Centro Médico de Aislamiento Quito Solidario en las instalaciones del CCMQ (mayo 2020)

Fuente: Administración General del Municipio de Quito

La restricción de la movilización humana ha generado que los trabajadores nos integremos a la ejecución de trabajos de manera remota: vía Teletrabajo, a través de lo cual, se realizaron algunas gestiones dentro de la Dirección; que se detallan a continuación:

1. GESTIÓN DE VENTAS, AUSPICIOS Y EVENTOS

1.1. CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO - CEB

Actividad: Administración del Centro de Eventos Bicentenario

Producto: Comercialización de espacios para uso temporal (eventos) en el CEB

El Centro de Eventos Bicentenario, es un espacio que cuenta con una superficie de 3.463m^2 de superficie cubierta y 20.000 m^2 de exteriores.

Su ubicación estratégica en el norte de la ciudad y la disposición de sus ambientes le permite ser un espacio idóneo para el desarrollo de una diversidad de eventos, entre los que se destacan las ferias, las mismas que constituyen eventos de larga duración.

En el período enero - diciembre 2020, (conforme el reporte de la cédula presupuestaria de ingresos al mes de febrero 2020 -devengado acumulado- y el reporte de facturación de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2020 remitido por la Jefatura Financiera); el total acumulado corresponde a $ 26.175,10.

Con fecha 03 de abril de 2020 Quito Turismo realizó la entrega de los espacios del Centro de Convenciones para uso de la Secretaría de Salud con el fin de instalar un Centro Médico para atención de pacientes contagiados con COVID19.

Con fecha 14 de mayo de 2020 Quito Turismo suscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional con la Empresa de Residuos Sólidos – EMGIRS mediante el cual se entregó de manera temporal el uso de los espacios del Centro de Eventos Bicentenario a fin de que la EMGIRS de cumplimiento a la disposición del Alcalde de Quito, respecto a la organización y ejecución de las acciones exequiales resultantes de la pandemia. Esta ocupación está prevista hasta el mes de diciembre de 2020, pudiendo este plazo extenderse conforme la evolución de la pandemia.

Con la ocupación de estos espacios para fines sociales que requiere la ciudad, no se realizó facturación alguna por concepto de alquiler de espacios, en el mes de diciembre 2020.

La generación de ingresos por alquiler de espacios depende de los eventos que se desarrollen en la ciudad, eventos que debido a la emergencia sanitaria no han podido desarrollarse.

Como parte de la gestión comercial de la Dirección, se mantuvo contacto directo con los clientes a fin de cambiar las fechas para la ejecución de sus eventos, cuyo contacto promovió estrategias de retención y fidelización de los clientes.

En los primeros meses del año se incluyó en esta cuenta contable los saldos constantes de facturación del Centro de Convenciones Eugenio Espejo, en virtud de que, al no existir una cuenta contable asociada a dicho venue, es necesario cargar los saldos contables en las cuentas actuales de la empresa.

El monto de las facturaciones de CCEE y que se cargan a la cuenta del CEB alcanzan $ 4.975,60.

El Centro de Convenciones Eugenio Espejo dejó de ser administrado por Quito Turismo en el mes de diciembre de 2019 puesto que el Alcalde dispuso la entrega de sus instalaciones al Ministerio de Cultura y Patrimonio, conforme consta en el convenio suscrito entre las dos instituciones.

Foto: Centro de Eventos Bicentenario

1.2. CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO

Actividad: Administración del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito CCMQ

Producto: Comercialización de espacios para uso temporal (eventos) en el CCMQ

El Centro de Convenciones Metropolitano de Quito se encuentra en proceso de adjudicación a un operador privado, en el marco del Concurso Público denominado "SELECCIÓN PARA LA OPERACIÓN, EQUIPAMIENTO, ADMINISTRACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO".

Sin embargo, mientras concluye el mencionado proceso se han comercializado espacios de uso temporal para el desarrollo de eventos.

El Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, es un espacio que cuenta con una superficie de 20.146.64 m2 y 16.442,72 m2 de construcción, con lo cual tiene una capacidad para albergar a más de 2.000 personas simultáneamente en un solo evento.

En el período enero- diciembre 2020, (conforme el reporte de la cédula presupuestaria de ingresos al mes de febrero 2020 -devengado acumulado- y el reporte de facturación de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2020 remitido por la Jefatura Financiera); el total acumulado corresponde a $ 61.027,78.

Con fecha 03 de abril de 2020 Quito Turismo realizó la entrega de los espacios del Centro de Convenciones para uso de la Secretaría de Salud con el fin de instalar un Centro Médico para atención de pacientes contagiados con COVID19.

Con fecha 12 de mayo de 2020 Quito Turismo suscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional con la Secretaría de Salud mediante el cual se entregó de manera temporal el uso de los espacios del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, a fin de que se instale el Centro Médico de Atención Temporal "Quito Solidario". Esta ocupación está prevista hasta el mes de diciembre de 2020, pudiendo este plazo extenderse conforme la evolución de la pandemia.

Con la ocupación de estos espacios para fines sociales que requiere la ciudad, no se realizó facturación alguna por concepto de alquiler de espacios, en el mes de diciembre 2020.

La generación de ingresos por alquiler de espacios depende de los eventos que se desarrollen en la ciudad, eventos que debido a la emergencia sanitaria no han podido desarrollarse.

Como parte de la gestión comercial de la Dirección, se mantuvo contacto directo con los clientes a fin de cambiar las fechas para la ejecución de sus eventos, cuyo contacto promovió estrategias de retención y fidelización de los clientes.

Foto: Centro de Convenciones Metropolitano de Quito

1.3. ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DE EVENTOS

Actividad: Administración de eventos en otros espacios

Producto: Organización de eventos (Quito Turismo en calidad de operador de los eventos)

Desde el mes de agosto de 2019, el Servicio de Contratación Pública SERCOP confirmó que Quito Turismo puede realizar contrataciones bajo la modalidad del "giro específico del negocio", en el cual se enmarca la gestión de Quito Turismo como operador de eventos.

Durante el período comprendido entre enero a marzo de 2020, se tomó contacto con dos clientes: Ministerio de Cultura y con la Empresa Pública del Trolebús, a fin de negociar la operación de dos eventos: Feria del Libro 2020 y el II Congreso de Transporte.

En el rubro EVENTOS, se proyectó inicialmente en el POA una facturación en este rubro, no obstante, debido a la emergencia sanitaria se suspendieron las negociaciones de los dos eventos mencionados con lo cual, la facturación correspondiente al mes de agosto y meses posteriores no se realizará, toda vez que para la reactivación de actividades debe esperarse las comunicaciones oficiales de las autoridades nacionales, y de lo cual, no se tiene una fecha definida ya que depende de la evolución de la pandemia.

En el período enero – diciembre 2020, (conforme el reporte de la cédula presupuestaria de ingresos al mes de febrero 2020 -devengado acumulado- y el reporte de facturación de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2020 remitido por la Jefatura Financiera); el total acumulado corresponde a $ 490.128,93. En el reporte de facturación remitido por la Gerencia Financiera consta una facturación correspondiente al servicio de operación de la Feria del Libro 2019 que se llevó a cabo en diciembre 2019, y que el Ministerio de Cultura, comocliente final, solicitó emitir una factura con fecha del mes de marzo 2020 y en el mes de mayo 2020 solicitó la emisión de una nueva factura con fecha del mes de mayo, por lo cual tuvo que emitirse la respectiva nota de crédito y facturarse nuevamente conforme lo solicitado por el cliente. Siendo esta

facturación ya reportada en el mes de marzo de 2020, no se registra esta factura en el POA del mes de mayo 2020 ya que corresponde al mismo rubro.

En el rubro Organización de Eventos, su facturación depende de los eventos que requieran ejecutar los clientes finales. Debido a la restricción de movilidad en el país, a causa de la emergencia sanitaria por la pandemia del COVID 19, se visualiza que la generación de ingresos por este concepto se vio limitada puesto que las restricciones de movilidad en el país y además los protocolos sanitarios están dirigidos a evitar la aglomeración de personas en espacios cerrados, por lo que, el segmento de eventos se ve seriamente afectado.

1.4. AUSPICIOS Y ALIANZAS

Actividad: Gestión de obtención recursos para la Empresa vía auspicios y alianzas

Producto 1: Obtención de auspicios en eventos organizados por Quito Turismo

Producto 2: Obtención de recursos vía convenios o contratos firmados bajo la figura de alianzas.

En cuanto a la obtención de auspicios, éstos se pueden generar con base a la programación de eventos turísticos que desarrollan las otras áreas de la empresa.

Por otra parte, la Dirección de Comercialización tiene 1 convenio firmado para la generación de ingresos, con el Centro Ecuatoriano Norteamericano – CEN que factura a favor de Quito Turismo los recursos acordados según el convenio respectivo.

En el período enero- diciembre 2020, (conforme el reporte de la cédula presupuestaria de ingresos al mes de febrero 2020 -devengado acumulado- y el reporte de facturación de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2020 remitido por la Jefatura Financiera); el total acumulado corresponde a $ 21.208,11.

La facturación registrada en el mes de diciembre 2020 es de USD. 800, correspondiente a la ejecución del Convenio con el CEN, y su saldo acumulado enero – diciembre 2020 alcanzó $ 9.600,00

Quito Turismo mantenía un convenio con el Quito Tour Bus. Dada la situación económica, la gerente de dicha empresa solicitó a Quito Turismo la terminación del convenio con base a la solicitud realizada mediante Oficio No. QUINDEGG2020-19 de fecha 17 de julio del 2020, remitido por la Gerente General que solicita entre otros temas *"Que por esta situación de fuerza mayor en la que estamos atravesando se dé por terminado el presente convenio ya que no existe certeza de lo que pueda suceder en el futuro."* Se realizó el Informe de terminación por parte del Administrador del Contrato.

Este hecho también implica que los ingresos por este rubro se vean disminuidos.

El rubro Auspicios registró una facturación acumulada de enero a diciembre 2020 de: USD. 11.608,11.

1.5. TIENDA EL QUINDE - QUINDE VISITORS CENTER

Actividad: Administración de la Tienda El Quinde Visitor Center:

Producto: Venta de productos y servicios, alquiler de espacios a socios estratégicos, venta de espacios para exhibición de publicidad, etc.

La Tienda El Quinde constituye un negocio emblemático para la empresa, en virtud de que está orientada a promover la comercialización de productos artesanales de calidad de exportación, con lo que, se apoya directamente a los pequeños artesanos productores, reduciéndose per sé, la brecha de intermediación entre los productores y los compradores.

Actualmente, la Tienda presenta una propuesta innovadora en cuanto a su modelo de funcionamiento, en la misma, se puede encontrar no solo una oferta de productos y servicios característicos de la ciudad y el país, sino también otra oferta, que permite cautivar los sentidos de quienes lo visitan, fortaleciéndose la experiencia turística de los visitantes de la Tienda.

En el período enero - diciembre 2020, (conforme el reporte de la cédula presupuestaria de ingresos al mes de febrero 2020 -devengado acumulado- y el reporte de facturación de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2020 remitido por la Jefatura Financiera); el total acumulado corresponde a $ 21.178,82 (por concepto de venta de productos y servicios como las rutas turísticas promovidas por la Dirección de Desarrollo).

En el mes de diciembre 2020 se facturó $ 4.367,72. Pese a la reapertura de la Tienda conforme la disposición del cambio de semáforo a “amarillo” que permitió ampliar la movilidad en el país, no obstante, a causa de la emergencia sanitaria por la pandemia del COVID 19, la afluencia de visitantes sigue siendo baja en comparación a un escenario de condiciones normales. La generación de ingresos por ventas en la Tienda El Quinde depende de la afluencia de turistas a la tienda, afluencia que no se ha dado debido a las restricciones de movilidad a nivel nacional e internacional, por lo que, la Tienda debió permanecer cerrada desde mediados de marzo de 2020 por varios meses.

Foto: Tienda El Quinde

1.5.1. GESTIONES IMPULSADAS

La pandemia COVID-19 ha generado que los hábitos cotidianos cambien totalmente, y de manera particular aquellos aspectos relacionados a la movilización de las personas. En este contexto, la Tienda El Quinde también debe renovarse en función de continuar ofreciendo sus productos y servicios a los turistas nacionales y extranjeros a través de una plataforma informática.

En este contexto, con fecha 19 de mayo de 2020, el Director de Comercialización realizó la entrega a la Gerente General, de la hoja de ruta donde se identifican las actividades que se requieren para impulsar el proyecto de mantener una Tienda El Quinde en línea.

Con fecha 28 de julio de 2020 mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-037 la Gerente General expide las Políticas y Normativas de la Tienda El Quinde – El Quinde Shop and Visitor Center.

En el mes de noviembre de 2020 mediante memorando EPMGDT-CML-2020-267 de la Dirección de Comercialización, se puso a consideración de la Gerencia Financiera Administrativa, el informe técnico para gestionar el inventario obsoleto a través de la comercialización vía Remates, la misma que se ejecutó en el mes de diciembre de 2020.

2. GESTIONES IMPULSADAS POR LA DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN

2.1. SOBRE EL PROCESO DE ALIANZA ESTRATÉGICA DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO

El Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito es un proyecto urbanístico arquitectónico que tiene el objeto de fomentar a Quito como una ciudad de negocios en cuanto la realización de conferencias, reuniones, ferias, exposiciones y encuentros de categoría regional y

mundial, agrupando una importante oferta de actividades y servicios empresariales, turísticos y culturales para la ciudad.

El proyecto total, llamado *Centralidad Bicentenario*, donde se encuentra el Centro de Convenciones, estará compuesto por: un Área de Convenciones, Recinto Ferial, Área de Espectáculos, Zona de Alojamiento, Centro de Negocios, Área Comercial y Cultural.

Este complejo se levanta en un área total de 10,75 hectáreas, donde funcionó el antiguo aeropuerto de Quito.

El proyecto es desarrollado en fases, siendo la primera etapa la consolidación de una infraestructura para convenciones, eventos y ferias, la infraestructura cuenta con un área máxima de 16.442.72 m2 de construcción en su primera fase, conformada por: 2 salones de exhibición de 2.500m2 cada uno, 1 auditorio multifuncional con capacidad para 500 personas, 1 salón de eventos de 2.052,80m2, varias salas de trabajo.

Foto: Centro de Convenciones Metropolitano de Quito

2.1.1. GESTIONES REALIZADAS EN EL 2020

- El 04 de febrero de 2020 se llevó a cabo una reunión entre los representantes del Consorcio Prostatus Vitelsa y los funcionarios de Quito Turismo quienes dieron a conocer su posición financiera.
- Se dio a conocer al Procurador Común del Consorcio el estado de la ocupación de las instalaciones del CCMQ, como Centro Médico para atender a pacientes contagiados con COVID19, mediante oficio EPMGDT-GG-2020-0390 del 10 de abril de 2020.
- El 26 de mayo de 2020 el Procurador Común del Consorcio Prostatus Vitelsa remite un oficio mediante el cual solicita una reunión de trabajo.
- Con fecha 04 y 24 de junio de 2020, se llevaron a cabo reuniones con los miembros del Consorcio Prostatus Vitelsa.
- Con fecha 23 de julio de 2020, el Directorio de Quito Turismo en Sesión Extraordinaria, con base en los informes presentados por las Gerencias Técnica, Financiera Administrativa, Jurídica; y de la Dirección de Comercialización, autorizó a la Gerente General para que "[…] *inicie, continúe, desista y transija en los procesos judiciales, administrativos y en los*

procedimientos alternativos de solución de conflictos pertinentes, con el fin de asegurar la administración honrada del patrimonio público."

- Con fecha 24 de julio de 2020, se notificó, mediante oficio EPMGDT-GG-2020-0646 con las actuaciones previas, al Procurador Común del Consorcio PROSTATUS VITELSA, para que emita su criterio. El 27 de julio de 2020, se notificó con el mismo oficio por segunda vez.
- En el mes de diciembre de 2020, se recibió el producto correspondiente al Peritaje Financiero sobre el proceso.

2.2. CONVENIO CENTRO ECUATORIANO NORTEAMERICANO Y QUITO TURISMO (Escuela de capacitación en Inglés)

Con el propósito de estrechar los lazos de amistad entre Ecuador y los Estados Unidos de América, Quito Turismo y el Centro Ecuatoriano Norteamericano (CEN), el 12 de abril de 2018, firmaron un Convenio de cooperación para que se desarrolle la difusión de ambas culturas, la organización y programación de eventos culturales y en general se promueva la enseñanza del idioma inglés.

El CEN ofrece los servicios de un Centro Binacional que promueve la enseñanza del idioma inglés, con un programa de altísima calidad académica a niños, jóvenes y adultos, con estándares internacionales y precios razonables. Los alumnos van a tener la capacidad de entender, hablar, leer y escribir este lenguaje y emplearlo como una herramienta de trabajo en sus lugares de estudio o trabajo.

Además, se quiere poner especial énfasis en el manejo del idioma inglés para los proveedores de turismo de la capital y su zona de influencia.

Desde su apertura al público en Octubre del 2018, el CEN ha incrementado significativamente su número de alumnos, lo que beneficia a la ciudadanía ya que el CEN otorga un número proporcional de becas.

Como se señaló anteriormente, es importante inicar que dado que, el COE NACIONAL y la Secretaría de Salud han requerido la ocupación del CEB para utilizarlo como centro de aislamiento temporal.

2.2.1. GESTIONES REALIZADAS EN EL 2020

- Se aprobó el reglamento de Becas, mediante el cual se regula la participación de los funcionarios de Quito Turismo y empresarios de sector turístico, en las becas que se otorgan como parte del Convenio suscrito.

2.3. REVISIÓN ACUERDOS CONVENIO QUITO TURISMO – CONQUITO PARA EJECUCIÓN DEL PROYECTO DEL CENTRO DE INNOVACIÓN IMPULSADO POR KOICA

Mediante oficio signado con el número A161 de fecha 17 de septiembre de 2019, el Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través del Señor Alcalde, le dirige una comunicación a la Agencia de Cooperación Internacional de Corea KOICA, en la que manifiesta que el Municipio está trabajando en todas las Instancias necesarias con el objeto de entregar a CONQUITO un terreno en el Parque Bicentenario de un área aproximada de 7000 mt2 con el objeto de asegurar la creación de un Centro de Innovación en la ciudad de Quito, y la

implementación del mismo conforme al proyecto presentado por la Agencia Metropolitana de Promoción Económica – CONQUITO.

En este contexto, se relizaron reuniones durante el mes de octubre 2019 a fin de analizar los espacios que formarían parte de ese proyecto. De manera particular se identificó que los espacios del Centro de Convenciones Bicentenario servirían para tal efecto por lo que, con fecha 23 de octubre de 2019 se remitió desde la Dirección de Comercialización el respectivo Informe Técnico para el análisis de las autoridades de la empresa.

Con fecha 14 de noviembre de 2019, Quito Turismo suscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional con CONQUITO, con el fin de "viabilizar la implementación del PROYECTO CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE QUITO", para lo cual, Quito Turismo entregará a CONQUITO el área de terreno acordada.

2.3.1. GESTIONES REALIZADAS EN EL 2020

- Funcionarios del Municipio de Quito, en el marco de la suscripción del Convenio entre el Municipio y Koica, han solicitado a Quito Turismo facilite las instalaciones institucionales a fin de realizar el acto público de suscripción del convenio, lo cual estaba previsto para el mes de marzo de 2020.
- Con fecha 25 de abril de 2020, la Administradora del Convenio remitió un informe donde detalla la situación actual a raíz de la crisis sanitaria.
- Mediante oficio CPEQ-2020-0141-O del 09 de julio de 2020, la Directora Ejecutiva de CONQUITO solicitó se informe respecto al estado actual del área que forma parte del convenio.
- Con fecha 09 de julio de 2020, mediante oficio EPMGDT-GG-2020-0610, la Gerente General de Quito Turismo informó la situación de los espacios comprometidos en el Convenio.
- El 06 de noviembre de 2020 se inició el proceso de análisis técnico de revisión del objeto del convenio determinándose la viabilidad para realizar una adenda al convenio a fin de determinar claramente las áreas del centro de eventos Bicentenario que serán parte de la entrega a Conquito.
- Nos encontramos a la espera de continuar con los trámites pertinentes en cuanto se levante la medida de la emergencia sanitaria.

2.4. CONVENIOS VARIOS VIGENTES

2.4.1. CONVENIO INTERINSTITUCIONAL QUITO TURISMO – SECRETARÍA METROPOLITANA DE SALUD

La emergencia sanitaria declarada en el Ecuador a causa del coronavirus COVID 19 implica que todas las autoridades de control, gestionen las acciones necesarias para disminuir los riesgos de contagio en la población evitando de esta manera la muerte de los ciudadanos contagiados.

Las autoridades del Municipio de Quito han tomado las medidas sanitarias respectivas con carácter de emergente dadas las condiciones de ataque del virus.

Es así que, en el marco del apoyo de Quito Turismo a la Secretaría de Salud (encargada de las gestiones sanitarias de la ciudad), se realizó la Entrega Recepción del Centro de Convenciones

Metropolitano de la Ciudad de Quito y del Centro de Eventos Bicentenario; actas suscritas con fecha 03 de abril de 2020, con un plazo hasta el 30 de junio de 2020.

No obstante, dadas las condiciones de la evolución de la enfermedad, mediante Oficio Nro. GADDMQ-SS-2020-0775-OF, de fecha 28 de abril del 2020, el Secretario de Salud del DMQ comunica a Quito Turismo lo siguiente: *"…a fin de formalizar el buen uso de las instalaciones del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito – CCMQ y del Centro de Eventos Bicentenario – CEB, sugiero que para la correcta implementación del "CENTRO DE ATENCIÓN TEMPORAL "QUITO SOLIDARIO" que ya se encuentra en la fase preliminar, la suscripción de un convenio de cooperación dentro de los siguientes términos: 1. Por un plazo referencial de 9 meses contados desde el 27 de abril al 31 de diciembre de 2020, atendiendo las variables que puedan surgir por la Emergencia Sanitaria derivada del Coronavirus COVID 10, este plazo podría extenderse o incluso abreviarse. (…) 2. Las actas de entrega recepción suscritas oportunamente (…) formarán parte del convenio suscrito en lo pertinente. 3.Respecto al Servicio de Guardianía de los referidos centros, a partir del mes de mayo, se proporcionará este servicio (…) 4. Respecto a los Seguros de los referidos centros, los cubrirá la Secretaría de Salud del DMQ 5. Nombres y cargos de los servidores que ejercerán las funciones de administrador (…), Supervisor (…), Fiscalizador (…) ."*

En este contexto, la Dirección de Comercialización preparó el respectivo Informe Técnico que viabilice la suscripción del Convenio de Cooperación entre las dos instituciones.

Con fecha 12 de mayo de 2020, Quito Turismo y la Secretaría de Salud suscribieron el Convenio de Cooperación Interinstitucional mediante el cual se realiza la entrega temporal, uso, custodia, mantenimiento y conservación del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, para la implementación del Centro de Atención Temporal QUITO SOLIDARIO, hasta el 31 de diciembre de 2020.

Con fecha 29 de diciembre de 2020 mediante documento GADDMQ-SS-2020-1355, la Secretaria de Salud solicitó a la Gerente General de Quito Turismo analizar la factibilidad de una prórroga al Convenio suscrito entre las 2 instituciones, a fin de continuar aportando con el servicio médico a la ciudadanía, hasta el 31 de marzo de 2021.

Mediante comunicación EPMGDT-GG-2020-0023 de fecha 30 de diciembre de 2020 la Gerente General de Quito Turismo indicó a la Secretaria de Salud que, a fin de precautelar la salud de la ciudadanía en general, se considera que la aprobación de la prórroga al convenio resulta pertinente toda vez de la declaratoria de estado de excepción a nivel nacional dado el 21 de diciembre de 2020.

2.4.2. CONVENIO INTERINSTITUCIONAL QUITO TURISMO – EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS - EMGIRS

Mediante resolución A-037 de fecha 24 de marzo de 2020, suscrita por el señor Alcalde de Quito, Dr. Jorge Yunda, se delega al Gerente General de la EMGIRS EP todas las atribuciones establecidas para el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito como parte del equipo de Acciones Exequiales.

Mediante memorando EMGIRS-EP-GGE-2020-0111-M de 7 de abril de 2020, la EMGIRS EP solicitó a la Dra. Natalia Maribel Recalde Estrella, Administradora General del Municipio que *"[…] se entregue los espacios necesarios y respectivos dentro del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito ubicado*

en el ex aeropuerto, para la ubicación de 5 contenedores que servirán como acopio de los cadáveres con antecedentes y presunción de COVID-19 [...]".

Mediante memorando GADDMQ-AG-2020-0142-M de fecha 08 de abril de 2020, la Dra. Natalia Maribel Recalde Estrella, en su calidad de Administradora General, en contestación al memorando EMGIRS-EP-GGE-2020-0111-M de 07 de abril de 2020 manifiesta que*: "(…) podrán ingresar a ubicar los 5 contenedores de acopio de cadáveres el día viernes 10 de abril de 2020*".

Mediante Oficio No. EMGIRS-EP-GGE-2020-0207-O de fecha 11 de mayo del 2020, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos – EMGIRS comunica a Quito Turismo lo siguiente: "*(…) solicitamos comedidamente a usted la suscripción de un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito - Turismo y la Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos EMGIRS-EP.*"

En este contexto, la Dirección de Comercialización preparó el respectivo Informe Técnico que viabilice la suscripción del Convenio de Cooperación entre las dos instituciones.

Con fecha 14 de mayo de 2020, Quito Turismo y la EMGIRS suscribieron el Convenio de Cooperación Interinstitucional mediante el cual se realiza la entrega temporal, uso, custodia, mantenimiento y conservación del Centro de Eventos Bicentenario, para la implementación de la delegación dispuesta por el Alcalde de Quito, mediante resolución A-037 de 28 de abril de 2020, hasta el 31 de diciembre de 2020.

Dado que no se ha recibido ninguna comunicación de parte de la EMGIRS, el convenio interinstitucional estuvo vigente hasta el 31 de diciembre de 2020.

2.5. OTROS CONVENIOS EJECUTADOS Y CERRADOS

2.5.1. CONVENIO INTERINSTITUCIONAL QUITO TURISMO – MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y MOVILIDAD HUMANA (cerrado)

Con fecha 15 de enero de 2020 Quito Turismo y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, suscribieron el convenio de cooperación interinstitucional mediante el cual Quito Turismo apoyó y aportó en el desarrollo del evento mundial denominado: Foro Global de Migración y Desarrollo que se realizó en el Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, del 20 al 24 de enero de 2020, y que atrajo a miles de funcionarios públicos, directivos empresariales, directivos de ONG's, entre nacionales y extranjeros.

2.6. OTRAS GESTIONES REALIZADAS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA A TRAVÉS DE TELETRABAJO Y TRABAJO PRESENCIAL

Dadas las condiciones de evolución de la pandemia ocasionada por el coronavirus COVID 19, se han paralizado las actividades de la Dirección, de forma física, no obstante, se ha seguido aportando a la gestión de la empresa, a través de la modalidad de Teletrabajo.

Es así que, hasta culminar el mes de diciembre 2020 se han presentado los siguientes productos finales, mismos que han sido reportados oportunamente a las autoridades de la Empresa.

FECHA DE EJECUCIÓN	PRODUCTOS PRESENTADOS	IMPACTOS
01 y 02 diciembre 2020	Realización de la toma física del inventario en la Tienda El Quinde	Realizar un correcto cierre de cuentas al 2020.
18 diciembre 2020	Se publicó en la página de inversiones la Guía para inversiones y emprendimientos turísticos en Quito	Se potencia la imagen de Quito Turismo como ente rector de la política pública local para el sector. Se cuenta con una guía para que los empresarios tengan como referencia los procesos para ponerse un negocio turístico en Quito.
18 diciembre 2020	Lanzamiento de la Tienda El Quinde virtual	Potenciará las ventas en la Tienda además de mejorar la imagen de la misma
Diciembre 2020	Coordinación para la ejecución del Proyecto Interinstitucional de la Ruta Viva	Se mejorará la calidad de vida de los ciudadanos de la ruta viva, ya que el proyecto integra varios componentes.

3. CONCLUSIONES

- Con fecha 12 de marzo de 2020, el Director de Comercialización presentó a la Gerente General una propuesta integral para el manejo de los productos y servicios a cargo de la Dirección de Comercialización, lo cual incluye estrategias comerciales para la generación de ingresos así como una propuesta de portafolio de servicios y productos en el área de inversiones turísticas.
- En el período enero- diciembre 2020, (conforme el reporte de la cédula presupuestaria de ingresos al mes de febrero 2020 -devengado acumulado- y el reporte de facturación de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre 2020 remitido por la Jefatura Financiera); el total acumulado facturado por la Dirección de Coercialización alcanza $ 624.694,34.
- En el período diciembre 2020, conforme el reporte de facturación remitido por Jefatura Financiera, la facturación total de la Dirección de Comercialización alcanzó: $ 5.167,72, que corresponde a la facturación de los convenios CEN y la venta de productos y servicios en la Tienda El Quinde.
- Debido a la emergencia sanitaria mundial acaecida en el mes de marzo 2020, los ingresos a generar por la Dirección de Comercialización se han visto afectados y se proyecta su afectación anual; situación que no corresponde solamente a las estrategias comerciales que desde la Dirección se puedan ejecutar, sino que constituye un escenario macroeconómico del cual se espera se desprendan las medidas pertinentes a la reactivación económica.
- Dadas las condiciones de la emergencia sanitaria que atraviesa la ciudad, Quito Turismo y la Secretaría de Salud, con fecha 03 de abril de 2020, han suscrito las Actas Entrega de los Centros de Convenciones: Metropolitano de Quito y Bicentenario, para el uso como centros médicos de aislamiento para pacientes contagiados con COVID 19.
- Con fecha 12 de mayo de 2020, Quito Turismo y la Secretaría de Salud suscribieron el

Convenio de Cooperación Interinstitucional mediante el cual se realiza la entrega temporal, uso, custodia, mantenimiento y conservación del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, para la implementación del Centro de Atención Temporal QUITO SOLIDARIO, hasta el 31 de diciembre de 2020. La Secretaria de Salud solicitó una prórroga al convenio por lo tanto, el mismo estará vigente hasta el 31 de marzo de 2021.

- Con fecha 14 de mayo de 2020, Quito Turismo y la EMGIRS suscribieron el Convenio de Cooperación Interinstitucional mediante el cual se realiza la entrega temporal, uso, custodia, mantenimiento y conservación del Centro de Eventos Bicentenario, para la implementación de la delegación dispuesta por el Alcalde de Quito, mediante resolución A-037 de 28 de abril de 2020, hasta el 31 de diciembre de 2020. No se ha recibido comunicación alguna respecto a la ejecución del convenio por lo que, el mismo quedará insubsistente a partir del 01 de enero de 2021.
- La entrega del uso de los centros de convenciones, implica que la Dirección de Comercialización no tiene a su cargo los bienes sobre los cuales generaba ingresos financieros, por lo que, la generación de ingresos de la Dirección se vio totalmente limitada. No obstante, desde el punto de vista económico, los beneficios para la ciudad son invaluables puesto que con el aislamiento de los pacientes contagiados, se espera reducir el riesgo de contagio y muerte en la ciudadanía quiteña.
- La Dirección de Comercialización ha tomado contacto directo con los clientes para cambiar las fechas del uso de los espacios de los Centros de Convenciones, para lo cual se han empleado estrategias de retención y fidelización de los clientes.
- El proceso de alianza estratégica del CCMQ y su estado se dio por conocido por el Directorio de Quito Turismo en el mes de julio de 2020.
- En el mes de julio de 2020, se han expedido las nuevas Políticas y Normativas para la Tienda El Quinde, con lo que se espera realizar una gestión comercial y administrativa más ágil que permita generar ingresos, incluso en los tiempos actuales de depresión económica.
- Se ha generado la Guía de Inversiones Turísticas para la ciudad de Quito, documento que detalla la situación normativa que deben observar los inversionistas y empresarios que deseen instalar un negocio en la ciudad de Quito. Una vez realizada la socialización interna de la Guía de Inversiones Turísticas, se dio a conocer el documento a la Secretaría de Desarrollo Productivo y Quito Invest. Al momento se cuenta con la guía editada y la misma ha sido publicada en la página de inversiones de Quito Turismo.
- Se han generado los Protocolos de Bioseguridad para la Tienda El Quinde.
- Se ha consolidado la Metodología para escoger bienes patrimoniales, con las sugerencias emitidas por la Secretaría de Hábitat y Vivienda.
- Se han generado bases de datos para el seguimiento efectivo de la gestión comercial de los centros de convenciones y la Tienda El Quinde.
- Ha existido una significativa participación de empresarios y emprendedores del sector turístico, en los webinars organizados por la Dirección de Comercialización. A través de los cuales se socializaron: “Fondo de Emprendimiento – EmprendEcuador” e “Innovación en servicios turísticos”.
- La Dirección Comercial ha generado boletines informativos dirigidos a empresarios turísticos, donde se dio a conocer la oferta crediticia en CFN y Banecuador, así como, aspectos interesantes de la Ley Humanitaria.
- Se cuenta con la Tienda El Quinde en línea, la misma que se encuentra en pleno funcionamiento.

4. RECOMENDACIONES

- Mantener el contacto con los clientes directos de la Dirección de Comercialización y con empresarios del sector, a manera de análisis del clima empresarial, con el fin de darles a conocer noticias de actualidad e información respecto a nuevos modelos de negocios turísticos digitales; información que tendiente a dar opciones a los empresarios para articular acciones dentro de sus negocios.
- Una vez terminada la emergencia sanitaria se evaluará cada rubro de la facturación generada durante los meses desde marzo a diciembre 2020, a fin de determinar los saldos finales devengados y con ello, determinar la situación final de la generación de ingresos por esta Dirección.
- Con respecto al proceso de alianza estratégica del CCMQ, que se encuentra iniciando la fase de procedimientos legales, la Dirección de Comercialización brindará todo su contingente a fin de apoyar dichos procedimientos que se generen como directrices en Quito Turismo.

Responsable:

MARJORIE PATRICIA GARCIA ROSERO - 1717260713

Firmado digitalmente por MARJORIE PATRICIA GARCIA ROSERO - 1717260713
Fecha: 2021.02.18 12:43:45 -05'00'

MARJORIE GARCÍA
Directora de Comercialización

5.4.2. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE MERCADEO:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Mercadeo en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **97% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

Eficiencia. - Lo cual ha sido realizado con un **97 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: MERCADEO

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado / % TECNICO del proyecto ANUAL	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
MERCADO	97%	0,00%	97%	100%	97%
	GESTION	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT – MERCADEO (turismo de negocios)

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
MERCADEO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL MC: MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	01 MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)	97%	160.000,00	160.000,00	-	160.000,00
		02 MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO	98%	465.000,00	-	-	-
		03 MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA)	93%	95.000,00	95.000,00	-	95.000,00
	PROMOCIÓN NACIONAL	01 PROMOCION NACIONAL	100%	131.000,00	91.000,00	-	91.000,00
	PROMOCIÓN DIGITAL	03 PROMOCION DIGITAL	100%	20.000,00	19.450,09	-	19.450,09
		PROMOCIÓN EN MEDIOS DIGITALES PARA EL FOMENTO DEL TURISMO CONECTADO por medio de una App de ciudad (MC)	100%				
	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL & NACIONAL MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS (Especifica)	01 GASTOS COMUNES DE MERCADEO	84,15%	304.000,00	119.582,01	-	100.624,30
		Sub Total Mercadeo		**1.175.000,00**	**485.032,10**	**-**	**466.074,39**
	Administración del Talento Humano MERCADEO	01 TALENTO HUMANO DE MERCADEO	98,18%	244.298,54	179.029,77	2,01	175.769,40
		Total Mercadeo + TH	**96,90%**	**1.419.298,54**	**664.061,87**	**2,01**	**641.843,79**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

5.4.2.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE MERCADEO

1. PROMOCIÓN MERCADOS INTERNACIONALES

ESTRATEGIA 1. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	
ACCIÓN:	VAKANTIEBEURS 2020
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA País: PAISES BAJOS Ciudad: Utrecht

SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de Turismo Medios de Prensa Consumidor Final
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	- Participación en el Evento con presencia de stand - Atención de agenda de citas - Atención al consumidor final
RESULTADOS:	• Participación de 3 ttoo locales especializados en Galápagos, Ecuador continental y Amazonia. • Viaje de familiarización para 8 a 10 agentes de viajes de los Países Bajos que trabajan con el operador ÁVILA REIZEN, uno de los operadores locales que más venden Latinoamérica para el mes de junio. • Press Trip con TravMedia que va a sacar contenido para sus 3 revistas: Travmagazine, Business Traveller and MICE, el press trip se desarrollará en el mes de julio.
ALCANCE:	12 citas de trabajo con trade y medios especializados. 146 contactos con quienes trabajan los TTOO locales en los Países Bajos.
INVERSIÓN :	9.416, 96
R.O.I:	Por cada 1 dólar invertido se obtiene $59,3 dólares de retorno, es decir un 593%
ACCIÓN:	FITUR 2020
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA País: ESPAÑA Ciudad: Madrid
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de Turismo Medios de Prensa Consumidor Final
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	- Participación en el Evento con presencia de stand - Atención de agenda de citas - Atención al consumidor final
RESULTADOS:	• Revista MeetIn envío de fotos y listado de venues de Quito para el desarrollo de una publicación del destino para segmento Mice. • Propuesta de Campaña Cooperada con El Corte Inglés para innovar el producto Quito e incorporar el choco andino y el bosque nublado. • Entrevista para el programa televisivo Málaga es Mundial que se transmite en España y Argentina. • Propuesta de Smart Guide un aplicativo que desarrolla guías de ciudad con geolocalización, audio guías, rutas y realidad aumentada. • Documental Cinematográfico sobre Quito como la ciudad del centro del mundo y su conexión energética al sol, el productor es Juan José Revenga.

	• Quito en revista WORLD HERITAGE que es la revista de la UNESCO edición Enero 2020 Está disponible desde fin del mes pero se lanzará en ITB en el stand de la UNESCO Pabellón 4. Tiraje: 9000. • Oportunidades de Viajes de Prensa para la Revista Viajar con Hijos enfocada en el desarrollo de Turismo de Familias y el Blog de experiencias Donde Vamos Eva y Minion Tours. • TUI para la ejecución de una acción promocional cooperada que va enlazada a un viaje de Fam para desarrollador de producto Quito. • TARANNA un operador y agencia de viajes especializada en turismo sostenible y comunitario de la ciudad de Barcelona a quien debemos enviar el producto del noroccidente y Chocó Andino. • Presentación de las 10+2 Razones para visitar Quito en conjunto con la Pambamesa Quiteña. • Foro de la WTCF en el que Quito Turismo fue panelista en la temática "Como atraer al mercado chino a nuestros destinos"
ALCANCE:	34 citas de trabajo con trade y medios especializados. 27 personas en evento gastronómico entre foodies y periodistas especializados
INVERSIÓN :	$8.662,65
R.O.I:	Por cada 1 dólar invertido se obtiene $50,7 dólares de retorno, es decir un 507%
ACCIÓN:	VITRINA TURÍSTICA ANATO 2020
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: AMÉRICA País: COLOMBIA Ciudad: Bogotá
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de Turismo Medios de Prensa
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	- Participación en el Evento con presencia de stand - Atención de agenda de citas - Atención a entrevistas de Medios especializados
RESULTADOS:	• Campañas de promoción digital: las OTAS Price Travel y Booking Colombia, aerolínea Wingo y el Metabuscador kayak col enviarán propuestas para analizar la más conveniente y de acuerdo al presupuesto y alcance realizar campaña Cooperada. • Capacitación al trade: La aerolínea Avianca ofrece posibilidad de convocatoria para capacitaciones presenciales o en webinar, • Mayorista Universal Group que trabaja con DMC Pamtours en Ecuador invita a Quito Turismo a participar de su Caravana 2020 (QT participó en 2019) este año los destinos de la Caravana son: Bogotá, Ibagué, Bucaramanga, Cali, Medellín y Pereira en el mes de Agosto 24 al 29. • Gran exposición de destino en medios Colombianos e Internacionales como: Ladevi, Caracol Radio, Caracol TV, Reportur, Viajeros tv (MX),

	entre otros. Publicaciones a la fecha: Diario La Economía, Latin Pyme noticias y Mundo Ejecutivo. • Se cumplió con el objetivo de reunir a los representantes de las 4 ciudades que conforman la Ruta Colonial, Cartagena, Bogotá, Cuenca y Quito: se quedó en revisar la información del itinerario para ver si hay que realizar ajustes y que sea aprobado por las 4 partes y mientras tanto trabajar en una figura legal (se propuso un memorando de entendimiento entre las 4 Ciudades), una vez solventados estos temas se platea lanzar la ruta Colonial.
ALCANCE:	25 citas de trabajo con trade y medios especializados.
INVERSIÓN :	$3.610,00
R.O.I:	39.000, Por cada 1 dólar invertido se obtiene $10,8 dólares de retorno, es decir un 1,080%
ACCIÓN:	BIRDFAIR VIRTUAL 2020
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA País: REINO UNIDO Ciudad: Rutland
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Birdwatchers y amantes de la vida silvestre
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Participación en el evento realizado por primera vez en modalidad virtual, debido a los acontecimientos suscitados a nivel mundial por la pandemia. Esta participación se limitó a tener presencia de marca e imágenes en la sección "expositores" en la página oficial de la BirdFair.
RESULTADOS:	Se mostró a la ciudad de Quito como un destino de aviturismo, importante a nivel de Sudamérica, en donde a parte de la marca ciudad se mostró la biodiversidad de Quito a través de imágenes. Es importante mencionar que se gestionó con la organización del evento la posibilidad de incluir fotografías del destino y de aves con los logos de los tour operadores que generalmente asisten a la feria como apoyo a la industria con visualización de sus marcas. Estas empresas fueron: Bellavista Cloud Forest, Tandayapa Bird Lodge y Séptimo Paraíso.
ALCANCE:	25,866 usuarios únicos visitaron Virtual Birdfair Los visitantes vieron la página 210.199 veces. La página de expositores de la Oficina de Turismo de Quito fue vista 39 veces por 35 espectadores diferentes. El número medio de visitas de cada página de expositores fue de 52 por 46 personas diferentes. La información de los expositores estará por un mes más, compartirán nuevos resultados de visita en los próximos días
INVERSIÓN :	$63,00 USD

ACCIÓN:	ADVENTURE ELEVATE VIRTUAL 2020
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: NORTEAMÉRICA Países: Estados Unidos y Canadá
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de turismo de Aventura Prensa especializada
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Se mostró a la ciudad de Quito como un destino de aventura, importante a nivel de Sudamérica, por el potencial que existe en este nicho de mercado, se presentó el catálogo de productos y la guía de aventura del destino, con la finalidad de alcanzar acciones promocionales en conjunto con tour operadores y periodistas participantes.
RESULTADOS:	Más de 40 citas de trabajo en reuniones uno a uno programadas por la plataforma del evento.
INVERSIÓN :	1500 USD
ACCIÓN:	WTM LONDRES VIRTUAL 2020
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA Países: Reino Unido
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Prensa especializada
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	En los últimos años Quito no ha dejado de participar en la Feria WTM de Londres, uno de los encuentros más importantes de la industria turística, que reúne a actores clave del sector y se convierte en el espacio ideal para la negociación y búsqueda de posibles acciones promocionales. Este año, debido a la coyuntura que actualmente se vive a nivel mundial por la pandemia generada por el covid – 19, la organización decidió realizar una edición de la feria de forma virtual, a la que Quito participó como visitante, buscando en esta ocasión asistir a conferencias y conversatorios relacionados a las proyecciones de la industria de cara al 2021 en una época de pandemia en la que la el Turismo ha sido la actividad más golpeada.
RESULTADOS:	Se asistió a 5 conferencias dictadas por miembros influyentes del trade internacional, en donde se habló de las posibilidades que tiene la industria para la reactivación frente y post pandemia.
INVERSIÓN :	39,81 USD
ACCIÓN:	E-BEYOND SOUTH AMERICA SUMMIT 2020

MERCADO OBJETIVO:	Mercado: MUNDIAL Países: Canadá, Estados Unidos, México, Colombia, Perú, Brasil, España, Francia, Países Bajos, Alemania y Reino Unido
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / profesionales de turismo
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	E-Beyond South America Summit, en su edición virtual 2020, es un evento organizado por Condor Travel, dirigido a los mercados de Europa, América, Asia con la finalidad de abordar en el mismo temáticas relacionadas a la reactivación del turismo a nivel internacional, que fueron expuestas a través de charlas, conferencias y experiencias virtuales que permitieron conocer los estados actuales de los mercados internacionales y destinos. Del 16 al 20 de noviembre, hubo la posibilidad además de mantener reuniones de trabajo con agentes de viajes y tour operadores que hacen parte de los clientes de Condor Travel, con quienes se buscó la posibilidad de trabajar en conjunto en pos de la promoción del destino ligada a una estrategia que permita posicionar a Quito a nivel internacional. El primer día del evento Quito participó además como panelista en una mesa redonda con otros destinos de Sudamérica, en donde se trató la temática de la reactivación de los mismos frente al covid – 19.
RESULTADOS:	Se mantuvo 44 reuniones de trabajo con Tour operadores y agentes de viajes y se visualizó al menos 6 oportunidades para poder trabajar a corto plazo en función de la promoción del destino en conjunto con la industria privada de los mercados prioritarios y con el apoyo además de Condor Travel.
INVERSIÓN :	67,20 USD
ACCIÓN:	CONFERENCIA ANUAL USTOA 2020 - VIRTUAL
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Norteamérica Países: Estados Unidos
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / profesionales de turismo
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Quito participó en la conferencia Anual y Feria de la Asociación de Operadores de Turismo de Estados Unidos (USTOA por sus siglas en ingles), que congregó a la industria turística y los tour operadores más importantes de Estados Unidos y Canadá, en un exclusivo evento virtual del 1 al 3 de diciembre 2020. Para Quito, miembro asociado de USTOA, fue una oportunidad invaluable de fortalecer la presencia de marca y producto en este mercado prioritario, y comunicar seguridad y confianza, dando a conocer los avances en materia de

	bioseguridad y reactivación del sector turístico local, que ya está listo y altamente capacitado para recibir a los viajeros estadounidenses en el 2021.
RESULTADOS:	Con un total de 26 citas de negocio individuales con aerolíneas y los operadores turísticos principales que manejan aproximadamente el 70% del negocio hacía el destino y Ecuador en general, Quito aseguró una sólida presencia y compromiso con el mercado, coordinando actividades y proyectos comerciales para el 2021, acorde con avances del mercado y conectividad aérea, con alto potencial de generar un impacto importante hacia la recuperación del turismo y retornos duraderos para Quito.
INVERSIÓN :	1790,00 USD
ACCIÓN:	TravelMart LatinAmerica (TMLA) 2020 - VIRTUAL
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Norteamérica Países: Estados Unidos
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / profesionales de turismo
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	**TMLA** es ampliamente reconocido como el evento anual "estrictamente comercial" más importante para la construcción de negocios en América Latina desde los mercados mundiales. El evento brinda una oportunidad eficiente y efectiva para que los compradores de servicios de viajes de placer investiguen, identifiquen y desarrollen los nuevos productos y servicios en América del Sur y Central. La asistencia a **TravelMart LatinAmerica** en los últimos 10 años se ha limitado a 800 delegados totales: 200-225 delegados de compradores, 200 organizaciones de proveedores / 500 delegados de proveedores y 100 VIP. La decisión original de limitar la asistencia total se aplica estrictamente y es una de las razones por las que el evento continúa brindando oportunidades comerciales y valor a los participantes. Debido a la pandemia este año el TMLA se lo realizó de manera virtual y tuvo lugar del 7 al 10 de diciembre. El evento virtual fue el espacio para destacar la única y diversa oferta turística de Quito dentro de América Latina frente a los compradores de los principales países y mercados a nivel mundial.
RESULTADOS:	A través de 9 reuniones individuales y networking con buyers internacionales, Quito puso en valor la oferta turística del centro del mundo y amplió la visibilidad de sus atractivos naturales y culturales ante destacados tour operadores mundiales de Europa, Norte América y Asia, además de generar nuevas conexiones, potenciar el desarrollo de nuevo producto y negociar la extensión de la estancia promedia de 2 noches en Quito.
INVERSIÓN :	495,00 USD

ESTRATEGIA 2. EVENTOS BTL VIRTUALES	
ACCIÓN:	CO-ORGANIZACIÓN QUITO GASTRONÓMICA
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: Colombia, México, Perú, Brasil, España, Ecuador
SEGMENTO DE MERCADO:	Público en general, cocineros, emprendedores y empresarios gastronómicos quienes trabajan o tienen afición por el mundo de la cocina y la gastronomía con deseos de buscan reinventarse, renovarse y/o crear negocios y experiencias.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Fecha: 12 al 15 de mayo Serie de eventos y charlas relacionados a la experiencia gastronómica como desarrollo turístico del destino: ✓ Conversatorio internacional con la presencia de varios chefs internacionales de renombre mundial. ✓ Gastronomía y Turismo ✓ Gastronomía y Academia ✓ Técnicas para el cambio
RESULTADOS Y ALCANCES:	49.562 personas alcanzadas Alcance, interacciones y reproducciones: 149.005
ACCIÓN:	FORO VIRTUAL INTERNACIONAL SOBRE LOS RETOS EN LA GESTIÓN, PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE DESTINO
MERCADO OBJETIVOS:	Mercado: América Países: Ecuador, Colombia, México, España
SEGMENTO DE MERCADO:	Público en general, gestores de destino, GAD's, DMO'S, empresarios turísticos y estudiantes.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Fecha: Jueves 28 mayo / 15h00 Hora Ecuador ✓ Gestión Turística de Destino Quito (Ecuador) ✓ Gestión y Posicionamiento de Destinos (México) ✓ Promoción de destino a través de medios de prensa (España)

RESULTADOS Y ALCANCES:	7489 personas alcanzadas Alcance, interacciones y reproducciones: 37.937
ACCIÓN:	RUEDA DE NEGOCIOS "ECUADOR OPEN FOR BUSINESS"
MERCADO OBJETIVOS:	Mercado: Europa Países: España, Reino Unido, Países Bajos
SEGMENTO DE MERCADO:	Tour Operadores y Agentes de Viajes
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Fecha: 6 y 7 de Julio / de 8h00 a 12h00 Hora Ecuador ✓ Reuniones B2B con tour operadores y agentes de viajes, a quienes se presentó la oferta turística principal del destino, este evento fue organizado por Pro Ecuador a través de sus Oficinas Comerciales de Europa.
RESULTADOS Y ALCANCES:	Se mantuvieron 7 reuniones profesionales con: Avila Reizen (Países Bajos), Geodyssey (Reino Unido), Select Latin America (Reino Unido), Air Europa (Reino Unido), Sonaturs (Reino Unido), Grupo VDT (España), Aves Travels (Países Bajos), con la finalidad de conocer el estado actual de su operación y analizar futuras acciones cooperadas.
ACCIÓN:	WORKSHOPS VIRTUALES DE DESTINO
MERCADO OBJETIVOS:	Mercado: Norteamérica y Sudamérica Países: México, Colombia y Perú
SEGMENTO DE MERCADO:	Tour Operadores, Agentes de Viajes y Mayoristas
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Se realizaron tres eventos de la mano con tour operadores locales, quienes presentaron su oferta de productos a la industria turística de México, Colombia y Perú, intercambiando contactos para lograr posibles tratos comerciales.
RESULTADOS Y ALCANCES:	Los tres eventos alcanzaron 206 participantes registrados 11 DMC locales 9 Proveedores de Experiencias locales
ACCIÓN:	EVENTO PRESENTACIÓN DE DESTINO CON ACTA "ASSOCIATION OF CANADIAN TRAVEL AGENCIES"

MERCADO OBJETIVOS:	Mercado: Norteamérica Países: Canadá
SEGMENTO DE MERCADO:	Tour Operadores, Agentes de Viajes
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Este evento virtual se lo realizó con el afán de posicionar el destino en el mercado de Canadá, uno de los principales mercados emisores para Quito, en él se mostró el potencial de Quito como destino turístico ideal para viajeros que viene de dicho mercado, esta es una estrategia de reactivación del destino en mercados internacionales.
RESULTADOS Y ALCANCES:	210 participantes

ESTRATEGIA 3. PUBLICACIONES INTERNACIONALES	
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN EN MEDIO “WORLD HERITAGE – UNESCO”
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA Países: España, Alemania, Francia, Países Bajos y Reino Unido

SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria con intereses en cultura y viajes, estilo de vida alto de una edad promedio entre 30 y 65 años.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Publicación full page de 250 palabras con arte full color en las ediciones impresa y digital, que será distribuida durante las ferias FITUR e ITB 2020 • Participación en la plataforma de Google Arts and Culture con el sitio del patrimonio mundial de "Ciudad de Quito", el lanzamiento será el 16 de abril 2020
RESULTADOS:	La Edición impresa y digital fue presentada en FITUR, se planeaba además hacer el lanzamiento en ITB, pero por cancelación del evento la distribución fue digital
ALCANCE / Link de la publicación:	Impresa 400.000 lectores, Digital 20.000.000 impactos
INVERSIÓN :	$6.000,00
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $6.000, Media Value: $18.000
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN EN MEDIO "TAXI MAGAZINE"
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA Países: ESPAÑA Ciudad: Madrid
SEGMENTO DE MERCADO:	Usuarios de Taxis de Madrid, viaja en el bolsillo trasero del asiento del taxi durante un mes.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Una página de publicidad + reportaje de una página + newsletter personalizado a 30.000 direcciones.
RESULTADOS:	La Edición impresa y digital fue lanzada para FITUR.
ALCANCE / Link de la publicación:	Tirada de 20.000 ejemplares con un promedio de 450.000 lectores http://www.taxi-magazine.es/en-este-numero.html
INVERSIÓN :	$499,50
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $449,50, Media Value: $1.498,50
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN EN MEDIO "TRAVEL2LATAM"
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: AMÉRICA Países: Estado Unidos (Miami), Caribe y toda Latinoamérica
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria Medios de Prensa especializados
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Envío de Boletín sobre Semana Santa "Una Semana Santa Diferente"

RESULTADOS:	Alcance a toda la base de lectores del medio Travel2Latam: 35.000 contactos en América Latina, el Caribe y 200000 en Estados Unidos.
ALCANCE / Link de la publicación:	235.000 contactos https://es.travel2latam.com/nota/59508
INVERSIÓN :	0,00 / Free Press
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $5.000, Media Value: $15.000
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN EN MEDIO "INSIDER TRAVEL REPORT"
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: AMÉRICA Países: Estado Unidos
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria Medios de Prensa especializados
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Envío de Boletín sobre ciudad de Quito y Entrevista a Belén Pacheco – Directora de Mercadeo de Quito Turismo.
RESULTADOS:	Alcance a toda la base de lectores del medio InsiderTravelReport
ALCANCE / link de publicación:	90.000 contactos verificados http://www.insidertravelreport.com/?s=insider--video-what-to-do-at-the-middle-of-the-world-in-quito&page=13
INVERSIÓN :	0,00 / Free Press
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $6.000, Media Value: $18.000
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN EN PLATAFORMA TRAVEL MART LATINAMERICA
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Todos los contactos de la base de datos de TMLA Países o Regiones: América, Europa, Asia.
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria Medios de Prensa especializados
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Envío de Boletín sobre ciudad de Quito.
RESULTADOS:	Alcance a toda la base de datos de TMLA
ALCANCE / link de publicación:	Aproximadamente 3 mil contactos
INVERSIÓN :	0,00
R.O.I:	N/A, Acción informativa

ACCIÓN:	PUBLICACIÓN GLOBAL TRAVELER MAGAZINE
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América País: Estados Unidos
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Inclusión de información de destino en la publicación de abril de la revista Global Traveler.
RESULTADOS:	Nota de 3 páginas sobre Quito / Fecha: abril 2020
ALCANCE / link de publicación:	300 mil lectores en Estados Unidos https://www.globaltravelerusa.com/quito-entices-business-travelers/
INVERSIÓN :	0,00 // Free Press
R.O.I:	N/A, Acción informativa
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN DIARIO EXPRESO
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Europa País: España
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade y Consumidor final
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Inclusión de información de destino en la publicación de mayo del diario Expreso de España. • Inclusión de información de destino en la publicación de agosto del diario Expreso de España. • Inclusión de información de destino en la publicación de noviembre del diario Expreso de España.
RESULTADOS:	Nota de 1 página sobre Quito / Fecha: mayo 2020 Nota de 1 página sobre Camino de los Andes / Fecha: agosto 2020 Nota de 1 página sobre Quito busca su reactivación turística en mercados internacionales / Fecha: 23 noviembre 2020 Nota de 1 página sobre Actores de la industria turística de Quito, conocen la Ruta Colonial / Fecha: 26 de octubre 2020 Nota de 1 página sobre Para enamorarse aún más de Quito, capital del Centro del Mundo / Fecha: 17 de noviembre 2020 Nota de 1 página sobre Quito, un destino inclusivo / Fecha: 16 de noviembre 2020 Nota de 1 página
ALCANCE / link de publicación:	152.506 lectores en España https://www.expreso.info/noticias/internacional/75716_el_destino_turistico_quito_se_mantiene_en_pausa

	https://www.expreso.info/noticias/internacional/77401_llega_ecuador_la_iniciativa_el_camino_de_los_andes
INVERSIÓN :	0,00 // Free Press
R.O.I:	N/A, Acción informativa
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN TRAVEL 2 LATAM
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Todos los contactos de la base de datos de TMLA Países o Regiones: Brasil.
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria Medios de Prensa especializados
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Envío de Boletín sobre ciudad de Quito.
RESULTADOS:	Alcance a toda la base de datos de Travel2Latam
ALCANCE / link de publicación:	235.000 contactos https://es.travel2latam.com/nota/59508
INVERSIÓN :	0,00 / Free Press
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $5.000 Media Value: $15.000
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN BBC WILDLIFE
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Reino Unido
SEGMENTO DE MERCADO:	Amantes de la Naturaleza y vida silvestre
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Publicación como resultado de viaje de prensa gestionado en la BirdFair 2019
RESULTADOS:	Nota de 2 páginas sobre el Chocó Andino / Fecha: junio 2020
ALCANCE / link de publicación:	266.000 lectores de la revista impresa / artículo impreso
INVERSIÓN :	3.344,48 USD
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $4.418,00 Media Value: $13.254
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN DONDE VAMOS EVA
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: España
SEGMENTO DE MERCADO:	Viajeros seniors, viajeros responsables, amantes del patrimonio, la cultura y la gastronomía, la ecología y turismo sostenible.

DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Publicación como resultado de viaje de prensa gestionado en la FITUR 2020.
RESULTADOS:	Artículo publicado en Blog Donde Vamos Eva, enfocado en la comunicad de Yunguilla
ALCANCE / link de publicación:	33.059 visitas al Blog
INVERSIÓN :	$2.353,60
R.O.I:	Valor comercial aproximado de la publicación es de $1.443,00 Media Value: $4.329.
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN REVISTA VIAJES DIGITAL
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Latinoamérica
SEGMENTO DE MERCADO:	Viajeros seniors, viajeros responsables, amantes del patrimonio, la cultura y la gastronomía, la ecología y turismo sostenible.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Publicación basada en el Boletín de Prensa emitido por Quito Turismo, relacionado con la participación de Quito en la BirdFair
RESULTADOS:	Artículo publicado en la edición digital de la revista
ALCANCE / link de publicación:	https://www.revistaviajesdigital.com/secciones/ambiente/1627-quito-expone-al-mundo-su-potencial-como-destino-biodiverso-y-unico-para-avistamiento-de-aves
INVERSIÓN :	0,00 // Free Press
R.O.I:	N/A, Acción informativa
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN REVISTA NAT GEO
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Europa
SEGMENTO DE MERCADO:	Viajeros seniors, viajeros responsables, amantes del patrimonio, la cultura y la gastronomía, la ecología y turismo sostenible.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Publicación de Quito como destino de Turismo Creativo, como parte de un artículo generado para la Red de Turismo Creativo
RESULTADOS:	Artículo publicado en la edición digital de la revista
ALCANCE / link de publicación:	https://viajes.nationalgeographic.com.es/a/destinos-que-estan-apostando-por-turismo-creativo_15912/1?fbclid=IwAR2WYZFwDYos1g41vdgFtG4bndVtdx07ZQ_puUVe65Mm6qcUK0iuTu0Eihw
INVERSIÓN :	0,00 // Free Press
R.O.I:	USD15.000 media value
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN REVISTA TRAVEL COURIER

MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Norteamérica
SEGMENTO DE MERCADO:	Viajeros, amantes de destinos de naturaleza
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Publicación de Quito como destino de aviturismo
RESULTADOS:	Artículo publicado en la edición digital de la revista
ALCANCE / link de publicación:	travelcourier.ca/getting-some-fresh-air-can-be-a-breeze/
INVERSIÓN :	0,00 // Free Press
ACCIÓN:	PUBLICACIÓN REVISTA AIRE DE AEROMÉXICO
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Norteamérica
SEGMENTO DE MERCADO:	Empresario, padres, parejas, aventureros, emprendedores, amantes de la comida, todos aquellos que viajan en Aeroméxico es un lector de Aire. Ellos son viajeros que siempre están dispuestos a descubrir su próximo destino.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Publicación de Quito y su principal oferta turística, con relación a la reactivación de la ruta entre México y Ecuador
RESULTADOS:	Artículo publicado de manera impresa
ALCANCE / link de publicación:	1´680.000 lectores
INVERSIÓN :	0,00 // Free Press
Media Value:	USD 8.750,00

ESTRATEGIA 4. GESTIÓN DE CONTENIDOS	
ACCIÓN:	PUBLICACIONES DE CONTENIDO PLATAFORMA AM CONNECTED ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Mundial
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade y prensa Internacional
	• Boletín de prensa de “Tu Historia Comienza en Casa”

DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Boletín de prensa de la semana de la oferta turística. • Invitación al evento virtual Quito Gastronómica • Invitación al Webinar Gestión, Promoción y posicionamiento turístico del destino. • Boletín de prensa invitando a las Capacitaciones para la Implementación de Protocolos de Bioseguridad del Sector Turístico. • Boletín de prensa sobre “El sector Turístico se Prepara para la nueva normalidad”. • Boletín de prensa sector turístico preparado para la nueva normalidad. • Boletín “Quito se prepara para recibirte”. • Boletín “Quito entre los 11 destinos preferidos para realizar eventos”. • Boletín de prensa Quito en Google Arts and Culture. • Boletín de prensa nuevas tendencias para realizar ferias. • Boletín de Capacitaciones online permiten fortalecer el sector turístico. • Gestores culturales trabajan a favor del sector turístico de Quito. • La capital del Centro del Mundo muestra sus atractivos turísticos al mercado europeo. • El sector empresarial turístico ecuatoriano lanza certificación "Local Seguro". • Quito socializa campaña de verano a actores clave del sector turístico. • Quito y Bogotá se promocionan, en conjunto, como destinos de Reuniones. • Boletín de prensa de “Quito Cuenta con una nueva herramienta digital”. • Destinos sudamericanos trabajan en conjunto para la reactivación del Turismo de Reuniones. • Vive y explora Quito en familia. • Boletín “El Chocó Andino, la Reserva de Biósfera en el Centro del Mundo”. • Boletín de Aeroméxico reactiva su conectividad en Ecuador. • Corredor Turístico “Camino de los Andes”. • Boletín “Quito showcases its biodiversity and unique birding spots at the Birdfair”. • Boletín “The city of Quito launches a new destination website”. • Boletín Quito trabaja por la reactivación del turismo interno. • Quito conmemora 42 años como Patrimonio Mundial • Expedia, socio estratégico, para impulsar el turismo en Quito • Quito awarded WTTC’s Safe Travels Stamp • Actores clave de la industria turística conocen ‘Ruta Colonial’ • Quito busca su reactivación turística en mercados internacionales
RESULTADOS:	Actualización mensual de contenido noticioso sobre la ciudad de Quito.
ALCANCE:	Más de 500 miembros afiliados a nivel mundial, pertenecientes a la industria turística, academia y prensa internacional

INVERSIÓN :	0,00 // Free Press
R.O.I:	N/A, Acción informativa
ACCIÓN:	PUBLICACIONES DE CONTENIDO PLATAFORMA USTOA ASOCIACIÓN DE TOUR OPERADORES DE USA
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Estados Unidos y Canadá.
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria Medios de Prensa especializados
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Publicación de Boletín sobre Quito en Plataforma USTOA.
RESULTADOS:	Alcance a todos los Miembros Asociados a USTOA
ALCANCE / link de publicación:	3.000 contactos https://ustoa.com/member-promotions
INVERSIÓN :	0,00 / Free Press

ESTRATEGIA 5.
MEDIA VALUE INTERNACIONAL

Mercado	Medio Digital	Medio Impreso	Radio	TV	TOTAL	Alcances (Usuarios Únicos)	Media Value $USD
ESTADOS UNIDOS	186	0	0	0	186	828.287.228	$ 3.339.527,40
CANADÁ	20	0	0	0	20	6.516.449	$ 162.150,00
MÉXICO	154	3	0	0	157	146.898.452	$ 1.290.967,88
PERÚ	67	0	0	0	67	66.947.699	$ 173.514,92
COLOMBIA	133	2	0	0	135	53.337.207	$ 941.305,14
BRASIL	64	0	0	0	64	262.391.871,00	$ 442.006,77
TOTAL	**624**	**5**	**0**	**0**	**629**	**1.364.378.906**	**$ 6.349.472,11**

RESULTADOS:	**MEDIA VALUE FINAL A DICIEMBRE**: $6'349.472,11 **TOTAL PUBLICACIONES**: 629 **TOTAL ALCANCE USUARIOS**: 1.364'378.906

ESTRATEGIA 6.
VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRENSA

ACCIÓN:	VIAJE DE PRENSA MEDIO VACAY.CA / PERIODISTA ADRIAN BRIGBASSI
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: AMÉRICA País: Canadá
SEGMENTO DE MERCADO:	Publico final, lectores de Vacay.ca
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Viaje de prensa realizado del 17 al 21 de Febrero del 2020
RESULTADOS:	Alcance a lectores de Canadá especialmente de la ciudad de Vancouver
ALCANCE / link de publicación:	110.000 lectores mensuales, a fecha de hoy se ha publicado un artículo https://www.vacaynetwork.com/a-new-breed-of-chefs-elevates-quitos-restaurant-scene/
INVERSIÓN :	$ 5.227,00
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $3.000 Media Value: $9.000. Por cada dólar invertido se recuperó $1,80, es decir 180%
ACCIÓN:	VIAJE DE PRENSA SCOTISH DAILY / PERIODISTA ANDREW HARRIES
	Mercado: Europa País: Reino Unido

MERCADO OBJETIVO:	
SEGMENTO DE MERCADO:	Publico final, lectores de Scotish Daily
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Viaje de prensa realizado del 19 al 24 de Enero de 2020
RESULTADOS:	Alcance a lectores de Reino Unido especialmente de la ciudad de Edimburgo
ALCANCE / link de publicación:	Tiraje de circulación, 105.000, lectores mensuales, 250.000.000 https://www.vacaynetwork.com/a-new-breed-of-chefs-elevates-quitos-restaurant-scene/
INVERSIÓN :	$ 2.728,41
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $4.000 Media Value: $12.000. Por cada dólar invertido se recuperaría $ 4.40, es decir un 440%
ACCIÓN:	VIAJE DE PRENSA VASCOS POR EL MUNDO
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA País: España
SEGMENTO DE MERCADO:	Telespectadores de entre 30 y 50 años amantes de los viajes
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Viaje de prensa realizado del 14 al 22 de Febrero de 2020
RESULTADOS:	Realización de un programa de TV de Quito y sus alrededores con un tiempo de duración de 1 hora y 15 minutos
ALCANCE	2.000.000 de espectadores aproximadamente
INVERSIÓN :	$430,00
R.O.I:	Valor comercial aproximado del programa es de $5.000 Media Value: $15.000. Por cada dólar invertido se obtuvo $34,8 dólares, es decir un 348%
ACCIÓN:	VIAJE DE PRENSA WINGO -INFLUENCERS
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: AMÉRICA País: Colombia
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores de los influencers colombianos: Publimetro / W Radio Online / BluRadio / Laura Oyala / Julián Gómez Angela Carranza / María Teresa Mora
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Viaje de prensa realizado del 21 al 24 de Febrero del 2020
RESULTADOS:	Realización de viaje de prensa y posteos de los influencers en sus redes sociales para que sus seguidores conozcan sobre Quito.

ALCANCE	150.000 seguidores en total aproximadamente
INVERSIÓN :	$11.306,00
R.O.I:	Valor comercial aproximado en publicaciones de $10.000. Media Value: $30.000. Por cada dólar invertido se obtuvo 2,65 dólares, es decir un 265%
ACCIÓN:	VIAJE DE PRENSA "DONDE VAMOS EVA"
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: EUROPA País: España
SEGMENTO DE MERCADO:	Viajeros seniors, viajeros responsables, amantes del patrimonio, la cultura y la gastronomía, la ecología y turismo sostenible.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Viaje de prensa realizado del 28 de febrero al 3 de marzo de 2020
RESULTADOS ESPERADOS:	Publicación de dos artículos de y 1 video, 6 meses después del viaje y además posteos a través de redes sociales.
ALCANCE	33. 059 seguidores
INVERSIÓN :	$2.353,60
R.O.I:	Valor comercial aproximado de la publicación es de $1.443.000 Media Value: $4.329. Por cada dólar invertido se obtuvo $1,84 dólares, es decir un 184%
ACCIÓN:	VIAJE DE INFLUENCER "ALEX TIENDA"
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: NORTEAMÉRICA País: México
SEGMENTO DE MERCADO:	Viajeros amantes del patrimonio, la cultura y la gastronomía, la ecología y turismo sostenible de edades entre 18 a 35 años.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Viaje de prensa realizado del 24 al 29 de noviembre de 2020. Esta acción busca la promoción del destino en video y fotografía, en donde se habla de sus atractivos más importantes, además del por qué Ecuador es un destino que no te debes perder. Alex está enfocado en documentales por lo que se busca promover el destino desde un punto de vista diferente, cultural e histórico.
RESULTADOS ESPERADOS:	2 videos en YouTube, 2 IG Post, 30 IG Stories, 4 post en Facebook y 4 post en Twitter.
ALCANCE	1.9 millones de seguidores en Youtube y 500.000 en Instagram
INVERSIÓN :	$2.500

R.O.I:	Valor comercial aproximado de la publicación es de $6.000 Media Value: $18.000. Por cada dólar invertido se obtuvo $7,2 dólares.
ACCIÓN:	VIAJE DE INFLUENCER "CIATRIP"
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: SUDAMÉRICA País: Brasil
SEGMENTO DE MERCADO:	Personas con un alto interés de viajar a destinos que ofrezcan experiencias únicas, ubicadas en un rango de edad de 18 a 34 años de edad y que su principal objetivo de búsqueda es conocer "Que hacer en un destino, como llegar, donde comer".
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Viaje de prensa realizado del 24 al 26 de diciembre de 2020. Esta acción busca la promoción del destino en video y fotografía a través de Instagram, el objetivo es mostrar el potencial turístico que Quito presenta, en el mercado brasileño.
RESULTADOS ESPERADOS:	1 post feed / 20 stories en Instagram
ALCANCE	123.885 seguidores en Instagram
INVERSIÓN :	$700
R.O.I:	Valor comercial aproximado de la publicación es de $800 Media Value: $2.400. Por cada dólar invertido se obtuvo $3,43 dólares.

ESTRATEGIA 7. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE DESTINO	
ACCIÓN:	PARTICIPACIÓN DE LA ESCUELA DE SAMBA TATUAPÉ COMO INVITADA ESPECIAL AL CARNAVAL QUITO 2020
	Mercado: AMÉRICA

MERCADO OBJETIVO:	País: Ecuador, Brasil
SEGMENTO DE MERCADO:	Público final, Prensa nacional e internacional
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Participación de la delegación brasileña en los desfiles del 22 y 23 de febrero 2020, demostrando el arte colorido del carnaval brasileño, dando realce al Carnavalf 2020, que tuvo repercusión a nivel nacional e internacional.
RESULTADOS y ALCANCE	Nacional e Internacional por redes sociales y reportajes Asistentes a desfiles: **40.000** Llegadas nacionales: **+7%** (terminales terrestres) Gasto total: **$7'838.741,59** Media Value Nacional e Internacional: **$1`041.868,77**
INVERSIÓN :	$40.000
R.O.I:	Media Value: $USD 1´041.868,77 / Por cada dólar invertido se obtuvo un retorno de $254,8 dólares, es decir un 2.548%
ACCIÓN:	CAMPAÑA "CITY OF QUITO" EN GOOGLE ARTS AND CULTURE
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Mundial Países: Mundial
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria y consumidor final interesado en cultura, patrimonio y viajes.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• Quito se promociona como patrimonio mundial a través de la plataforma Google Arts and Culture, que es una iniciativa que trabaja con instituciones culturales y artistas de todo el mundo, su misión es preservar y poner en línea el arte y la cultura del mundo para que sea accesible para cualquier persona y en cualquier lugar. • La plataforma tiene un alcance mundial, lo que vuelve a esta herramienta en un medio muy potente de promoción y difusión de contenido.
RESULTADOS:	Participación en la plataforma de Google Arts and Culture dentro del sitio de la UNESCO como patrimonio mundial con la publicación "City of Quito"
ALCANCE / Link de la publicación:	La plataforma alcanza a aproximadamente 175,3 millones de visitas al año, y tiene además una aplicación de la misma que ha alcanzado más de 30 millones de descargas.
INVERSIÓN :	$6.000,00
R.O.I:	Valor comercial aproximado de $15.000. Media Value: $45.000
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL EN PLATAFORMA LADEVI CAPACITA

MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Latinoamericano Países: Todo Latinoamérica con énfasis en México, Colombia y Perú
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade / Profesionales de la industria.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Capacitación y Certificación a través de la plataforma Ladevi Capacita: El destino Quito cuenta con 3 módulos de capacitación, los mismos que están disponibles en la plataforma desde el 15 de junio y estará vigente hasta febrero 2021. Además incluye actividades como: • 1 envío emailing por cada país para promover el e-learning. • Un banner en ladevi.info sobre la capacitación durante 3 meses en todos los países de Latam. • Banners publicitarios en los e-news de México, Colombia y Argentina. • Una nota en ladevi.info, en el e-magazine y en el e-news de México, Colombia y Argentina.
RESULTADOS:	El programa fue lanzado mediante boletines de prensa internacionales y redes sociales tanto de Ladevi como de Quito, además del apoyo en difusión por parte de la Oficina PR GMS.
ALCANCE / Link de la publicación:	La plataforma Ladevi cuenta con al menos 10 mil agentes inscritos.
INVERSIÓN :	$2.930,00
R.O.I:	Por determinar al final de la Campaña
ACCIÓN:	CAMPAÑA COOPERADA CON EXPEDIA
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Norteamérica Países: Estados Unidos y Canadá
SEGMENTO DE MERCADO:	Usuarios en general
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Campaña de awarnes y ventas con duración de 3 meses en donde se promociona el destino y además se incluye a hoteles de la ciudad como parte central de la campaña, a quienes Expedia otorga beneficios y promociones para hacer más atractiva la oferta, esta acción se la realiza con la finalidad de reactivar el mercado norteamericano en medio de la pandemia. Dentro de la campaña se incluye la exposición del destino en la página web de Expedia, banners con call to action que direccionan al visitante a las ofertas hoteleras del destino.
DIFUSIÓN:	La campaña fue lanzada mediante un boletín conjunto entre Quito Turismo y Expedia a nivel nacional e internacional y redes sociales de Quito.
ALCANCE / Link de la publicación:	Se espera tener al más de 1,7 millones de usuarios en lo que dura la campaña
Resultados:	• **+1.7 millones de impresiones servidas** • Un total de **$414k en gross bookings** de lo cual representa un 31% de los $1.3MM en gross bookings del destino • Un total de **739 rooms nights** a un average de $125 ADR

	• **Lo cual lleva con un ROAS de 30:1 (Return On Ad Spend)** • 2% de los bookings son de paquetes mientras que 98% son parte de hotel standalone • 35% de los bookings tenían una ventana de compra anticipada de +31 días mientras **65% fueron para viajes de última hora dentro del mes.**
INVERSIÓN :	$20.000,00
ACCIÓN:	CAMPAÑA VIVE CIUDAD LATINA
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Norteamérica y Sudamérica
SEGMENTO DE MERCADO:	Usuarios en general
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Acciones promocionales conjuntas como parte de la reactivación turística regional, a través de: - Boletín de Prensa - Difusión en redes Sociales - Promoción cruzada a través de la acción pasa a saludar
ALCANCE / Link de la publicación:	ALCANCE TOTAL: 109’542.838 ALCANCE PC DE ESCRITORIO: 24’119.012 ALCANCE DISPOSITIVOS MÓVILES: 85’423.826 TWITTER: 86 publicaciones FACEBOOK: 217 publicaciones
Resultados:	MEDIA VALUE: $1’013.271,24 **Pauta Internacional:** ***Facebook e Instagram: Cápsulas Quito (4)*** Alcance: 2’466,243 Interacción: 196,654 Engagement: 7,9%
INVERSIÓN :	$ 1.400,00

ESTRATEGIA 8. MANTENIMIENTO DE IMAGEN Y POSICIONAMIENTO DE DESTINO		
ACCIÓN:	WEBINARS DE PRESENTACIÓN DE DESTINO 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: Colombia, Brasil y México	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico de Colombia México y Brasil Semanas 1 al 28 de abril, 2020	
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	**WEBINAR 1** **Fecha**: Martes 14 de abril /2020 Tour Operador: TPO Sao Paulo, Brasil 13 asistentes. **WEBINAR 2** **Fecha**: Lunes13 de abril **/** 2020 Tour Operador: Regio Operadora Monterrey- México 32 asistentes. **WEBINAR 3** **Fecha**: Jueves 16 de abril**/ 2020** Tour Operador: Viajes Marplay	**WEBINAR 4** **Fecha**: Lunes 20 de abril /2020 Tour Operador: Agentes de Viaje de ANATO Bogotá - Colombia 60 asistentes. **WEBINAR 5** **Fecha**: Martes 21 de abril **/** 2020 Tour Operador: Price Travel Colombia y México 150 asistentes. **WEBINAR 6**

	Ciudad de México – México 10 asistentes. **WEBINAR 7** **Fecha**: Lunes 27 de abril **/** 2020 Tour Operador: BM Representaciones Cali - Colombia 60 asistentes.	**Fecha**: Jueves 23 de abril **/** 2020 Tour Operador: CVC Corp Sao Paulo - Brasil 11 asistentes.
RESULTADOS Y ALCANCES:	336 Agentes de viajes México, Colombia y Brasil	
ACCIÓN:	WEBINARS DE PRESENTACIÓN DE DESTINO 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: México	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico de México Semanas 1 al 29 de mayo, 2020	
	WEBINAR 1 **Fecha**: Miércoles 6 de mayo/2020 Tour Operador: JULIA TOURS Ciudad de México 120 asistentes. **WEBINAR 2** **Fecha**: Lunes 11 de mayo **/** 2020 Tour Operador: OPTIMA VIAJES Guadalajara- México 5 asistentes. **WEBINAR 3** **Fecha**: Miércoles 13 de mayo/ 2020 Tour Operador: VIAJES PALACIO Ciudad de México – México 71 asistentes	**WEBINAR 4** **Fecha**: Miércoles 27 de mayo **/** 2020 Tour Operador: IMACOP Guadalajara – México 90 asistentes. **WEBINAR 5** **Fecha**: Jueves 28 de mayo /2020 Tour Operador: FELGUERES TRAVEL GROUP Ciudad de México 15 asistentes. **WEBINAR 6** **Fecha**: Viernes 29 de mayo **/** 2020 Tour Operador: TRAVEL IMPRESSIONS Ciudad de México 125 asistentes.
RESULTADOS Y ALCANCES:	426 Agentes de viajes México	
ACCIÓN:	WEBINARS DE PRESENTACIÓN DE DESTINO 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: Brasil y México	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico de México Semanas 4 al 26 de junio, 2020	

	WEBINAR 1 **Fecha**: Jueves 4 de junio/2020 OTA: PRICE TRAVEL Ciudad de México 124 asistentes. **WEBINAR 2** **Fecha**: Martes 9 de junio **/** 2020 Tour Operador: CARTOGRAFÍA TURÍSTICA Guadalajara- México 17 asistentes. **WEBINAR 3** **Fecha**: Martes 16 de junio/ 2020 Tour Operador: MEGATRAVEL Ciudad de México – México 15 asistentes	**WEBINAR 4** **Fecha**: Jueves 18 de junio **/** 2020 Agencias de Viajes Querétaro Querétaro – México 25 asistentes. **WEBINAR 5** **Fecha**: Viernes 26 de junio /2020 Agencias de Viajes Guadalajara Guadalajara- México 29 asistentes. **WEBINAR 6** **Fecha**: Martes 2 junio /2020 Tour Operador: TURISMO VISUAL CVC Sao Paulo – Brasil 253 asistentes.
	463 Agentes de viajes México y Brasil	
ACCIÓN:	WEBINARS DE PRESENTACIÓN DE DESTINO EN CONJUNTO CON LADEVI 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO Y PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: México, Colombia y Perú	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico de México, Colombia y Perú Fechas: 24, 25 y 26 de junio, 2020	
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	**WEBINAR 1** **Fecha**: Miércoles 24 de junio /2020 Agentes de Viaje LADEVI México 69 asistentes. **WEBINAR 2** **Fecha**: Jueves 25 de junio **/** 2020 Agentes de Viaje LADEVI Colombia 50 asistentes. **WEBINAR 3** **Fecha**: Viernes 26 de Junio **/** 2020 Agentes de Viaje LADEVI Perú 43 asistentes.	
	162 Agentes de viajes México, Colombia y Perú	

RESULTADOS Y ALCANCES:		
ACCIÓN:	WEBINAR DE PRESENTACIÓN DE DESTINO EN EL MARCO DE LA RUEDA DE NEGOCIOS "ECUADOR OPEN FOR BUSINESS, 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO Y PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Europa Países: Países Bajos, Reino Unido y España	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico de Países Bajos, Reino Unido y España 7 de julio, 2020	
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	**WEBINAR** **Fecha**: Martes 7 de julio /2020 Tour Operadores de Países Bajos, Reino Unido y España 26 asistentes.	
RESULTADOS Y ALCANCES:	26 tour operadores de Países Bajos, Reino Unido y España.	
ACCIÓN:	WEBINARS DE PRESENTACIÓN DE DESTINO 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: México, Brasil, Colombia	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico de México Semanas 1 al 31 de julio, 2020	
	WEBINAR 1 **Fecha:** Miércoles 8 de julio /2020 Operador: VerdeMenta Ciudad de México 17 asistentes **WEBINAR 2** **Fecha:** Viernes 10 de julio /2020 Operador: Oporto Operadora Ciudad de México 21 asistentes **WEBINAR 3** **Fecha**: Lunes 13 de julio /2020 Club ATC (Agent Training Center) Ciudad de México 63 asistentes **WEBINAR 4** **Fecha**: Martes 21 de julio /2020 Operador: Iconn Services Ciudad de México 18 asistentes	**WEBINAR 5** **Fecha**: Martes 28 de julio /2020 Operador: Operadora 365 Guadalajara 24 asistentes **WEBINAR 6** **Fecha**: Lunes 20 de julio /2020 ANA CAMPOS TURISMO Brasil 46 asistentes en la transmisión en Live Instagram **WEBINAR 7** **Fecha**: Viernes 3 de julio /2020 Tour Operador: CTM Tours Bogotá, Colombia 94 asistentes

RESULTADOS Y ALCANCES:	283 Agentes de viajes México, Brasil y Colombia	
ACCIÓN:	WEBINARS DE PRESENTACIÓN DE DESTINO 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: México, Brasil, Colombia, Perú	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico Semanas 1 al 31 de agosto, 2020	
	WEBINAR 1 **Fecha:** Martes 11 de agosto 2020 Operador: Operadora Naturleon Guadalajara 29 asistentes **WEBINAR 2** **Fecha:** Jueves 13 de agosto 2020 OTA: Price Travel México Ciudad de México 62 asistentes **WEBINAR 3** **Fecha:** Miércoles 19 de agosto 2020 Operador: Euromundo Ciudad de México 22 asistentes **WEBINAR 4** **Fecha:** Lunes 24 de agosto 2020 Operador: Travel Inn Ciudad de México 33 asistentes	**WEBINAR 5** **Fecha:** 7 de agosto 2020 Operador: Europlus Brasil 50 asistentes **WEBINAR 6** **Fecha:** 28 de agosto 2020 Tour Operador: BCD Travel Bogotá, Colombia 4 asistentes **WEBINAR 7** **Fecha:** 7 de agosto 2020 Tour Operador: CTM Tours Lima, Perú 90 asistentes
RESULTADOS Y ALCANCES:	290 Agentes de viajes México, Brasil, Perú y Colombia	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: México, Brasil, Colombia, Perú, Canadá	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico Semanas 1 al 30 de septiembre, 2020	
	WEBINAR 1 **Fecha:** 3 de septiembre 2020 Empresa: Viamosa México	**WEBINAR 8** **Fecha:** 21 de septiembre 2020 Tour Operador: Super Destino Colombia

	12 asistentes **WEBINAR 2** **Fecha:** 8 de septiembre 2020 Empresa: VICA México 13 asistentes **WEBINAR 3** **Fecha:** 2 de septiembre 2020 Operador: Aeroméxico – Gran Plan México 71 asistentes **WEBINAR 4** **Fecha:** 15 de septiembre 2020 Empresa: Punta del Este México 27 asistentes **WEBINAR 5** **Fecha:** 24 de septiembre 2020 Empresa: Agencias Ciudad de México México 7 asistentes **WEBINAR 6** **Fecha:** 22 de septiembre 2020 Tour Operador: Sport Travel Perú 17 asistentes	11 asistentes **WEBINAR 9** **Fecha:** 16 de septiembre 2020 Tour Operador: Over Turismo Colombia 14 asistentes **WEBINAR 10** **Fecha:** 23 de septiembre 2020 Tour Operador: New Dreams Brasil 13 asistentes
RESULTADOS Y ALCANCES:	185 Agentes de viajes México, Perú, Canadá y Colombia	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: México, Brasil, Colombia, Perú, Canadá	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico Semanas 1 al 31 de octubre, 2020	

	WEBINAR 1 **Fecha:** 16 de octubre 2020 Operador: Agencias de Viajes New York Estados Unidos 10 asistentes **WEBINAR 2** **Fecha:** 20 de octubre 2020 Empresa: Universe Travel México 18 asistentes **WEBINAR 3** **Fecha:** 29 de octubre 2020 Empresa: EZ Travel México 10 asistentes **WEBINAR 4** **Fecha:** 26 de octubre 2020 Operador: Turismo al vuelo Colombia 8 asistentes	**WEBINAR 5** **Fecha:** 5 de octubre 2020 Empresa: Revel Travel Colombia 3 asistentes **WEBINAR 6** **Fecha:** 22 de octubre 2020 Empresa: Daviajes Colombia 10 asistentes **WEBINAR 7** **Fecha:** 5 de octubre 2020 Tour Operador: NM viajes Perú 9 asistentes
RESULTADOS Y ALCANCES:	68 Agentes de viajes México, Perú, Estados Unidos y Colombia	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: América Países: México, Colombia, Perú	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico Semanas 1 al 30 de noviembre 2020	
	WEBINAR 1 **Fecha:** 3 de noviembre 2020 Operador: Professional Travel México 11 asistentes **WEBINAR 2** **Fecha:** 12 de noviembre 2020 Empresa: Ferrara Viajes México 11 asistentes **WEBINAR 3** **Fecha:** 25 de noviembre 2020 Empresa: Villatours México 23 asistentes	**WEBINAR 5** **Fecha:** 20 de noviembre 2020 Empresa: Agotur Perú 2 asistentes

	WEBINAR 4 **Fecha:** 3 de noviembre 2020 Operador: MCO Representaciones Cali Colombia 5 asistentes	
RESULTADOS Y ALCANCES:	52 Agentes de viajes México, Perú y Colombia	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Norteamérica Países: México	
SEGMENTO DE MERCADO:	Trade Turístico Semanas 1 al 31 de diciembre 2020	
	WEBINAR 1 **Fecha:** 3 de diciembre 2020 Operador: Felgueres México 11 asistentes **WEBINAR 2** **Fecha:** 12 de diciembre 2020 Empresa: Agencias del estado de México México 10 asistentes	
RESULTADOS Y ALCANCES:	21 Agentes de viajes México	

ESTRATEGIA 9. CITY PLACEMENT	
ACCIÓN:	PROGRAMA DE DESTINO “GLOBAL PASSPORT”
MERCADO OBJETIVO:	Mundial: Con enfoque especial en Estados Unidos
SEGMENTO DE MERCADO:	Mercados Prioritarios para el destino Quito.

DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	• El viernes 26 de Junio se lanzó el programa Global Passport de la ciudad de Quito como destino estrella.
RESULTADOS:	Lanzamiento del programa y posteos en redes sociales de Global Passport, Christina Cindrich, Visit Quito, Quito Turismo entre otros. El programa puede ser visto en AWE TV! AWE sale al aire en DirecTV (387), AT&T U-verse (147), Verizon FiOS (169), Frontier, CenturyLink, and a few others across the USA, Caribbean, and parts of Asia. Also streams on Apple TV, Roku, Amazon Fire TV.
ALCANCE:	30 millones de hogares en Estados Unidos y 140 mil seguidores en redes sociales.
INVERSIÓN :	$4.168,75
R.O.I:	Por determinar
ACCIÓN:	LARGOMETRAJE "EL REZADOR"
MERCADO OBJETIVO:	Mundial: Con enfoque especial en Estados Unidos, España, Colombia, Alemania
SEGMENTO DE MERCADO:	Mercados Prioritarios para el destino Quito.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Después de la revisión y el análisis técnico de la propuesta presentada por ATEFILMS a Quito Turismo, y dado que el proyecto cumple con los requisitos para generar una campaña efectiva de "City Placement", puesto que se desarrolla en locaciones de la ciudad de Quito que se visualizarán a nivel internacional y sobre todo, rescata y visualiza la tradición de la procesión de semana Santa "Jesús del Gran Poder". El apoyo al proyecto se lo realiza de la siguiente manera: • Inversión de un presupuesto de $10000.oo, sujetos al régimen fiscal vigente, como campaña promocional del City Placement para el año 2020. • Gestionar a través de la Dirección de Desarrollo de Quito Turismo, la seguridad y ordenamiento del tráfico en las locaciones seleccionadas durante el tiempo de rodaje, con el Cuerpo de Agentes de Control Metropolitano de Quito y la Agencia Metropolitana de Transito. • Asesoramiento en la gestión de permisos al rodaje en distintos puntos de la ciudad frente al Municipio Metropolitano de Quito. En este contexto, el rodaje de "El Rezador" se realizó con éxito y como se había planificado, en cinco semanas transcurridas entre 29 de enero y el 10 de marzo del 2020.
	1. Fotografías/constancia del rodaje realizado.

RESULTADOS:	2. Teaser tráiler- previo - (muestra no pública aún del material rodado). 3. Proyecciones de distribución y estreno. 4. Coproducciones (Ecuador, España, Colombia) 5. Plan de distribución internacional.
ALCANCE:	Más de 1 millón de espectadores
INVERSIÓN :	$10.000
R.O.I:	Por determinar

ESTRATEGIA 10. MONITOREO DE MERCADOS- REPORTE SEMANAL COVID-19 MAYO – SEPTIEMBRE	
ACCIÓN:	LEVANTAMIENTO SEMANAL DE ESTADO DE LOS MERCADOS PRIORIZADOS PARA LA CIUDAD DE QUITO
MERCADO OBJETIVO:	Mundial
SEGMENTO DE MERCADO:	Mercados Prioritarios para el destino Quito.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	- Levantamiento de información semanal para ser reportado. - Medidas de crisis sanitaria. - Reapertura de viajes.
RESULTADOS:	Los reportes semanales fueron socializados con autoridades e Industria Turística a través de Coordinación Nacional.
ALCANCE:	N/A
INVERSIÓN :	$0,00
R.O.I:	N/A
ACCIÓN:	ESTUDIO DE LOS MERCADOS PRIORIZADOS PARA LA CIUDAD DE QUITO – PERFILES DEL TURISTA INTERNACIONAL POST COVID
MERCADO OBJETIVO:	Norteamérica y Sudamérica
SEGMENTO DE MERCADO:	Canadá, Estados Unidos, México, Colombia, Perú y Brasil.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	- Levantamiento de información de los principales intereses de los turistas identificados durante la pandemia, y las proyecciones de los mismos post pandemia, en los mercados prioritarios para la ciudad.
RESULTADOS:	Este informe será socializado con la Industria Turística a través de la Coordinación Nacional, como insumo que pueda ser de utilidad para la generación y promoción de nuevos productos turísticos.

ALCANCE:	N/A
INVERSIÓN :	$2.000,00
R.O.I:	N/A

ESTRATEGIA 11. CONVENIOS MULTIDESTINO	
ACCIÓN:	CONVENIO INTERINSTITUCIONAL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE BOGOTÁ
MERCADO OBJETIVO:	Regional
SEGMENTO DE MERCADO:	Mercados Prioritarios para el destino Quito.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	- Creación de Ruta Colonial - Acciones de promoción conjunta - Presentaciones de Destino Quito y Bogotá
RESULTADOS:	Proyecto en ejecución
ALCANCE:	Trade Turístico y Prensa Especializada de Colombia Visitantes de mercados objetivos: México, Canadá, USA
INVERSIÓN :	$0,00
R.O.I:	N/A
ACCIÓN:	RED DE DESTINOS URBANOS LATINOAMERICANOS
MERCADO OBJETIVO:	Regional
SEGMENTO DE MERCADO:	Mercados Prioritarios para el destino Quito.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Acciones promocionales conjuntas como parte de la reactivación turística regional.
RESULTADOS:	- Campaña turística promocional para mercados internacionales **"Vive Ciudad Latina"** - Elaboración de un video promocional que involucra 9 ciudades latinoamericanas (Bogotá, Medellín, Quito, Lima, Río de Janeiro, Sao Paulo, Buenos Aires, Santiago de Chile, Ciudad de México) - Firma de una declaratoria entre todas las ciudades para la formación de la Red. - Promoción cruzada con todos los destinos de la Red, a través de la acción "Pasa a Saludar", realizada a través de redes sociales promocionales.
ALCANCE:	Trade Turístico y Prensa Especializada internacional

INVERSIÓN :	$0,00
R.O.I:	N/A
ESTRATEGIA 12. PRESENTACIONES DE DESTINO EN PLATAFORMAS DEL TRADE TURÍSTICO	
ACCIÓN:	PRESENTACIÓN DE DESTINO TRAVELKONNECTIONS
MERCADO OBJETIVOS:	Mercado: Norteamérica Países: Estados Unidos
SEGMENTO DE MERCADO:	Agentes de Viajes
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Este evento virtual de posicionamiento del destino en el mercado de Estados Unidos, durante la presentación se habló de las 10 razones + 2 para visitar Quito, un destino Bioseguro
RESULTADOS Y ALCANCES:	27 participantes
ACCIÓN:	PRESENTACIÓN DE DESTINO BRAZTOA
MERCADO OBJETIVOS:	Mercado: Sudamérica Países: Brasil
SEGMENTO DE MERCADO:	Agentes de Viajes y Tour Operadores
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Se realizó la presentación de Quito y sus 10 razones + 2 para visitarla dirigida a las empresas turísticas asociadas a Braztoa, la asociación más importante de agentes de viajes de Brasil, quienes conocieron más de la Capital del Centro del Mundo.
RESULTADOS Y ALCANCES:	79 participantes capacitados

2. PROMOCIÓN MERCADO NACIONAL

ESTRATEGIA 1. CAMPAÑA PROMOCIONAL DE DESTINO E HITOS DE CIUDAD	
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL CARNAVALFF 2020
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industrias turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	WEB Y APP - Se realizó pop – up de Carnaval en página web promocional donde se subió la información de los desfiles, agenda, oferta y paquetes especiales dentro del DMQ. - Se realizó banner en app Quito Es Mío y se colocó información de desfiles, agenda, oferta y paquetes especiales dentro del DMQ.
	OFERTAS Y PAQUETES DISTINTIVO Q - Se realizó la promoción unificada con establecimientos Distintivo Q de descuentos que iban del 15% al 25%. - Esta promoción se realizó en restaurantes, hoteles y TTOO. - 12 Hoteles, 46 Restaurantes, 3 Tour operadores. - El 60% de los participantes con la promoción incrementaron sus ventas en comparación con el feriado de carnaval del año pasado.
	PRENSA DIGITAL E IMPRESA ✓ Se realizó el pop up digital de promoción de la campaña Carnavalff 2020 dentro de la página web de El Comercio / 6.3 millones de visitantes únicos. ✓ Se realizó inserto en Revista Familia del 16 de febrero de 2020 con promoción de la Campaña de Carnavalff 2020 /15.563 ejemplares para suscriptores a nivel nacional y 24.437 ejemplares entrega directa.
	MEDIOS ATL (Vallas Publicitarias / Brandeo de Buses) ✓ Se realizaron vallas publicitarias en puntos estratégicos de la ciudad de Quito para promocionar la campaña de Carnavalff 2020. ✓ Brandeo de buses de diferentes rutas dentro de la ciudad de Quito para promocionar la campaña de Carnavalff 2020.
	COOPERADO AEROLINEA TAME EP - Promoción especial en pasajes aéreos rutas: GYE-UIO; MEC-UIO; CUE-UIO. - Entrega de material a bordo. - Activación BTL aeropuerto de Quito

	- Campaña Digital
	TRANSMISIÓN EN VIVO DESFILE CARNAVALFF 2020 - Transmisión en vivo del desfile de Carnavalff 2020, sábado 20 de febrero desde las 15H00 a 17H00 a través de Ecuador TV (Medios Públicos) - El 2,9% de hogares en Guayaquil vieron al menos un minuto del programa siendo su rating promedio de 0,5% y la fidelidad del 16%. - El alcance del programa en Quito se ubicó en el 9,1% con un rating promedio de 2,3%y 25,5% de fidelidad.
RESULTADOS:	Llegadas nacionales: **+7%** (terminales terrestres) Gasto total: **$7'838.741,59** Media Value Nacional e Internacional: **$1`041.868,77**
ALCANCE:	40.000 asistentes a desfiles 150.000 asistentes en la Red Metropolitana de Cultura 500.000 asistentes en 84 eventos de la ciudad.
INVERSIÓN :	$18.200,00
R.O.I:	1´041.868 Media Value Dinamización Económica: $7´838.741,00
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL UNA SEMANA SANTA DISTINTA 2020
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industrias turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	CAMPAÑA DIGITAL - Diferentes posteos durante la Semana Santa con contenido cultural, religioso, tradiciones, eventos virtuales. Video promocional de la Semana Santa Distinta que invitaba a vivir las tradiciones religiosas desde casa.
	CLASE DE COCINA VIRTUAL ✓ A través de la colaboración del Chef Juan Sebastián Pérez del Restaurante Quitu se realizó la clase de cocina virtual de fanesca entorno a la Semana Santa. La clase de cocina fue visualizada en Facebook sin embargo por fusión no se pueden dar aun resultados.
RESULTADOS:	Alcance e interacciones: **94.845**
INVERSIÓN :	$0,00
R.O.I:	N/A

ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL TU VERANO COMIENZA EN QUITO Y CAMINO DE LOS ANDES
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	WEB ✓ Se realizó banner y landing de Tu Verano Comienza en Quito y Camino de los Andes en la web promocional donde se encuentra subida la información de álbumes de experiencias, cuponeras de ofertas, agenda y video promocional.
	CUPONERAS DE OFERTAS Y ÁLBUMES DE EXPERIENCIAS - Se realizó la cuponera de ofertas con la participación inicial de 13 establecimientos en Quito, 12 establecimientos en Latacunga, 30 establecimientos en Ambato, 26 establecimientos en Riobamba y 12 establecimientos en Cuenca. - Las ofertas de la campaña se encuentran dentro de alojamiento, tour operadores y A&B. - Se realizó álbumes de experiencias con actividades para Verano (25 actividades) y Camino de los Andes (33 actividades)
	PRENSA DIGITAL (PROGRAMÁTICA) ✓ Se realizó banners digitales de promoción a nivel nacional de la campaña Tu Verano Comienza en Quito y Camino de los Andes dentro de las páginas web de los medios: Expreso, El Universo, El Comercio, Teleamazonas, Metro Ecuador, La Hora, Foros Ecuador, Actualidad, El Diario, La República, Vistazo y El Mercurio. ✓ Número de impresiones: 400.000 ✓ Alcance: 133.333
	PANTALLAS CENTROS COMERCIALES Y AEROPUERTO ✓ Gestión para la presencia del video promocional de Tu Verano Comienza en Quito y Camino de los Andes en las pantallas de los Centros Comerciales: San Marino Shopping, Maltería Plaza, Granados Plaza, Quicentro Shopping, Quicentro Sur, San Luis Shopping, Mall del Pacífico, Portal Shopping. ✓ Gestión para presencia de video promocional de Tu Verano Comienza en Quito y Camino de los Andes en pantallas del Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito.
	CAMPAÑA DE WHATSAPP - Difusión de un mensaje a través de Whatsapp a una base de datos de 5,000 personas de nivel económico medio y medio alto en las ciudades de Ambato, Latacunga, Riobamba y Quito.

	- El envío consistió de un mensaje promocional invitando a conocer los atractivos del Verano y visitar la web promocional para más información, además de un PDF con el álbum de experiencias de Verano para que se pueda conocer las mismas directamente en el mensaje con la apertura del documento PDF de forma automática si la respuesta era "OK"
RESULTADOS Y ALCANCES	La comunicación en envíos masivos de Whatsapp es una estrategia unidireccional por lo que los resultados son los siguientes: • De los 5,000 envíos, las 5,000 personas recibieron y abrieron el mensaje • Hubo 63 respuestas, sin solicitud extra de información. La mayoría consistieron de "Gracias" u "Ok"
INVERSIÓN	$ 1.210,00
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL "NOS VEMOS EN EL CENTRO"
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	WEB - Se realizó banner, registro de inscripción para recorridos gratuitos y cuponeras de ofertas del Centro Histórico.
	CAMPAÑA DIGITAL ✓ Diferentes posteos durante el mes de septiembre invitando a los seguidores a visitar el Centro Histórico de la ciudad. ✓ Posteos de invitación a inscribirse en los recorridos gratuitos del sábado 19 y sábado 26 de septiembre.
	CUPONERAS DE OFERTAS - Se realizó la cuponera de ofertas con la participación inicial de 26 establecimientos. - Las ofertas de la campaña se encuentran dentro de A&B, Paquetes, experiencias y escapadas.
RESULTADOS Y ALCANCES	✓ Participantes recorridos gratuitos: 201 personas ✓ Media Value Nacional: $137.760,57 ✓ Engagement RRSS: 8,1% ✓ Alcance Cobertura RRSS (IG): 116,580
INVERSIÓN	$ 1,460.00
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL LA MARISCAL AL AIRE LIBRE

MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	WEB - Se realizó cuponeras de ofertas de la Mariscal
	CAMPAÑA DIGITAL ✓ Diferentes posteos durante el mes de septiembre invitando a los seguidores a visitar la Mariscal y reactivar el turismo a través de las terrazas al aire libre de diferentes establecimientos.
	CUPONERAS DE OFERTAS - Se realizó la cuponera de ofertas con la participación inicial de 37 establecimientos. - Las ofertas de la campaña se encuentran dentro de A&B, Paquetes, experiencias y escapadas.
RESULTADOS Y ALCANCES	✓ Engagement RRSS: 9,8%
INVERSIÓN	$ 0.00
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL "FERIADO DE OCTUBRE"
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	WEB - Se realizó banner con información. - Registro de inscripción para recorridos gratuitos - Cuponeras de ofertas del Centro Histórico, Mariscal, Chocó Andino, Exclusiva para ciclistas. - Álbumes de Experiencias Urbanas y Rurales.
	CAMPAÑA DIGITAL ✓ Diferentes posteos durante el mes de octubre invitando a los seguidores a realizar actividades dentro del DMQ en el Feriado de Octubre. ✓ Posteos de invitación a inscribirse en los recorridos gratuitos del 9,10 y 11 de octubre.

	CUPONERAS DE OFERTAS - Se realizaron las cuponeras de ofertas con la participación de 93 establecimientos. - Las ofertas de la campaña se encontraron dentro de A&B, Paquetes, experiencias y escapadas.
RESULTADOS Y ALCANCES	✓ Participantes recorridos gratuitos: 172 participantes ✓ Media Value Nacional: $151.699,59 ✓ Engagement RRSS: 9,4%
INVERSIÓN	$ 860.00
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL "FINADOS QUITEÑOS"
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	WEB - Se realizó pop up - Micrositio de Finados Quiteños - Ruta de la colada morada - Experiencias únicas de finados - Ofertas y Descuentos Escapadas Quiteñas - Quito al aire libre - Agenda con actividades y eventos urbanos y rurales
	CAMPAÑA DIGITAL ✓ Diferentes posteos durante el mes de noviembre invitando a los seguidores a realizar actividades dentro del DMQ durante el feriado de finados. ✓ Posteos de invitación a inscribirse en los recorridos del 30, 31 de octubre y 1, 2 y 3 de noviembre. ✓ Live de Leyendas en la Noche ✓ Video de cooking class de colada morada
	RUTA COLADA MORADA - Se realizaron mapas de la ruta de colada morada del Centro Histórico y Mariscal. - Participaron 19 establecimientos Distintivo Q. EXPERIENCIAS ÚNICAS DE FINADOS ✓ En esta sección se trató de realzar las actividades especiales de finados con la participación de 8 experiencias. OFERTAS Y DESCUENTOS ESCAPADAS QUITEÑAS ✓ Dentro de esta sección se realizó la cuponera de especiales de finados con la partipación de 40 establecimientos con 52 ofertas dentro de alojamiento, A&B, actividades.

RESULTADOS Y ALCANCES	✓ Participantes recorridos gratuitos: 196 participantes ✓ Media Value Nacional: $334.540,17 ✓ Engagement RRSS: 8,4%
INVERSIÓN	$ 2.000,00
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL "ESCAPADAS QUITEÑAS"
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	WEB - Se realizó pop up - Landing de Escapadas Quiteñas
	CAMPAÑA DIGITAL ✓ Diferentes posteos durante el mes de noviembre y diciembre invitando a los seguidores a utilizar las diferentes promociones, ofertas y beneficios de Escapadas Quiteñas.
	ACCIONES BTL - Video promocional para pantallas de Centros Comerciales DK Managment en las ciudades de Quito, Guayaquil, Latacunga, Manta. - Video Promocional para pantallas del Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito. RADIO ✓ Cuña Publicitaria en radios a nivel nacional (La Poderosa, América Radio, FM Mundo, La Única, Radio Centro, La Bruja, Marejada, Escandalo, Radio Centro,Tomebamba FM, Radio K1, Radio City, Radio Morena Am, Radio Fuego. PRENSA DIGITAL (PROGRAMÁTICA) ✓ Se realizó programática (pop ups digitales) en medios como: eluniverso.com, derechoecuador.com, elcomercio.com, metroecuador.com.ec, futbolecuador.com, studiofutbol.com.ec, infobae.com, depor.com, lahora.com.ec, vistazo.com, entre otros.
RESULTADOS Y ALCANCES	✓ Ofertas: 63 ofertas de establecimientos participantes dentro de alojamiento, A&B, Experiencias Urbanas y Rurales, TTOO, Romántica. ✓ Engagement RRSS: 8,4%

INVERSIÓN	$ 29.643,57
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL "FIESTAS DE QUITO"
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	CAMPAÑA DIGITAL ✓ Diferentes posteos durante el mes de diciembre invitando a los seguidores a inscribirse en los recorridos de Fiestas de Quito. ✓ Programación live de Historias de la Fundación de Quito a través de un recorrido virtual por el centro de la ciudad.
RESULTADOS Y ALCANCES	✓ Participantes recorridos: 186 ✓ Engagement RRSS: 10,1%
INVERSIÓN	$ 350,00
ACCIÓN:	CAMPAÑA PROMOCIONAL "FESTIVIDADES QUITEÑAS"
MERCADO OBJETIVO:	Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Consumidor final Medios de prensa Industria turística
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	CAMPAÑA DIGITAL ✓ Diferentes posteos durante el mes de diciembre invitando a los seguidores a inscribirse en los recorridos de Festividades Quiteñas de Belenes, urbanos y rurales ✓ Por primera vez se realiza la Novena Quiteña transmitida en RRSS.
RESULTADOS Y ALCANCES	✓ Participantes recorridos: 135 ✓ Engagement RRSS: 8,2%
INVERSIÓN	$ 3.754,20

ESTRATEGIA 2. RELACIÓN CON LA INDUSTRIA TURÍSTICA Y ACTORES ESTRATÉGICOS	
ACCIÓN:	SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS E INICIATIVAS CON INDUSTRIA TURÍSTICA
MERCADO OBJETIVO:	Local
SEGMENTO DE MERCADO:	TTOO, Alimentos y bebidas, Alojamiento, Empresarios y Gremios Turísticos
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	CAMPAÑA CARNAVALFF - Socialización con 285 establecimientos que pertenecen al Distintivo Q. - Socialización con gremios turísticos para que transmitan la información a todos sus asociados. - Como resultado de la socialización se logró realizar por primera vez una promoción unificada con establecimientos Distintivo Q; se obtuvo paquetes exclusivos con TTOO dentro del DMQ.
	CAMPAÑA TU HISTORIA COMIENZA EN CASA ✓ A través de la herramienta de envíos masivos de campañas my.sendiblue.com se realizó la socialización digital con la industria turística de la campaña ¨Tu Historia Comienza en Casa" cuya primera fase fue el video promocional de la ciudad fomentando a quedarse en casa a raíz de la emergencia sanitaria por COVID-19. Fue enviada a 11 bases de datos de alojamiento, alimentos y bebidas, empresarios locales y nacionales lo que ayudó en la difusión de la misma.
	SEMANA DE LA OFERTA TURÍSTICA ✓ A través de la herramienta de envíos masivos de campañas my.sendiblue.com se realizó la socialización digital con la industria turística de los webinars de la "Semana de la Oferta Turística en Quito". Fue enviada a 11 bases de datos de alojamiento, alimentos y

	bebidas, empresarios locales y nacionales lo que ayudó en la difusión de la misma.
	QUITO GASTRONÓMICA Y FORO VIRTUAL DE PROMOCIÓN Y GESTIÓN TURISTICA ✓ El evento virtual Quito Gastronómica y el Foro Virtual de Promoción y Gestión Turística fue enviado a la base de datos de los tours operadores Distintivo y grupos de chat con de la industria local.
	REPORTE SEMANAL COVID Y REPORTE DE REACTIVACIÓN AÉREA DEL DESTINO - A través de la herramienta de envíos masivos de campañas my.sendiblue.com se realizó la socialización digital con la industria turística del reporte de aerolíneas. - A través de grupos de la industria local se socializa semanalmente el reporte de COVID-19 generado con datos de los mercados prioritarios para Quito y Nacional.
	CAMPAÑA DE VERANO 2020 (TU VERANO COMIENZA EN QUITO Y CAMINO DE LOS ANDES) ✓ Socialización con más de 70 actores clave de la industria turística como tour operadores, alojamiento, alimentos y bebidas, Wanderbus, Ecuador Hop y Fenatture. ✓ Como resultado se ha logrado que 13 establecimientos turísticos presenten sus ofertas para ser parte del proyecto. ✓ Workshop Camino de los Andes con más de 150 participantes del trade nacional a quienes se les entregó información y nuevos insumos como el catálogo de productos y servicios del proyecto. ✓ Mesa de Trabajo Camino de los Andes con la participación de 11 Tour Operadores de las ciudades participantes (Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba y Cuenca) donde se les entregó la información del proyecto acerca de los paquetes que se está comercializando, así como los contactos para lograr el empaquetamiento completo del roadtrip.
	ACCIONES COOPERADAS CON TARJETAS DE CRÉDITO ✓ Socialización con 15 tour operadores Distintivo Q de la Campaña de Club Miles dirigido al mercado nacional. Socialización con 20 restaurantes Distintivo Q de la Campaña Historias Exquisitas con Pacificard (fase 1).
	ESCAPADAS QUITEÑAS ✓ Socialización con industria turística local, hoteles, restaurantes, operadores Distintivo, proveedores de experiencias de la iniciativa Escapadas Quiteñas que busca realizar un levantamiento de promociones, ofertas y beneficios de producto turísticas de la ciudad de Quito.
ALCANCE:	835 direcciones electrónicas.
INVERSIÓN :	$0,00
R.O.I:	N/A

ESTRATEGIA 3. MANTENIMIENTO DE IMAGEN Y POSICIONAMIENTO DE DESTINO	
ACCIÓN:	WEBINAR DE PRESENTACIÓN DE DESTINO 10 RAZONES + 2 PARA VISITAR QUITO
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Nacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Tour Operadores, Agencias de Viajes, Hoteles
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	**Fecha**: jueves 25 de junio 2020 Mesa de Operadores Campaña “Conoce Ecuador”
RESULTADOS Y ALCANCES:	78 participantes a nivel nacional
INVERSIÓN :	$0,00
R.O.I:	N/A

ESTRATEGIA 4. CREACIÓN DE ESTRATEGIAS E INICIATIVAS	
ACCIÓN:	CORREDOR TURÍSTICO "EL CAMINO DE LOS ANDES"
OBJETIVO:	Desarrollar una propuesta turística innovadora y unificada en el marco de la reactivación de los destinos de la región interandina (Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba y Cuenca) que permita promocionar los atractivos y experiencias únicas de las ciudades intermedias a través del desarrollo de una oferta de verano que transmita confianza y seguridad para viajar y que permita dinamizar la actividad turística del país mediante la activación del turismo interno.
ANTECEDENTES:	- Crisis derivada de la pandemia del COVID-19 dio un giro al turismo en el mundo y en el país; nos lleva a buscar maneras de reinventarnos como destinos y a generar propuestas que visibilicen los cambios positivos de las ciudades en experiencias y bioseguridad. - El propósito de la iniciativa es unificar esfuerzos entre las Organizaciones Gestoras de Destino para el levantamiento de una propuesta turística piloto que permita la promoción y la reactivación turística del país. - Oportunidad de entregar al mercado interno una propuesta turística de verano cuyo objetivo fundamental es la recuperación turística luego de esta crisis sanitaria. - Organismos como la OMT han instruido a sus estados miembros, considerar el desarrollo del turismo local, como un mecanismo de recuperación inmediata, reforzando el compromiso ciudadano para aplicar las 3 medidas de prevención para la propagación del Covid-19: uso de mascarilla, lavado de manos y distanciamiento físico.
CONCEPTUALIZACIÓN:	Promoción de la región interandina ecuatoriana a través de un corredor turístico que permita el desplazamiento terrestre de la ciudadanía y visitantes, motivados por los principales atractivos turísticos de las ciudades participantes. La propuesta ´Camino de los Andes´, impulsa los desplazamientos terrestres a través del concepto turístico de un viaje "roadtrip" (viaje en carretera) entre Quito y Cuenca, con paradas intermedias en: Latacunga, Ambato y Riobamba.
	5 ORGANIZACIONES GESTORAS DE DESTINO:

PROMOTORES	- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico "Quito Turismo" - Fundación Municipal Turismo para Cuenca - Dirección General de Gestión de Turismo Riobamba - Dirección de Turismo de Latacunga - Coordinación de Promoción Cultural y Turística de Ambato
FACTORES CLAVES Y DETERMINANTES	Todas las ciudades participantes, velarán por la **aplicación de los protocolos de bioseguridad** en los atractivos y establecimientos turísticos de su localidad.
PLAN DE ACCIÓN	
FASE 1: LEVANTAMIENTO DE PRODUCTO	- Será el producto estrella para la temporada de verano. - Identificación de los 5 highlights (experiencias, actividades o sitios únicos) de cada una de las ciudades participantes. - Creación del ALBUM DE EXPERIENCIAS - Las OGDs participantes ***no crean rutas, itinerarios o paquetes turísticos***, sino más bien identifican las actividades experienciales que despierten interés de los viajeros. - Agenda de socialización para levantamiento de la oferta turística privada.
FASE 2: **SOCIALIZACIÓN DE ESTRATEGIA Y PRODUCTO**	- Socialización con la industria turística de cada ciudad para empaquetamiento de producto y levantamiento de ofertas, a través de la presentación de la iniciativa a tour operadores, hoteles y establecimientos de A&B. **RESULTADOS DE SOCIALIZACIÓN:** Fecha: inició en julio de 2020 Modalidad: plataforma virtual Zoom de cada oficina de turismo Socialización total ciudades: **más de 280** empresarios de servicios turísticos de Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba y Cuenca al momento.
FASE 3: **ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**	- Posicionamiento del concepto/producto ROADTRIP en Ecuador a través de la creación un nombre propio del producto ***"Camino de los Andes"*** y de una imagen unificada del producto. - Plan de Marketing y promoción cruzada a través de un plan de medios establecido por las ciudades participantes que contemplan acciones como: promoción digital, free press, relaciones públicas, email marketing y alianzas cooperadas) - Campaña de expectativa #LosAndesMarcanTuCamino… - Rueda de Prensa de Lanzamiento de producto "Camino de los Andes" - Campaña Promocional Camino de los Andes arranca desde el 13 de agosto al 15 de septiembre como producto estrella de la temporada de verano. - Hashtag promocional: **#CaminoDeLosAndes** - Todas las oficinas de turismo han puesto sus herramientas comunicacionales para la difusión y promoción de este proyecto:

	- Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Youtube - Whatsapp business - Banners promocionales - Mailing masivo - Muppies - Pantallas municipales y en espacios públicos - Landing page en páginas web
FASE 4: **ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN**	- Creación del "***Álbum de Experiencias del Camino de los Andes***" que busquen generar interacción con el consumidor a través de la entrega de incentivos y beneficios especiales en actividades o servicios incluidos dentro de la ruta. - Recopilación de paquetes turísticos y ofertas levantados por Tour Operadores, hoteles y establecimientos de A&B. - Creación de ***Cuponeras de Ofertas.*** **Total ofertas cuponera: 93** servicios turísticos que se han sumado al proyecto (operadoras turísticas, agencias de viaje, alimentos y bebidas, alojamiento, transporte turístico, entre otras), que cumplen con los protocolos de bioseguridad emitidos por la entidad reguladora.
FASE 5: **ESTRATEGIA DE MANTENIMIENTO DE PRODUCTO**	**Sub fase 1 – Involucramiento de Autoridades locales de ciudades participantes** ✓ Nombramiento de "Embajadores del Camino de los Andes" ✓ Recorridos turísticos de experiencia de producto ✓ Soporte a difusión a través de canales propios de autoridades.
	Sub fase 2 – Involucramiento de Actores Estratégicos: Industria Turística, Gremios, Medios de Prensa y Academia ✓ Soporte a difusión a través de canales propios de actores estratégicos. ✓ Recorridos turísticos de experiencia de producto
	Sub fase 3 – Evaluación Periódica de Resultados ✓ Levantamiento de indicadores de resultados. ✓ Trabajo articulado con industria turística para evaluación de resultados de comercialización. ✓ Trabajo articulado con actividades turísticas (highglights) para evaluación de resultados ✓ Monitoreo de resultados de alcances e impactos de estrategias promocionales.
	Sub fase 4 – Involucramiento de otras ciudades ✓ Posterior a resultados preliminares. ✓ Socialización con otros GADS del proyecto para que se incluyan a Camino de los Andes. ✓ Direccionamiento para aplicación de fases de metodología de trabajo

	✓ Re lanzamiento de proyecto con nuevas ciudades participantes.
	Sub fase 5 – Promoción sostenida a nivel internacional ✓ Unificación de esfuerzos y medios promocionales para el desarrollo de una estrategia promocional de producto a nivel internacional.
PROPUESTA DE IMAGEN GRÁFICA	
ACCIÓN:	PROYECTO "ESCAPADAS QUITEÑAS "
ANTECEDENTES	• Crisis derivada de la pandemia del COVID-19 dio un giro al turismo en el mundo y en el país; lo cual nos lleva a buscar maneras de reinventarnos como destino y a generar propuestas que visibilicen los cambios positivos del Distrito Metropolitano de Quito en experiencias y bioseguridad enfocados en el segmento de turismo interno. • Oportunidad de entregar al mercado interno ofertas turísticas de ciudad, sostenidas hasta la primera semana de enero/2021 cuyo objetivo fundamental es romper la estacionalidad de la ciudad en su promoción turística al turismo interno y de esta manera aportar a la recuperación de toda la cadena de valor turística del DMQ. • Las Escapadas Quiteñas es una iniciativa promocional del destino que busca difundir todas las ofertas y promociones que generan los establecimientos turísticos de: alojamiento, A&B, experiencias urbanas y rurales, tour operadores, y otros. Este espacio permite mostrar y descargar cupones promocionales de la oferta turística de todo el DMQ, que pueden ser usados por el turista local, nacional e internacional. Todo esto articulado a la difusión de las actividades turísticas que tiene la ciudad de Quito enfocada en la selección de atractivos urbanos y rurales.
OBJETIVO:	• Generar una campaña promocional de destino que busque difundir la oferta turística de la ciudad de Quito a través de promociones, beneficios y descuentos de servicios y actividades turísticas que permitan la reactivación turística de la ciudad.
ESTRATEGIAS PROMOCIONALES	ACCIONES ATL - Contratación de un canal de televisión nacional para difusión masiva de spot publicitario en horarios estelares - Spot de 20 seg. ACCIONES BTL

	- Uso de spot en off para pantallas de aeropuerto - Uso de spot en off en pantallas de centros comerciales de las ciudades de Quito, Guayaquil, Manta y Latacunga. ACCIONES DIGITALES - Difusión permanente en redes institucionales - Difusión permanente en redes promocionales (se podrán articular a campañas temporales de hitos de ciudad como: Escapadas Quiteñas en Finados, Escapadas Quiteñas en Fiestas de Quito, Escapadas Quiteñas en Navidad, etc. - Email marketing (envío de boletines informativos a trade y medios de prensa) - Sección Escapadas Quiteñas en página promocional de ciudad: www.escapadasquitenas.visitquito.ec
IMAGEN GRÁFICA	
RESULTADOS	**Participantes:** 63 establecimientos turísticos **Ofertas:** 63 ofertas dentro de alojamiento, A&B, Experiencias Urbanas y Rurales, TTOO, Románticas.

ESTRATEGIA 5. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE DESTINO COOPERADAS	
ACCIÓN:	CAMPAÑA COOPERADA DE TURISMO NACIONAL CON CLUB MILES /DINERS CLUB
OBJETIVO:	• Ayudar a la reactivación del turismo a nivel nacional a través de paquetes y actividades que permitan que los tarjetahabientes de Diners Club del Ecuador a través de su programa de recompensas Club Miles puedan canjear sus millas a cambio de estas experiencias.
DETALLES DE CAMPAÑA	✓ **Turismo Ecuador**: incentivo para los tarjetahabientes de Diners Club a través del programa Club Miles para tener acceso a oferta especial de paquetes turísticos a nivel nacional propuestos por los tours operadores que pertenecen a Distintivo Q.

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES	✓ **Landing Page:** a través de https://www.clubmiles.com.ec/utilice-sus-millas/clubmiles en la sección de actividades se encuentra para acceso de los visitantes los paquetes, experiencias y actividades especiales desarrolladas por los tour operadores Distintivo Q participantes. ✓ **Campaña RRSS:** tanto las redes promocionales de visitquito como de clubmiles se encuentran realizando posteos constantes para promocionar las diferentes actividades y experiencias a través de videos cortos e incentivar a los tarjetahabientes de Diners Club a canjear sus millas.
IMAGEN GRÁFICA	
ACCIÓN:	LEVANTAMIENTO DE OFERTAS PARA CAMPAÑAS COOPERADAS
OBJETIVO:	• Levantar oferta en tour operadores y restaurantes de Distintivo Q para Campañas con Club Miles y Pacificard.
	Se trabajó en el desarrollo de dos campañas cooperadas:

DETALLES DE CAMPAÑA	**1.** **Turismo Ecuador**: incentivo para los tarjetahabientes de Diners Club a través del programa Club Miles para tener acceso a oferta especial de paquetes turísticos a nivel nacional propuestos por los tours operadores que pertenecen a Distintivo Q. **2.** **Historias Exquisitas**: incentivo para tarjetahabientes Pacificard para a través de la oferta propuesta por restaurantes que pertenecen a Distintivo Q puedan acceder a promociones o valores agregados especiales en los días martes y jueves, la misma que se realizará por fases iniciando por comida tradicional ecuatoriana.
ESTRATEGIAS PROMOCIONALES	1. **Turismo Ecuador:** se realizará la promoción de la campaña a través de las páginas web de Club Miles y promocional de destino, se enviarán boletines digitales y campaña por redes sociales. **2.** **Historias Exquisitas:** se realizará la promoción de la campaña a través de la página promocional de destino, envío de mailing, campaña en redes sociales (orgánico y pautado).
PROPUESTA DE IMAGEN GRÁFICA	
RESULTADOS	1. **Turismo Ecuador:** 6 tour operadores participantes. 2. **Historias Exquisitas:** 9 establecimientos participantes.

ESTRATEGIA 6. EVENTOS Y ACTIVACIONES DE PROMOCIÓN DE DESTINO BTL	
ACCIÓN:	"PROYECTO CORREDOR TURÍSTICO CAMINO DE LOS ANDES" - WORKSHOP Y MESA DE TRABAJO
OBJETIVO:	Presentar al trade turístico de Quito, Latacunga, Ambato, Riobamba y Cuenca el proyecto Camino de los Andes para articular acciones cooperadas conjuntas que estimulen el empaquetamiento de producto.

DETALLES DE LA ACTIVIDAD	**<u>Workshop:</u>** Fecha: Jueves 27 agosto Hora: 11h00 Plataforma: Zoom Formato: 1. Presentación de estrategia y objetivos del Corredor Turístico Camino de los Andes 2. Presentación de las 5 ciudades y sus highlights (10 minutos para cada ciudad) 3. Presentación de la cuponera de ofertas 4. Presentación del catálogo de productos y servicios del Camino de los Andes 5. Incentivo a que el trade se una a la estrategia de promoción y difusión del Camino de los Andes. 6. Entrega de una base de datos. **<u>Mesa de Trabajo:</u>** Fecha: Martes 20 de octubre Hora: 15h00 Plataforma: Microsoft Teams Formato: 1. Introducción del Camino de los Andes con resultados iniciales. 2. Presentación por ciudad de paquetes comercializados por los tours operadores involucrados en el proyecto. 3. Entrega de la matriz de comercialización de paquetes turísticos
RESULTADOS	**<u>Workshop:</u>** 159 establecimientos turísticos privados de las ciudades andinas participantes. **<u>Mesa de Trabajo:</u>** 11 tour operadores de las ciudades andinas participantes.

PROYECTO 1.
LEVANTAMIENTO DE PERFIL DE MERCADO

ACCIÓN:	PERFIL DEL TURISTA NACIONAL
ANTECEDENTES:	Como parte de la estrategia de promoción del destino Quito a nivel nacional, el Municipio capitalino, a través de Quito Turismo y la Universidad Central del Ecuador, desarrolló un estudio sobre el comportamiento de los residentes en Ecuador que vienen a Quito, que permitirá fortalecer la estrategia de activación del mercado local e interno que de acuerdo a las previsiones de la Organización Mundial de Turismo, OMT, post covid-19, se convierten en prioritarios para la reactivación de los destinos turísticos
DETALLES DEL PROYECTO:	✓ Diseño de Perfil del Turista internacional para socialización con industria Turística Nacional
ESTRATEGIAS:	Socialización con Industria Turística a través de boletines de prensa.
ACCIÓN:	PERFIL DE NUEVAS TENDENCIAS DE MERCADO
OBJETIVO:	Entregar al área de desarrollo e industria turística un detalle de características de las nuevas tendencias con el fin de innovar el producto turístico de la ciudad de Quito.
ANTECEDENTES:	- En base a la estrategia propuesta en torno a la diversificación de mercado y producto para reactivación turística de Quito, este insumo solicita evaluar la factibilidad del levantamiento o articulación de producto del Distrito Metropolitano de Quito en función de las características e intereses de estas nuevas tendencias de mercados globales que se considera una oportunidad para el desarrollo de una oferta específica e innovadora de la ciudad.
DETALLES DEL PROYECTO	Levantamiento de características de Nuevas Tendencias de Mercado - Familias, Pet friendly, Lujo, Tanatoturismo, Running turismo - Ciclo turismo, Bienestar, LGBTQ+, Romance, Científico - Grupos estudiantiles, Foodie, Sostenible , Aventura
ESTRATEGIAS	• Coordinar para que en la sección B2B estén todos los perfiles de nichos de mercado que se han levantado como insumo para la industria. • Una segunda fase de la web para la presentación del producto Quito articulada a nichos y tendencias, es decir un Quito para familias, un Quito para pet friendly, un Quito para lujo, un Quito para aventureros, Un Quito para ecoturistas, Un Quito para parejas, etc. • Se entregará como insumo a la industria local e internacional el levantamiento de la nueva oferta turística del DMQ (nuevos perfiles de nichos de mercado + portafolio de producto articulado a intereses) • Se incentivará a la industria levantar paquetes turísticos enfocados en nichos de mercado los mismos que serán articulados a la web y promocionados a través de las redes sociales

3. PROMOCIÓN DIGITAL

ESTRATEGIA 1. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL – HITOS DE CIUDAD			
ACCIÓN:	CARNAVALFF 2020		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional y local.		
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Producción de artes y videos de Carnavalff en conjunto con SECOM ✓ Publicación de artes y videos durante 2 semanas ✓ Pauta promocional de artes y videos en FB ✓ Posteos diarios de artes y videos de Campaña promocionando distintos tópicos relativos al evento de Carnavalff 2020 ✓ Publicación de Contenido Diario ✓ Respuesta constante a consultas y comentarios de seguidores. ✓ Cobertura en vivo del Evento en IG stories y FB stories		
RESULTADOS Y ALCANCE:	*Facebook:* Alcance: 701.791 Interacción: 19.547	*Instagram:* Alcance: 11.151 Interacción: 613 Stories: 176.627	*Twitter:* Alcance: 17.734 Interacción: 569
	Engagement: 2,8%		
INVERSIÓN :	**$275,00 dólares en pauta a nivel nacional de posteos promocionales.**		
ACCIÓN:	UNA SEMANA SANTA DISTINTA		
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Nacional y Local Mercado: Internacional Mercados Prioritarios (Usa, Canadá, México, Colombia, Brasil, Perú)		

SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional, cuyos intereses son viajes, Semana Santa, Ecuador, Quito, turismo.	
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Acciones en Redes Sociales (Twitter / Instagram) **FASE 1:** **Duración:** 5 al 12abril/2020 ✓ Producción de Video Una Semana Santa Distinta ✓ Publicación del video en FB, IG y TW. ✓ 5 Posteos diarios de artes de campaña Una Semana Santa Distinta. ✓ Producción de cápsulas de videos: Arrastre de Caudas, Procesión de la Luz, Procesión del Viernes Santo y Bendición del fuego. - Respuesta constante a consultas y comentarios de seguidores. ✓ Promoción sobre la oferta a domicilio de fanescas de los diferentes restaurantes de Quito. ✓ Posteo Clase Virtual de Receta de la Fanesca Quiteña a carga de Juan Sebastián Pérez del Restaurante Quitu. ✓ Hashtags: #TuHistoriaComienzaEnCasa #UnaSemanaSantaDistinta	
RESULTADOS Y ALCANCES	*Twitter:* Visitas al Perfil: 271 Nuevos Seguidores: 8 Cantidad de posteos realizados: 23 Alcance total: 10,651 Interacción total: 1,456 Alcance promedio por post: 463 Interacción promedio por post: 63	*Instagram:* Visitas al perfil: 54 Nuevos seguidores: 87 Cantidad de posteos realizados en el perfil: 5 Cantidad Posteos realizados en IGTV (Instagram TV): 2 Cantidad de Stories realizados: 36 Estadísticas: *POSTS (5)* Alcance total: 19.823 Interacción total: 819 **Alcance promedio por post: 3.964** **Interacción promedio por post: 163** *IGTV (2)* **Alcance: 4.076** **Interacción total: 496** *STORIES (36)* Alcance: 53,830 **Alcance promedio por story: 1.495**
	Engagement: *8,7%*	
ACCIÓN:	TU VERANO COMIENZA EN QUITO CAMINO DE LOS ANDES	
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Nacional y Local	
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS	

DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Acciones en Redes Sociales (FB, TW, IG) **FASE 1: TU VERANO COMIENZA EN QUITO** **Duración:** 15 de julio al 13 de agosto ✓ Creación de piezas gráficas para promoción general y plantillas para adecuación de los distintos GAD´s. ✓ Realización de cronopost unificado ✓ Publicaciones de fotografías limpias de campaña de expectativa #LosAndesMarcanTuCamino con call to action a la página web promocional ✓ Publicaciones de mosaicos, gifs y artes de campaña oficial post lanzamiento del Camino de los Andes ✓ 1 posteo diario de expectativa (15 de julio al 13 de agosto) ✓ Monitoreo y respuesta constante a consultas y comentarios de seguidores. ▪ Hashtags: #LosAndesMarcanTuCamino #TuVeranoComienzaEnQuito **FASE 2: TU VERANO COMIENZA EN QUITO y CAMINO DE LOS ANDES** **Duración:** 13 de agosto al 19 de septiembre ✓ Video de lanzamiento de Camino de los Andes pautado en RRSS (FB e IG) con segmentación en mercado objetivo y duración de 1 semana. ✓ Difusión de Rueda de prensa de lanzamiento de Camino de los Andes en FB ✓ Semana de lanzamiento: se posteó mosaicos generales, GIF general y artes generales de invitación a conocer el Camino. ✓ 2 posteos diarios (un día por ciudad) de acuerdo a cronopost unificado y estrategia de marketing cruzado. Los posteos consisten en: mosaico de actividades (4 artes) y arte de oferta o Hashtags: #TuVeranoComienzaEnQuito #CaminoDeLosAndes ✓ Monitoreo y respuesta constante a consultas y comentarios de seguidores ✓ Posteos de QUITO únicamente con pauta segmentada a mercado objetivo, con duración de 1 semana por posteo

RESULTADOS Y ALCANCES JULIO TU VERANO + EXPECTATIVA:	***Facebook:*** ***Posts:13*** Alcance: 9,366 Interacción: 602 Engagement: 6,4%	***Twitter:*** ***Posts:10*** Alcance:6,986 Interacción: 296 Engagement: 4,2%	***Instagram:*** ***Posts:5*** Alcance: 29,321 Interacción: 1,145 Engagement: 4%

RESULTADOS Y ALCANCES AGOSTO TU VERANO COMIENZA EN QUITO:	***Facebook:*** ***Posts: 13*** Alcance: 10,194 Interacción: 567 Engagement: 5.5%	***Twitter:*** ***Posts:11*** Alcance: 5,747 Interacción: 276 Engagement: 4.8%	
RESULTADOS Y ALCANCES AGOSTO CAMINO DE LOS ANDES:	***Facebook:*** ***Posts:20*** Alcance: 14,836 Interacción: 699 Engagement: 4,7%	***Twitter:*** ***Posts:20*** Alcance: 15,933 Interacción: 675 Engagement: 4.2%	***Instagram:*** ***Posts: 8*** Alcance: 49,762 Interacción: 2,278 Engagement: 4.5%
	PAUTA VIDEOS PROMOCIONALES: ***Alcance: 259,552*** ***Interacción: 20,488*** ***Engagement: 7.89%***		
	PAUTA MOSAICOS QUITO (1): ***Alcance: 54,203*** ***Interacción: 3,434*** ***Engagement: 6.3%***		
RESULTADOS Y ALCANCES SEPTIEMBRE CAMINO DE LOS ANDES:	***Facebook:*** ***Posts:12*** Alcance: 9,670 Interacción: 652 Engagement: 6,7%	***Twitter:*** ***Posts:12*** Alcance: 7,260 Interacción: 363 Engagement: 5%	***Instagram:*** ***Stories: 18*** Alcance: 11,250
	PAUTA MOSAICOS QUITO (3): ***Alcance: 122,600*** ***Interacción: 8,009*** ***Engagement: 6,5%***		
IINVERSIÓN:	***$ 700 ($500 videos + $200/4 post)***		

ACCIÓN:	FERIADO 9 DE OCTUBRE		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 65 años, a nivel nacional y local, preferencias de viajes, turismo, Quito, feriado.		
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Producción de artes de campaña ✓ Pauta promocional de artes Recorridos en FB ✓ Posteos diarios de artes de Campaña promocionando álbumes de Experiencias y landing de Inscripciones a recorridos ✓ Respuesta constante a consultas y comentarios de seguidores.		
RESULTADOS Y ALCANCE:	*Facebook:* Alcance stories(30): 1,345 Alcance posts (10) orgánico+pauta: 42,965 Interacción: 1,600 Engagement: 3,7%	*Twitter:* Alcance (10): 3,105 Interacción: 391 Engagement: 12,5%	*Instagram* Alcance Stories (30): 7,744 Interacción stories: 717 Engagement: 9,25%
INVERSIÓN :	**$50,00 dólares en pauta a nivel nacional de posteos promocionales.**		
ACCIÓN:	FINADOS QUITEÑOS 2020 – ESCAPADAS QUITEÑAS		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional y local, preferencias de viajes, turismo, Quito, finados.		
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Producción de artes de campaña ✓ Producción de videos para promoción recorridos y campaña ✓ Pauta promocional de artes y videos en FB ✓ Posteos diarios de artes y videos de Campaña promocionando landing con Escapadas Quiteñas, Agenda, Actividades, etc. ✓ Respuesta constante a consultas y comentarios de seguidores. ✓ FB LIVE Leyendas Nocturnas y monitoreo ✓ Cobertura de ruta arqueológica para Stories RRSS		
RESULTADOS Y ALCANCE NOVIEMBRE (FINADOS):	*Facebook:* Alcance stories(33): 2,874 Alcance posts (18) orgánico+pauta: 193,230 Interacción: 25,282 Engagement: 12,8%	*Twitter:* Alcance (13): 4,425 Interacción: 448 Engagement: 11%	*Instagram:* Alcance Stories (33): 25,630 Alcance posts (7): 48,939 Interacción: 2,057 Engagement: 4,2%

RESULTADOS Y ALCANCE NOVIEMBRE (ESCAPADAS):	*Información pendiente (Hackeo de cuenta de FB Visit Quito)*	*Twitter:* Alcance (12): 8,282 Interacción: 375 Engagement: 4,5%	*Instagram:* Alcance posts (4): 32,625 Interacción: 1,995 Engagement: 6,1%
INVERSIÓN :	**$290,00 dólares en pauta a nivel nacional de posteos promocionales.**		
ACCIÓN:	FIESTAS DE QUITO – ESCAPADAS QUITEÑAS		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional y local, preferencias de viajes, turismo, Quito, fiestas de Quito.		
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Producción de artes de campaña ✓ Producción de video para promoción recorrido ✓ Pauta promocional de artes y video en FB ✓ Posteos diarios de artes y videos de Campaña promocionando landing con Escapadas Quiteñas, Actividades, etc. ✓ IG LIVE Historias de la Fundación de Quito		
RESULTADOS Y ALCANCE CAMPAÑA:	*Facebook:* Alcance posts (9) orgánico+pauta: 215,909 Interacción: 27,548 Engagement: 12,7%	*Instagram:* Alcance posts (7): 11,874 Alcance Stories(7): 5,586 Interacción: 2,114 Engagement: 12,2%	*Twitter:* Alcance posts (8): 3,168 Interacción: 177 Engagement: 5,5%
RESULTADOS Y ALCANCE EVENTO LIVE:	*Instagram Live Historias de la Fundación:* Alcance: 144 Interacción: 280 Engagement: 194%		
INVERSIÓN :	**$600,00 dólares en pauta a nivel nacional de posteos promocionales.**		
ACCIÓN:	FESTIVIDADES – ESCAPADAS QUITEÑAS		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local		
SEGMENTO DE MERCADO	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional y local, preferencias de viajes, turismo, Quito, navidad.		

DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Producción de artes de campaña ✓ Producción de video para promoción recorridos ✓ Pauta promocional de artes y video en FB ✓ Posteos diarios de artes y videos de Campaña promocionando landing con Escapadas Quiteñas y Programación de Novena Quiteña, etc. ✓ Estrenos en FB de la novena diaria		
RESULTADOS Y ALCANCE FESTIVIDADES, RECORRIDOS Y ESCAPADAS	*Facebook:* Alcance posts (9) orgánico+pauta: 43,265 Interacción: 7,188 Engagement: 16.6%	*Twitter:* Alcance (9): 8,427 Interacción: 473 Engagement: 5.6%	*Instagram:* Alcance posts (9): 70,388 Interacción: 3,801 Engagement: 4.2%
	LA NOVENA QUITEÑA		
RESULTADOS Y ALCANCES	*Facebook:* Alcance posts (20) orgánico+pauta: 59,298 Interacción: 5,744 Engagement: 9,6%	*Twitter:* Alcance (8): 10,244 Interacción: 468 Engagement: 4,5%	

RESULTADOS Y ALCANDE DE TRANSMISIÓN

RESULTADOS	INTERACCIÓN	ALCANCE	ENGAGEMENT
DIA 1	503	2.715	19%
DIA 2	238	2.218	11%
DIA 3	249	2.369	11%
DIA 4	228	1.695	13%
DIA 5	124	1.666	7%
DIA 6	244	2.341	10%
DIA 7	135	766	18%
DIA 8	188	721	26%
DIA 9	90	1.961	5%
TOTAL GENERAL	**1.999**	**16.452**	**12%**

INVERSIÓN : **$550,00 dólares en pauta a nivel nacional de posteos promocionales.**

ESTRATEGIA 2. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL DE DESTINO	
ACCIÓN:	TU HISTORIA COMIENZA EN CASA
MERCADO OBJETIVO:	Mercado: Nacional y Local Mercado: Internacional Mercados Prioritarios (Usa, Canadá, México, Colombia, Brasil, Perú)
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional, cuyos intereses son viajes, coronavirus, Ecuador, Quito, turismo.
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	Acciones en Redes Sociales (Facebook / Twitter / Instagram) **FASE 1:** **Duración:** 16 al 22 marzo/2020 - Producción de Video Tu Historia Comienza en Casa - Publicación del video en IG y TW. - Pauta promocional de video Tu Historia Comienza en Casa en FB (mercado local) - Posteos diarios de artes de campaña Tu Historia Comienza en Casa. - Publicación de Contenido Diario: 2 Posteos TW / 2 FB / 1 IG - Respuesta constante a consultas y comentarios de seguidores.
	FASE 2: **Duración:** 23 marzo al 4 abril /2020

	- Turismo Virtual en Quito - Publicación en Redes Sociales de los lugares y atracciones turísticas de Quito con links a visitas virtuales que se vayan recopilando o encontrando en internet - Pauta promocional de video Tu Historia Comienza en Casa en FB y publicación del video en IG y TW (mercado local) - Posteos diarios de artes de campaña Tu Historia Comienza en Casa. - Posteo en redes de nuevas iniciativas motivadas por actores de la industria turística de actividades de ciudad que se pueden hacer desde la casa.
	FASE 3: **Duración:** 13 al 22 abril /2020 - Turismo Virtual en Quito - Pauta promocional de video Tu Historia Comienza en Casa en FB y publicación del video en IG y TW (mercados internacionales) - Posteos de clases virtuales de cocina a través de alianza de trabajo con restaurantes y asociaciones. - Posteos de testimoniales de lugares, atracciones y productos del DMQ con el mensaje "Tu Historia Comienza en Casa" - Posteo de promociones e iniciativas desarrolladas por la industria turística local. - Articulación de campaña Tu Historia Comienza en Casa a campaña de iniciativa privada de Ecuador #Quédate en CasaYViajaMañana.
	FASE 4: **Duración:** 22 al 30 abril /2020 - Turismo Virtual en Quito a través de material realizada por viajes de prensa, blogueros y youtubers que visitaron la ciudad en años anteriores. - Pauta promocional de video Tu Historia Comienza en Casa en FB y publicación del video en IG y TW (mercados internacionales) - Posteos de clases virtuales de cocina a través de alianza de trabajo con restaurantes y asociaciones. - Posteos de testimoniales de lugares, atracciones y productos del DMQ con el mensaje "Tu Historia Comienza en Casa" - Articulación de campaña Tu Historia Comienza en Casa a campaña de iniciativa privada de Ecuador #Quédate en CasaYViajaMañana. **FASE 5:** **Duración:** 1 al 30 de mayo - Turismo Virtual en Quito a través de material realizada por viajes de prensa, blogueros y youtubers que visitaron la ciudad en años anteriores. - Posteos de clases virtuales de cocina a través de alianza de trabajo con restaurantes y asociaciones. - Eventos culturales posteados y compartidos de distintos Museos, Colectivos, etc. En base a agenda de eventos levantada por Desarrollo - Promociones Distintivo Q enviadas semanalmente por Calidad y posteadas en Álbum FB.

	Hashtags: #UnaPausa #QuedateEnCasa #StayAtHome #TuHistoriaComienzaEnCasa #TuHistoriaComienzaEnQuito #UnaPausa #TravelTomorrow #DistintivoQ #TePrometoEcuador #Quito		
RESULTADOS Y ALCANCES MARZO:	***Facebook:*** Alcance orgánico : 12.408 Alcance pauta: 112.366 Interacción: 51.788	***Instagram:*** Alcance: 32.535 Interacción: 1.061	***Twitter:*** Alcance: 11.060 Interacción: 467
RESULTADOS Y ALCANCES ABRIL: ***(entregamos TW @VisitaQuito a MICE)***	***Facebook:*** * Perdimos fan page FB, creamos nueva, fusionamos seguidores, perdimos resultados	***Instagram:*** Alcance: 24.106 Interacción: 856 DQ Delivery: Alcance Stories: 24.324 Artes: Alcance: 10.066 Interacción: 392 Actividades y Gastronomía Alcance: 13.950 Interacción: 462	***Twitter:*** Alcance: 21.019 Interacción: 1.272 Testimoniales: Alcance: 11.371 Interacción: 817 DQ Delivery: Alcance: 2.759 Interacción: 185 Artes: Alcance: 3.888 Interacción: 165 Actividades y Gastronomía Alcance: 3.001 Interacción: 105
RESULTADOS Y ALCANCES MAYO:	***Facebook:*** Alcance orgánico : 20.056 Interacción: 11.770	***Instagram:*** Alcance: 7.889 Interacción: 368	***Twitter:*** Alcance: 18.689 Interacción: 246
RESULTADOS GENERALES:	***Engagement:*** *29%*		
ALCANCES y RESULTADO DE PAUTAS:	**Pauta Nacional del Video TU HISTORIA COMIENZA EN CASA** Alcance de publicación: 29.400 personas alcanzadas Reproducciones: 14.270 Nuevos Seguidores a Página: 23 y 21 Nuevos Me Gustan Mercados Impactados: Guayas 10.821 personas Pichincha 6.989 personas Manabí: 4.034 personas Azuay: 3.124 personas Santo Domingo de los Tsáchilas: 1.361 personas Otros: 3.071personas		

Pauta Internacional del Video YOUR STORY BEGINS AT HOME

Alcance de publicación: 951,027 personas alcanzadas
Reproducciones: 331,934
Mercados SEGMENTADOS:

PAIS	ALCANCE	REPRODUCCIONES		COSTO
COLOMBIA + PERÚ	134,496	116,654	$	111.04
ALEMANIA	23,112	8,159	$	96.20
MEXICO	362,048	103,969	$	123.85
BRASIL	20,224	14,240	$	91.29
ESPAÑA	64,192	4,495	$	34.21
REINO UNIDO	72,688	6,847	$	101.95
US & CANADA	254,367	71,171	$	137.10
FRANCIA	19,900	6,399	$	73.33
HOLANDA	-	-	$	-
TOTAL	951,027	331,934	$	768.97

ESTRATEGIA 2. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL DEL DESTINO	
ACCIÓN:	QUITO SE ESTÁ RECARGANDO
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS
DETALLE DE ACCIÓNES	**FASE 1:** **Duración:** 1 al 30 de junio - Publicaciones en FB, TW e IG de artes, GIFS, clips, video, normas de seguridad, y protocolos de establecimientos - Posteos de Quito se está recargando y normas de bioseguridad para promover turismo interno local - Posteos y compartir artes y videos del Aeropuerto Internacional de Quito

	- Eventos culturales posteados y compartidos de distintos Museos, Colectivos, etc., en base a agenda de eventos levantada por Desarrollo. - Articulación de campaña Tu Historia Comienza En Quito con campañas *Te prometo Ecuador* y *Ecuador Awaits You* Hashtags: #TuHistoriaComienzaEnQuito #QuitoSeEstáRecargando **FASE 2:** **Duración:** 01 al 15 de Julio - Publicaciones en FB, TW e IG de artes relativos a bioseguridad y viaja seguro, artículos de la ciudad, fotografías. Hashtags: #TuHistoriaComienzaEnQuito #QuitoSeEstáRecargando		
RESULTADOS Y ALCANCES FASE 1:	***Facebook:*** Alcance: 14.202 Interacción: 3.321 Posts: 25 Engagement: 23%	***Twitter:*** Alcance: 4.023 Interacción: 201 Posts: 25 Engagement: 5%	***Instagram:*** Alcance Stories: 23.872 Stories: 15
RESULTADOS Y ALCANCES FASE 2:	***Facebook:*** Alcance: 13,259 Interacción: 851 Posts: 14 Engagement: 6,4%	***Twitter:*** Alcance: 12,238 Interacción: 395 Posts: 14 Engagement: 3,2%	***Instagram:*** Alcance: 22,429 Interacción: 946 Posts: 4 Engagement: 4,2%
INVERSIÓN :	$0,00 (sin pauta)		

EST **CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL DEL DESTINO**	
ACCIÓN:	REACTIVACIÓN TURÍSTICA NOS VEMOS EN EL CENTRO "RECORRIDO DE LAS 7 CRUCES"
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS
DETALLE DE ACCIÓNES	- Publicaciones en FB, TW e IG de promoción del recorrido, fotografías limpias de las 7 cruces, artes de inscripción y video de inscripción. - Cobertura vía Stories en IG y FB de los recorridos. Hashtags: #TuHistoriaComienzaEnQuito #NosVemosEnElCentro

RESULTADOS Y ALCANCES SEPTIEMBRE:	***Facebook:*** Alcance: 8,104 Interacción: 572 Posts: 7 Engagement: 7,5%	***Twitter:*** Alcance: 4,636 Interacción: 517 Posts: 7 Engagement: 11%	***Instagram:*** ***Stories: 115*** Alcance: 116,580
	PAUTA VIDEO INSCRIPCIÓN ***Alcance: 4,100*** ***Interacción: 284*** ***Engagement: 6,9***		
INVERSIÓN :	$50		

ESTRATEGIA 2. **CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL DEL DESTINO**		
ACCIÓN:	REACTIVACIÓN TURÍSTICA LA MARISCAL AL AIRE LIBRE	
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local	
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS	
DETALLE DE ACCIÓNES	- Promoción de las terrazas de la Mariscal al aire libre Hashtags: *#MariscalAlAireLibre*	
RESULTADOS Y ALCANCES SEPTIEMBRE:	***Facebook:*** Alcance: 9,016 Interacción: 921 Posts: 6 Engagement: 10%	***Twitter:*** Alcance: 4,636 Interacción: 517 Posts: 6 Engagement: 11%
INVERSIÓN :	$0	

ESTRATEGIA 2. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL DEL DESTINO			
ACCIÓN:	TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local Internacional		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS		
DETALLE DE ACCIÓNES	- Publicaciones y compartidos de publicaciones y campañas en RRSS generales. - Promoción de la ciudad y actividades que no pertenecen a una campaña en especial si no que refuerzan sucesos, actividades y atractivos individuales de la ciudad bajo el lema promocional de "Tu Historia Comienza En Quito" - Publicaciones (agosto) de: Hotel Quito, Lonely Planet, Días relevantes (Independencia), Bird Fair, Kayak, Aeroméxico, Festival Chocó Andino - Publicaciones (septiembre): Safe travels, mes del turismo, día mundial del turismo, adventure elevate, #NosVemosEnElCentro - Publicaciones (noviembre): Alex Tienda Influencer y Quito Romance (MICE) Hashtags: #TuHistoriaComienzaEnQuito		
RESULTADOS Y ALCANCES AGOSTO:	***Facebook:*** ***Posts:13*** Alcance: 7,756 Interacción: 351 Engagement:4.5%	***Twitter:*** ***Posts:12*** Alcance: 15,025 Interacción: 397 Engagement: 2.5%	
RESULTADOS Y ALCANCES SEPTIEMBRE:	***Facebook:*** ***Posts:13*** Alcance: 9,857 Interacción: 652 Engagement: 6,6%	***Twitter:*** ***Posts:13*** Alcance: 6,707 Interacción: 493 Engagement: 7,3%	***Instagram:*** ***Posts:8*** Alcance: 56,332 Interacción: 2,798 Engagement: 4,9%
	PAUTA POST SAFE TRAVELS: ***Alcance: 31,300***		

	Interacción: 2,249 ***Engagement:7,2%*** ***PAUTA VIDEO DIA DEL TURISMO:*** ***Alcance: 152,400*** ***Interacción: 10,000*** ***Engagement:6,6%***	
RESULTADOS Y ALCANCES NOVIEMBRE (VIAJE INFLUENCER ALEX TIENDA):	***Facebook:*** ***Información pendiente (hackeo cuenta Visit Quito)***	***Instagram:*** ***Stories:*** Alcance: 20,530 Interacción: 1,832 Engagement: 8,9%
INVERSIÓN :	$250	

ESTRATEGIA 2. **CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL DEL DESTINO**			
ACCIÓN:	VIVE CIUDAD LATINA		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Internacional		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS y pauta segmentada por GMS		
DETALLE DE ACCIÓNES	- Publicación en FB, TW e IGTV de video de campaña conjunta con todos los destinos participantes, pautado en FB e IG - Saludos a las ciudades (una ciudad cada miércoles) vía IG Stories con material levantado por las ciudades (4 capsulas por ciudad) - Pauta de Cápsulas de Quito (4) a nivel Internacional (Norte América y América Latina)		
RESULTADOS Y ALCANCES FASE 1:	***Facebook: video*** Alcance: 19,245 Interacción: 2,348	***Twitter: video*** Alcance: 1,303 Interacción: 81	***Instagram: video y stories (12)*** Alcance: 6,727

	Engagement: 12,2%	Engagement: 6,2%	Interacción: 646 Engagement: 9,6%
PAUTA INTERNACIONAL	***Facebook e Instagram: Cápsulas Quito (4)*** Alcance: 2'466,243 Interacción: 196,654 Engagement: 7,9%		
INVERSIÓN :	$1,565		

ESTRATEGIA 3. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL NUEVO SITIO WEB			
ACCIÓN:	LANZAMIENTO VISITQUITO.EC		
MERCADO OBJETIVO:	Local, nacional e internacional		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios en campaña Segmentación de video pautado: usuarios de FB e IG de entre 18 y 65 años, con intereses en viajes, naturaleza, aventura, turismo, Quito, viajero frecuente, gastronomía, foodies, montañismo		
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Publicaciones diarias en TW y FB de artes gráficos con call to action de visitar la página web. ✓ Stories en IG de artes gráficos y video de lanzamiento con call to action de visitar la página web. ✓ Pauta en video de lanzamiento con botón de acceso directo a la página web.		
RESULTADOS ORGÁNICOS:	***Facebook:*** ***Posts:11*** Alcance: 9,074 Interacción: 509 Engagement: 5,6%	***Twitter:*** ***Posts:11*** Alcance: 8,431 Interacción: 347 Engagement: 4%	***Instagram:*** ***Stories:11*** Alcance Stories: 25,834
RESULTADOS PAUTA VIDEO:	• ***ECUADOR:*** Alcance: 239,625 Visitas a la web logradas: 3,245	• ***COLOMBIA:*** Alcance: 61,472 Visitas a la web logradas: 1,636	

INVERSIÓN :	$500	

ESTRATEGIA 4. CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL DE FERIAS Y EVENTOS VIRTUALES		
ACCIÓN:	COBERTURA FITUR Y VANKANTIBEURS 2020	
MERCADO OBJETIVO:	Internacional	
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional y local.	
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Publicación de sucesos de Fitur y Vankantiberus 2020 documentados fotográficamente bajo cronograma.	
RESULTADOS:	***Facebook:*** Alcance: 246 Interacción: 13	***Twitter:*** Alcance: 3.347 Interacción: 81
INVERSIÓN :	$0,00 (sin pauta)	
ACCIÓN:	QUITO GASTRONÓMICA	
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local Internacional	
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: sin segmentación, destinado a emprendedores de gastronomía, restaurantes, establecimientos alimenticios, gremio turístico y público en general.	
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Publicaciones diarias en FB, TW e IG de artes de cronogramas, personalidades del conversatorio individuales y collage, videos de invitación ✓ Conversatorio live en FB.	

RESULTADOS Y ALCANCES:	***Facebook:*** Alcance: 62.969 Interacción: 4.704 Posts: 36 ***Facebook Live Conversatorio:*** Alcance: 49.566 Reproducciones: 20.400 Interacciones:11.366	***Twitter:*** Alcance: 21.800 Interacción: 418 Posts: 4	***Instagram:*** Alcance Stories: 45.097 Stories: 79
	Engagement: 27,4%		
INVERSIÓN :	$0,00 (sin pauta)		
ACCIÓN:	FORO VIRTUAL DE GESTIÓN DE DESTINOS		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local Internacional		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: sin segmentación, destinado a emprendedores de turísticos y público en general.		
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Publicaciones diarias en FB, TW e IG de artes de cronogramas, personalidades del conversatorio individuales y collage. ✓ Conversatorio live en FB.		
RESULTADOS Y ALCANCES:	***Facebook:*** Alcance: 23,170 Interacción: 1,504 Posts: 11 ***Facebook Live Conversatorio:*** Alcance: 7,489 Reproducciones: 3,500 Interacciones: 2,274	***Twitter:*** Alcance: 5,111 Interacción: 449 Posts: 12	***Instagram:*** Alcance Stories: 6,675 Interacción: 1,412 Stories: 11
	Engagement: 21,5%		
INVERSIÓN :	$0,00 (sin pauta)		

ESTRATEGIA 5. INDICADORES MENSUALES DE RRSS			
ACCIÓN:	INDICADORES MENSUALES REDES SOCIALES TW: @VisitQuito FB: @VisitQuito IG: @Visit_Quito		
MERCADO OBJETIVO:	Nacional Local Internacional		
SEGMENTO DE MERCADO:	Seguidores en cuentas promocionales RRSS Segmentación de usuarios: hombres y mujeres de 18 a 45 años, a nivel nacional y local.		
DETALLE DE ACCIÓNES	✓ Publicaciones, posteos, compartidos y manejo de redes sociales general con métrica mes a mes. ✓ Engagement de la comunidad debe ser 2% con contenido orgánico.		
RESULTADOS Y ALCANCES MARZO	***Facebook:*** Alcance orgánico : 12.408 Alcance pauta: 112.366 Interacción: 51.788 Seguidores: 6.068	***Instagram:*** Alcance: 32.535 Interacción: 1.061 Seguidores: 46.145	***Twitter:*** Alcance: 11.060 Interacción: 467 Seguidores. 122.000
RESULTADOS Y ALCANCES ABRIL *(entregamos TW @VisitaQuito a MICE)*	***Facebook:*** * Perdimos fan page FB, creamos nueva, fusionamos seguidores, perdimos resultados	***Instagram:*** Alcance: 67.291 Interacción: 1.786 Seguidores: 46.000	***Twitter:*** Alcance: 45.200 Interacción: 1.357 Seguidores: 6.788
RESULTADOS Y ALCANCES MAYO	***Facebook:*** ***Posts: 129*** Alcance: 168.164 Interacción: 31.702	***Instagram:*** ***Posts: 1 (stories 49)*** Alcance: 119.272 Interacción: 8.047	***Twitter:*** ***Posts: 87*** Alcance: 45.600 Interacción: 1.113

	Engagement comunidad: 2,8% Seguidores: 8.578	Engagement Comunidad: 0,3% Seguidores: 46.125	Engagement comunidad: 0,1% Seguidores. 6.780
RESULTADOS Y ALCANCES JUNIO	***Facebook:*** ***Posts:98*** Alcance: 25.065 Interacción: 6.319 Engagement comunidad: 0,7% Seguidores: 8.808	***Instagram:*** ***Posts:4 (stories 29)*** Alcance: 48.505 Interacción: 1.203 Engagement comunidad: 0,6% Seguidores: 46.136	***Twitter:*** ***Posts: 79*** Alcance: 48.126 Interacción: 1.089 Engagement comunidad: 0,2% Seguidores. 6.707
RESULTADOS Y ALCANCES JULIO	***Facebook:*** ***Posts: 38*** Alcance: 31,699 Interacción: 1,962 Engagement Comunidad: 0,6% Seguidores: 8,895	***Instagram:*** ***Posts: 9 (stories 11)*** Alcance: 51,750 Interacción: 2,091 Stories: 25,834 Engagement Comunidad: 0,4% Seguidores: 45.898	***Twitter:*** ***Posts: 34*** Alcance: 27,655 Interacción: 1,038 Engagement Comunidad: 0,4% Seguidores: 6,698
RESULTADOS Y ALCANCES AGOSTO	***Facebook:*** ***Posts:46*** Alcance: 32,786 Interacción: 1,617 Engagement Comunidad: 0,4% Seguidores: 9,444	***Instagram:*** ***Posts:8*** Alcance: 49,762 Interacción: 2,456 Engagement Comunidad:0,7% Seguidores: 45,833	***Twitter:*** ***Posts:43*** Alcance: 36,705 Interacción: 1,348 Engagement Comunidad:0,4% Seguidores: 6,704
RESULTADOS Y ALCANCES SEPTIEMBRE	***Facebook:*** ***Posts:42*** Alcance: 347,047 Interacción: 23,339 Engagement Comunidad: 5,7% Seguidores: 9,783	***Instagram:*** ***Posts:8*** Alcance: 56,332 Interacción: 2,798 Engagement Comunidad:0,7% Seguidores: 45,825	***Twitter:*** ***Posts:38*** Alcance: 23,126 Interacción: 1,788 Engagement Comunidad:0,7% Seguidores: 6,709
RESULTADOS Y ALCANCES OCTUBRE	***Facebook:*** ***Posts:28*** ***Stories: 63*** Alcance: 236,195 Interacción: 26,882 Engagement Comunidad: 9,2% Seguidores: 10,445	***Instagram:*** ***Posts:7*** ***Stories:63*** Alcance: 82,313 Interacción: 2,774 Engagement Comunidad:0,9 % Seguidores: 45,898	***Twitter:*** ***Posts:23*** Alcance: 7,530 Interacción: 839 Engagement Comunidad:0,5% Seguidores: 6,726
RESULTADOS Y ALCANCES NOVIEMBRE	***Facebook:*** *datos parciales (solo Finados)* ***Stories: 33*** ***Posts:18*** Alcance stories: 2,874	***Instagram:*** ***Posts:4*** ***Stories:32*** Alcance: 53,155 Interacción: 3,827	***Twitter:*** ***Posts:28*** Alcance: 14,021 Interacción: 881 Engagement Comunidad:0,5%

	Alcance posts orgánico+pauta: 193,230 Interacción: 25,282 EngagementComunidad:12,8 % Seguidores: 10,969	Engagement Comunidad:2 % Seguidores: 46,121	Seguidores: 6,724
RESULTADOS Y ALCANCES DICIEMBRE	***Facebook:*** ***Posts:39*** Alcance posts orgánico+pauta: 337,717 Interacción: 42,828 Engagement Comunidad: 79.4 % Seguidores: 1,382	***Instagram:*** ***Posts:10*** ***Stories:12*** Alcance: 88,989 Interacción: 4,691 Engagement Comunidad: 1 % Seguidores: 46,346	***Twitter:*** ***Posts:17*** Alcance: 23,142 Interacción: 1,199 Engagement Comunidad: 1% Seguidores: 6,719
ACTUALIZACIONES DE REDES SOCIALES	✓ Actualización del contenido de Instagram, limpieza de contenido. ✓ Traspaso de la cuenta de Twitter VISITA QUITO, cambiándola de nombre a MEET IN QUITO. ✓ Trámite de recuperación de fan page, creación de una nueva página provisional, fusión de la anterior y la nueva. ✓ Actualización de contenidos fan page. ✓ Recuperación de la cuenta promocional de Youtube, se reordenó los contenidos, cambió de nombre para estandarizar Visit Quito. ✓ El 27 de noviembre se perdió la cuenta de Facebook Visit Quito por lo que se tuvo que crear una nueva para las campañas de diciembre, mientas se recupera la anterior.		

ESTRATEGIA 6. SITIO WEB PROMOCIONAL WWW.VISITQUITO.EC	
AVANCES ETAPA 1:	✓ Se compró el dominio www.visitquito.ec para la nueva web y se empezó el desarrollo de la misma bajo una plantilla y con la edición respectiva de los textos. ✓ Diagramación de mapa de sitio ✓ Compra nuevo hosting de alojamiento y migración de la información de la web anterior.
AVANCES ETAPA 2:	✓ Corrección de textos para web. ✓ Trabajo de 4 propuestas de nueva línea gráfica para web en conjunto con Agencia de Publicidad. Y 1 propuesta con área de Comunicación ✓ Trabajo de asentamiento de SEO para nueva web. ✓ Re-diagramación de mapa de sitio final y nuevo mapa de navegación de usuario.
AVANCES ETAPA 3:	✓ Creación final y aprobación de la nueva línea gráfica para la web. ✓ Montaje de secciones de acuerdo a mapa de sitio. ✓ Creación de nueva información y textos para la web. ✓ Compra de banco fotográfico ✓ Revisiones semanales de avances de montaje de imágenes y textos y funcionalidades
AVANCES ETAPA 4:	✓ Revisión y correcciones finales de textos e imágenes.

	✓ Montaje de ISSU para visualización tipo revista en varias secciones. ✓ Adición de secciones: Laboratorio de ideas, Inversión y Bioseguridad ✓ Montaje de insumos en PDF ✓ Traspaso de dominio ✓ Traspaso SEO web anterior
AVANCES ETAPA 5:	✓ Lanzamiento de web promocional en español e inglés ✓ Correcciones finales de textos, imágenes, PDFs, navegación, elementos gráficos ✓ Trabajo de nuevo SEO interno en programación
AVANCES ETAPA 6:	✓ Actualización de agenda ✓ Cambio de formato de agenda ✓ Creación landing page Verano + Camino de los Andes ✓ Entrega de catálogo de espacios de venta publicitaria en la página ✓ Trabajo de SEO continuo
AVANCES ETAPA 7:	✓ Finalización Trabajo SEO ✓ Creación Micrositio de Finados (para todos los Feriados) ✓ Creación Landing Page Escapadas Quiteñas ✓ Se comenzó El Quinde Web Online
AVANCES ETAPA 8:	✓ Finalización Quinde Virtual – Entrega aprobada sujeta a nuevos cambios ✓ Actualización micrositio Finados y landing Escapadas Quiteñas ✓ Cambios en B2B ✓ Actualización fichas de productos
AVANCES ETAPA 9:	✓ Actualización de Landing Page de Festividades ✓ Landing Escapadas en Inglés ✓ Reestructuración de sección Explora ✓ Cambio colores de Heather y footer ✓ Actualización de agenda
MÉTRICAS	
JULIO	*Usuarios: 6,213* *Sesiones: 7,488* *# Visitas: 14,557* *Tiempo de Navegación: 01:46*
AGOSTO	*Usuarios: 10,072* *Sesiones: 11,728* *# Visitas: 17,963* *Tiempo de Navegación: 01:09*
SEPTIEMBRE	*Usuarios: 5,066* *Sesiones: 6,581* *# Visitas: 173,271* *Tiempo de Navegación: 02:16*

OCTUBRE	*Usuarios: 11,694* *Sesiones: 14,822* *# Visitas: 32,049* *Tiempo de Navegación: 02:29*
NOVIEMBRE	*Usuarios: 7,379* *Sesiones: 9,079* *# Visitas: 15,202* *Tiempo de Navegación: 01:41*
DICIEMBRE	*Usuarios: 752* *Sesiones: 800* *# Visitas: 984* *Tiempo de navegación: 00:40*

ESTRATEGIA 7. **NUEVA APP PROMOCIONAL DE DESTINO VISIT QUITO**	
AVANCES ETAPA 1:	✓ Recopilación de información para el App ✓ Cronograma de trabajo y entregas ✓ Primeros ejemplos de Mock-up del app ✓ Entrega de mapa de sitio del app y especificaciones de cada sección
AVANCES ETAPA 2:	✓ Trabajo de color y línea gráfica para el App (verde-azul) ✓ Formato de Contenidos de App con coordenadas ✓ Revisión nuevo Mock-up actualizado del App
AVANCES ETAPA 3	✓ Contenido e información final montado en apk ✓ Fotos completas montadas en apk ✓ Correcciones de formatos de textos para mejor visualización ✓ Apk aprobado para subir a tiendas ✓ App montada en tiendas

ESTRATEGIA 8. DISEÑO Y CREACIÓN DE INSUMOS DE MATERIAL DIGITAL		
ACCIÓN:	**CREACIÓN DE BASES Y MATERIAL PROMOCIONAL DIGITAL**	
GUIONES	✓ Se realizó guiones varios para video y cápsulas realizadas en conjunto el área de Comunicación para Semana Santa "Una Semana Santa Distinta" como resultado la situación actual de crisis por pandemia COVID-19 ✓ Se realizó guion de video de Tu Historia Comienza en Casa para web y redes sociales como reacción a la situación actual de crisis por pandemia COVID-19, en conjunto con Agencia de Publicidad basado en slogan de marca Tu Historia Comienza En Quito. ✓ Se realizó el guion inspiracional para el video de reactivación de Quito con la marca Tu Historia Comienza En Quito (video pendiente de publicación) ✓ Se realizó en conjunto con la Agencia la creación de 15 cápsulas de la ciudad con nuevo material filmográfico	

	que se levantó como propiedad de Quito Turismo	
ARTES Y MATERIAL	✓ Se realizó el diseño de una cuponera de 12 experiencias para celebridades y personalidades que visitan la ciudad. ✓ Se realizó el diseño de una cuponera de 35 experiencias para socializar en la ciudad. ✓ Se realizó el diseño de un folleto para los perfiles de mercado que se van levantando en el área de Mercadeo. ✓ Se realizó cuponeras de ofertas para los establecimimentos DQ. ✓ Se realizó álbum de experiencias Camino de los Andes ✓ Se realizó álbum de experiencias de Verano ✓ Se realizó Video promocional para Web ✓ Se realizó 2 Videos Promocionales para Finados Quiteños ✓ Se realizó Agendas de eventos para Finados Quiteños ✓ Se realizó diseño de 7 álbumes de experiencias del DMQ para nueva sección Explora ✓ Se realizó 2 videos de recorridos para Fiestas de Quito y Festividades Quiteñas	y
PRESENTACIONES (PPT)	✓ Se desarrollaron PPTs para nuevas campañas: Tu aventura comienza en Quito Chocó Andino, Tu boda comienza en Quito, Quito se está recargando, Camino de los Andes, Verano 2020, Calidad Turística DQ, Marketing Promocional, Finados Quiteños, Fiestas de Quito	

4. OPERACIÓN TURÍSTICA

ESTRATEGIA 1. OPERACIÓN TURÍSTICA VIAJES DE PRENSA, FAMILIARIZACIÓN Y GRUPOS MICE	
ACCIÓN:	Viajes de prensa, familiarización, apoyos y grupos MICE.
MERCADO OBJETIVO:	Nacional e Internacional
SEGMENTO DE MERCADO:	Europa y Resto del Mundo, USA, Canadá, Latinoamérica y Nacional
DETALLE DE ACCIÓN Y/O ACTIVIDADES	- Servicio de operación turística que incluyó alojamiento, alimentación, guianza, transporte e ingresos para los press trip, fam trip, grupos MICE que visitaron el destino de enero a septiembre de 2020.
RESULTADOS:	En total en de enero a diciembre del 2020 han visitado 963 personas Quito. En el mes de diciembre visitaron la ciudad de Quito 323 personas, incluida una influencer y la ciudadanía que participó en los recorridos turísticos de reactivación.
ALCANCE:	963 personas
INVERSIÓN :	$40.000,00
R.O.I:	N/A

5. CONCLUSIONES

- El análisis de la situación actual entorno a la crisis COVID-19 determinó que durante el 2020, Quito Turismo no firme un contrato con una oficina de representación y relaciones públicas para la promoción turística de Quito en mercados objetivos de Europa, como una estrategia responsable y cautelosa de ciudad, en la inversión de presupuesto y recurso técnico en acciones promocionales de destino que se pueden diluir fácilmente por la poca recepción del mercado y el bajo retorno de inversión, ya que de acuerdo a lo que mencionan proyecciones mundiales, los países europeos son los que más lentamente reactivarán viajes de largas distancias.

- El plan de trabajo para el mercado de Norteamérica y Sudamérica ha sido continuo y se ha priorizado la ejecución de las actividades enmarcadas en el cumplimiento de los objetivos planificados dentro del Plan Operativo Anual del área de Mercadeo que busca mantener la

imagen y el posicionamiento de la ciudad de Quito como un destino turístico atractivo a nivel regional.

- El turismo local y nacional tiene un gran potencial de desarrollo y reactivación turística, por tanto Quito Turismo en conjunto con la Academia entregó a la industria turística local el Perfil del Turista Nacional, con el objetivo de dar soporte a la innovación y adaptación de productos y servicios hacia el mercado quiteño y más adelante hacia el ecuatoriano; esfuerzos orientados en realzar el valor de consumir primero lo nacional y ser solidarios con el destino para su necesaria recuperación turística.

- El confinamiento a nivel mundial potencializó el uso de las herramientas digitales debido al distanciamiento social existente y probablemente hasta hallar una cura para el COVID-19 la tendencia seguirá en crecimiento, es por esto que la Dirección de Mercadeo ha activado varias estrategias con el fin de fortalecer la presencia digital del destino Quito en mercados potenciales como: eventos de promoción y difusión turística virtuales, campañas digitales de ciudad, webinars de entrenamiento de destino, actualización de canales digitales y diseño de estrategia para optimización y posicionamiento digital del destino.

- El mensaje de bioseguridad y confianza se ha vuelto una prioridad para los destinos y productos turísticos del mundo, razón por lo que como estrategia en el "cambio de semáforo amarillo" en la ciudad de Quito se activó una campaña de promoción y se asignó una sección en el nuevo sitio web que busca potenciar la imagen recargada del destino con la aplicación de protocolos de bioseguridad.

- La Dirección de Mercadeo estableció una acción en torno a la diversificación de mercado y producto para la reactivación turística de Quito, por lo que se realizó el levantamiento de 15 características e intereses de nuevas tendencias de mercados globales que puedan ser considerados como oportunidades, con el fin de evaluar la factibilidad de desarrollar un portafolio de productos renovado como estrategia de re-posicionamiento en mercados internacionales.
- La alianza de trabajo para la gestión y promoción de la región interandina ecuatoriana a través de la creación del corredor turístico "Camino de los Andes" que está incentivando el desplazamiento terrestre de los visitantes del Ecuador, ha constituido una iniciativa innovadora que Quito Turismo ha liderado como soporte a la reactivación del sector turístico.

- En este último cuatrimestre se ha fortalecido la estrategia de promoción digital de destino que ha integrado de forma oportuna un ciclo de acciones de marketing digital que han derivado resultados importantes para la ciudad enfocadas en las interacciones y experiencias de usuarios con nuestra plataforma digital.

- Durante el 2020, se activó el Plan Emergente de Reactivación Turística de la ciudad de Quito, desarrollado por Quito Turismo, la Academia y el Sector Turístico Privado cuyo objetivo

fundamental es el establecimiento de una serie de estrategias que activen la recuperación de la actividad turística de la ciudad, para esto, es importante mencionar que el área de Mercadeo, ejecutó acciones promocionales en torno a las estrategias de: Capacitaciones focalizadas, Campañas con nuevos actores, Reestructuración de mercados prioritarios, Tecnología y nuevas tendencias y Articulación empresarial mencionadas en este plan.

6. RECOMENDACIONES

- La actividad turística en la ciudad de Quito, antes de la pandemia del COVID-19, tenía ya una afectación por las protestas sociales del mes de octubre de 2019, que generó un decrecimiento del 1,2% aproximadamente en las llegadas internacionales e ingresos por turismo de acuerdo a las estadísticas del SIIT, por tanto las cifras post pandemia son totalmente devastadoras lo que obliga al destino y a Quito Turismo a enfocar toda la atención al desarrollo de un plan de promoción de destino que articule el producto, la oferta y la industria turística en busca de una estabilidad del turismo de la ciudad.

- El soporte técnico y económico a la campaña promocional de reactivación turística planificada para la ciudad de Quito que busca promocionar el recurso y oferta turística de la zona urbana y la zona rural y su preparación en temas de bioseguridad, permitirá fortalecer el posicionamiento de la imagen de Quito como un destino seguro y confiable con la finalidad de recuperar a corto, mediano y largo plazo el ingreso de visitantes a la capital ecuatoriana.

- Continuar afianzando el trabajo y las alianzas con organismos de turismo internacionales con quienes Quito Turismo ha trabajado los últimos años como: OMT, USTOA, LATA, WTCF, Red de Turismo Creativo, entre otros que han permitido al destino difundir sus principales novedades a través de boletines de prensa dirigidos al trade y la prensa especializada, que en este momento constituye una estrategia inteligente de distribución y gestión de contenidos.

- De acuerdo a las proyecciones técnicas mundiales, la reactivación turística de los destinos estarán enfocadas en estrategias que potencien el turismo interno, el cual había ya adquirido una importancia en la ciudad de Quito desde el inicio de la actual administración, por tanto fortalecer la búsqueda de oportunidades y acciones que reactiven este turismo local con viajes de distancias cortas serán la base para la recuperación progresiva del turismo de la ciudad.

- El área de Mercadeo es el espacio clave en donde se generan las necesidades, para la innovación y fortalecimiento de la oferta turística actual y el desarrollo de nuevos productos turísticos, convirtiéndose en la conexión directa entre la demanda y la oferta turística del destino, por tanto es fundamental enfatizar la importancia y necesidad de contar con una actualización constante del portafolio de productos de Quito, los

mismos que actualmente tienen una sección específica dentro del nuevo sitio web promocional.

- Es trascendental que el destino trabaje con la industria turística local, proveedores, artesanos y todos los que de una u otra manera generan valor agregado a Quito, así como el trabajo en conjunto con destinos estratégicos dentro del Ecuador para sacar adelante de una manera sostenida y sustentable a la industria turística que ahora se encuentra en adaptación a un nuevo viajero post-covid.

- Mantener el soporte técnico y presupuestario a todas las acciones íntegramente relacionadas a la plataforma digital promocional de la ciudad como estrategia de posicionamiento de destino en este mercado digital en tendencia y crecimiento.

- Durante el 2020, se desarrolló una estrategia que buscó reordenar nuestra plataforma digital, se cierra el año con la actualización de la página web, el app oficial de ciudad y las redes sociales promocionales de ciudad articuladas a **@VisitQuito**, de acuerdo a como lo establece el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Quito al 2021 y el Plan Emergente de Reactivación Turística, que establecen claramente la estructuración de una plataforma de promoción de ciudad que sostenga y difunda la estrategia de promoción turística de destino en medios digitales.

- Es fundamental contar con el equipo técnico que desarrolle el trabajo y actualización constante de la nueva plataforma digital de la ciudad, por tanto, se recomienda evaluar la posibilidad de integrar al área técnica de Mercadeo un perfil de webmaster que precisamente gestione todo la estrategia de mantenimiento y gestión de las herramientas digitales (web y app) que se desarrollaron durante el 2020 que incluye: página web y app promocional, página web MICE, plataforma Quinde Virtual y página web institucional.

Responsable:

Firmado electrónicamente por:
MARIA BELEN PACHECO CUESTA

MARÍA BELÉN PACHECO
Directora de Mercadeo

5.4.3. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE MICE:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa MICE en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **99% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

Eficiencia. - Lo cual ha sido realizado con un **97 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL, según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: MICE

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado / % TECNICO del proyecto ANUAL	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
MICE	99%		97%	53%	100%	99%
	GESTION	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO	% PAGADO		

Elaborado: Planificación: datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT - MICE (turismo de negocios)

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
RICE/MICE - INDUSTRIA DE REUNIONES MC: CLUSTER DEL SECTOR RICE/MICE EN FUNCIONAMIENTO	GESTIÓN RICE/MICE	RICE/MICE MC: GESTIONAR EL DESARROLLO DE LOS SEGMENTOS DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES (Trimestral)	97%				
	PROMOCIÓN MICE	01 PROMOCION NACIONAL	100%	110.000,00	92.000,00	-	92.000,00
		02 PROMOCION INTERNACIONAL	100%	172.000,00	116.000,00	-	116.000,00
	CONECTIVIDAD TURISTICA	CONECTIVIDAD TURISTICA	100%				
	GASTOS COMUNES MICE MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO MICE (Especifica)	01 GASTOS COMUNES DE MICE	79,96%	118.016,00	35.868,75	-	28.680,05
		Sub Total MICE		**400.016,00**	**243.868,75**	**-**	**236.680,05**
	Administración del Talento Humano MICE	01 TALENTO HUMANO DE MICE	97,42%	136.340,49	116.675,60	-	113.661,83
		Total MICE-RICE + TH	**99,20%**	**536.356,49**	**360.544,35**	**-**	**350.341,88**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

5.4.3.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN MICE

PROYECTO	ACTIVIDAD	PRODUCTO
GESTIÓN RICE/MICE	Gestionar el desarrollo de los segmentos de la industria de reuniones (trimestral)	Gestión del segmento de la Industria de Reuniones
PROMOCIÓN MICE	Promoción a nivel internacional la Industria de Reuniones	Aumentar la promoción de la ciudad como destino sede de eventos en el mercado internacional.
CONECTIVIDAD TURISTICA	Gestión a la conectividad para la ciudad de Quito	Aumentar el número de vuelos procedentes de distintos destinos internacionales

1. GESTIÓN RICE / MICE

a. Captación de eventos internacionales

Desde el mes de enero 2020 se han mantenido reuniones mensualmente con potenciales eventos para traer a Quito en los próximos años con un total de 156 eventos hasta diciembre 2020.

Mes	Nr eventos contactados	Participantes aproximados
Enero	4	2 929
Febrero	20	29 070
Marzo	9	6 294

Abril	15	11 927
Mayo	15	9 534
Junio	15	2 647
Julio	15	27 172
Agosto	15	15 000
Septiembre	15	1 639
Octubre	15	15.369
Noviembre	15	8676
Diciembre	15	21.827
TOTAL	**168**	**152.093**

El total de participantes de los eventos futuros desde Enero a Diciembre del 2020 es de **152.093 aproximadamente** que podrían llegar a la ciudad de Quito en años futuros, con un Ingreso aproximado de **92 millones de USD.**

Los eventos a los cuales nos hemos acercado durante el año 2020

1. Congreso Latinoamericano de Nefrología e Hipertensión -SLANH-
2. XX Congreso Internacional de la Organización de Farmacéuticos Ibero-Latinoamericanos OFIL 2023
3. Congreso Latinoamericano de Cirugía Endoscópica -ALACE-
4. Congreso Panamericano de Productores de Seguros COPAPROSE"
5. Congreso Latinoamericano de Cirugía 2023
6. Congreso de la Confederación Interamericana de Educación Católica -CIEC- 2023
7. Encuentro Iberoamericano de Valoración y Gestión de Cementerios Patrimoniales",
8. Congreso Latinoamericano del Acero -ALACERO,
9. Congreso Latinoamericano de Hidráulica -IAHR - 2023,
10. Reunión de la Sociedad Latinoamericana de Inmunodeficiencias - LASID
11. -Congreso Latinoamericano de Estudiantes de Ingeniería Industrial – CLEIN
12. Congreso Latinoamericano de Estudiantes de Ciencias Biológicas
13. Annual General Assembly of the Americas' Central Securities Depositories Association -ACSDA-
14. Coloquios Latinoamericanos de Fenomenología -CLAFEN-
15. Encuentro de Residentes de la ALACIBU
16. Encuentro Americano e Iberoamericano en Motricidad Orofacial -ENCMOL -
17. Coloquio del Grupo Iberoamericano de Estudios Empresariales e Historia Económica
18. Congreso Latinoamericano de Mastozoología
19. Conference International Cooperative Alliance ICA
20. Congress of Iberoamerican Center of Strategic Urban Development CIDEU
21. Congreso de la Asociación Latinoamericana del tórax ALAT
22. Society of Developmental Biologists 0 Annual Meeting
23. Congreso Regional de la Sociedad Interamericana de Psicología
24. Gran Asamblea de la Confederación Masónica Interamericana – CMI-
25. Congreso Iberoamericano de Cirugía pediátrica
26. Congreso Latinoamericano de Hidráulica.
27. Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Facultades y es

28. Congreso Interamericano de Secretarias y Asistentes cuelas de Contaduría – ALAFEC
29. Congreso Interamericano de Secretarias y Asistentes
30. Congreso Iberoamericano del Hormigón Premezclado
31. Congreso Internacional de Ortopedia y Traumatología -SLAOT-
32. Congreso Latino-Iberoamericana de Investigación Operativa -CLAIO -
33. Latin American and Iberian Cosmetic Chemists Congress -COLAMIQC-
34. Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo ALIDE
35. Congreso Internacional de Instituciones de Crédito Educativo
36. World Congress of Neurology –WCN-
37. Annual Conference of the International Sailing Federation -ISAF-
38. International Congress of the World Confederation for Physical Therapy –WCPT-
39. Congress of the World Small Animal Veterinary Association –WSAVA-
40. Congress of the International Council of Nurses –ICN-
41. Congress of the International Fencing Federation –FIE-
42. Congress of the International Association for Film and Television Schools – CILECT-
43. Pacific Area Standards Congress –PASC-
44. General Meeting of the Pacific Economic Cooperation Council – PECC-
45. World Congress of the International Federation for the Surgery of Obesity & Metabolic Disorders –IFSO-
46. Biennial Congress of the International Water Ski
47. World Congress on Intensive and Critical Care Medicine -WFSICCM-
48. International Council for Open and Distance Education Leadership Summit
49. Colegio De Ingenieros Civiles De Pichincha,
50. Colegio De químicos, bioquímicos Y farmacéuticos
51. Colegio De Arquitectos De Pichincha,
52. Colegio De Arquitectos De Pichincha,
53. Colegio De Periodistas De Pichincha,
54. Colegio De psicología clínicos De Pichincha,
55. Colegio De Economistas De Pichincha,
56. Colegio De Ingenieros eléctricos Y electrónicos De Pichincha
57. Colegio Regional De Ingenieros geólogos, De Minas, Petróleos Y Ambiental
58. Colegio De Contadores
59. Colegio De Auditores De Pichincha
60. Fenazucar
61. Colegio Médico De Pichincha
62. Federación Nacional De Cámaras De Industrias Del Ecuador
63. Federación Nacional De cámaras De Comercio Del Ecuador
64. Asociación De comercialización exportación De Banano (Acorbanec)
65. Copa Mundial de Cerveza Arsenal Quito 2021
66. Expo Ecuador Gourmet 2021.
67. Congreso Latino-Iberoamericana de Investigación Operativa -CLAIO –
68. Asamblea General de la Organización Latinoamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores -OLACEFS-
69. Congreso Iberoamericano Sobre Cooperación Judicial
70. Congreso Latinoamericano y del Caribe de Bioética
71. Meeting of the Latin American Zebrafish Network -LAZEN-
72. Congreso de la Asociación Latinoamericana para la Formación y Enseñanza de la Psicología -ALFEPSI-

73. Encuentro de la Radio Internacional Universitaria -RIU-
74. Latin-Ibero Congress on Operational Research
75. Latin-Ibero Congress on Operational Research and Systems Research
76. Latin-Ibero Congress on Operational Research and Systems Engineering
77. Latin-Ibero Congress on Operational Research and Systems Engineering
78. Latin-Ibero Congress on Operational Research and Systems Engineering
79. Congreso latinoamericano de Auditores (CLAI)
80. Regional SportAccord Pan America
81. Copa Mundial de Rugby
82. Gran Fondo de New York
83. Vuelta ciclística 2020
84. Medigames
85. International Water Resources Association
86. Design Society
87. World Association for Buiatrics
88. World Leisure Organization
89. International Society of Dermatology
90. International Association of Women Police
91. International Society for Microbial Ecology
92. International Society of Magnetic Rosonance
93. International Conference on the Histories of Media Art Science & Technology
94. Encuentro Internacional de la Red de Educación Contínua de Latinoamérica y Europa -RECLA-
95. ALTA Airline Leaders Forum
96. Congreso de Prevencion de Riesgos Laborales en Iberoamerica -PREVENCIA –
97. World Congress of Scientific Youth
98. Latinamerican Expo-Sciences ESI-AMLAT
99. Congreso Latinoamericano y Caribeño de Comunicacion -COMLAC-
100. Congreso Técnico de la Federación Interamericana del Cemento -FICEM-
101. PMI Leadership Institute Meeting Latin America
102. Cumbre Cooperativa de las Américas
103. Mathematical Congress of the Americas -MCA -
104. Congreso Interamericano de Cambio Climático -AIDIS-
105. Interaction Latin America
106. DML WAN IFRA Digital Media Latam
107. Regional Latin American Congress of the World Federation of Societies of Biological Psychiatry
108. Convención Financiera Cooperativa Latinoamericana -COLAC-
109. IAHR World Congress International Association for Hydro-Environment Engineering
110. International Symposium on Hydraulic Machinery and Systems -IAHR-
111. International Symposium on Ice
112. Symposium of the International Association for Shell and Spatial Structures -IASS CITY Symposium-
113. Congress of the International Association of Skål Clubs -Skål World Congress -
114. Congress of the International Commission for Optics -ICO- +
115. World Gas Conference -WGC -
116. International Conference on Liquefied Natural Gas -LNG -IGU-
117. International Gas Union Research Conference -IGRC-

118. World Congress of Sociology -ISA-
119. International Congress and General Assembly on Biophysics -IUPAB-
120. Congress on the Law of the World
121. International Conference on Aerobiology -ICA-
122. World Karate Federation Congress
123. Jornadas Latinoamericanas de Derecho Tributario

Se mantuvo una reunión con Santiago Lopez de Proyecto Aventura con el propósito de dar a conocer a Quito Turismo el proyecto 2020 (con protocolos de bioseguridad dedicado) de la competencia Huaira Sinchi que se viene realizando desde hace varios años atrás. La competencia pretende cambiar de ruta comenzando por la Reserva Cayambe-Coca, Antisana, Cotopaxi y como meta el Centro Histórico de Quito.
También nos compartió un adelanto de proyecto de una competencia atlética con una participación de 3000 atletas y con eventos paralelos para el 2021.

- Durante el mes de agosto, se contactó a 15 representantes de Asociaciones Ecuatorianas con la posibilidad de captar eventos internacionales a Quito para los próximos años, el contacto se realizó a través de un comunicado y envío de encuesta para conocer la percepción de las organizaciones sobre la actual situación de la industria de reuniones y la posibilidad de realizar eventos en los próximos meses.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScH4wMiV4RarYxc15QepVKlkYAy5lbVwDA4-gr2hPUJvZevEw/viewform

Reunión con Fabián Gorostiaga de la Sociedad Ecuatoriana de Cerveceros Artesanales con el propósito de dar a conocer a Quito Turismo el proyecto de la Copa Mundial de Cerveza Artesanal Quito 2021 y la Expo Ecuador Gourmet 2021.

- El lunes 5 de octubre se mantuvo una reunión de trabajo con Florian Lasnes, quién presento la propuesta del proyecto Grall QR-Light, iniciativa que pretende a través de la instalación de sistemas de iluminación, proveer de información turística, venues, etc.

- El día 8 de octubre, se mantuvo una reunión de trabajo con los representantes de BWH Hotel Group, cadena de hoteles de la línea de Best Western International, quienes mostraron su interés y disposición para ser parte de las actividades de reactivación que está realizando Quito Turismo en el ámbito MICE. Por parte de Quito Turismo se ha confirmado que se ha incluido en las acciones de reactivación al Hotel Rincón de Puembo, establecimiento que forma parte de la cadena anteriormente mencionada.

- Reunión de trabajo con Meeting Alliance en la que se presentó a Quito Turismo una propuesta pata el programa de certificación de Desarrollo del Producto ICUBATOUR, esta reunión se realizó el día 14 de octubre.

- Con fecha 21 de octubre, se mantuvo una reunión de trabajo con la empresa Sinergia Marketing Turístico, con la finalidad de poner a disposición de Quito Turismo sus servicios de Relaciones Publicas y acercamiento a los mercados de Chile, Argentina y Uruguay en el ámbito MICE.

- Con fecha 04 de noviembre se estableció una reunión con ***Puro Tackle*** para que nos den a conocer detalles acerca de su proyecto del Mundial de Rugby que se tiene previsto a

realizarse en el 2021que ya tiene auspiciantes de renombre en el mercado comercial del País y que se tiene previsto realizarse para el mes de julio 2021.

- Con fecha 04 de noviembre se mantuvo una reunión con el organizador del evento de la Vuelta Ciclística al Ecuador el cual ataría alrededor de 270 asistentes entre los cuales el 50% eran deportistas

- Con fecha 11 de noviembre se mantuvo una reunión los organizadores del Mundial de Rugby de Quito en conjunto con los organizadores del Campeonato Panamericano de Artes Marciales (MaiTai y Kickboxing) que se pretende realizar anualmente en el País siendo la primera ciudad la Capital en el cual se prevé la concurrencia de competidores desde los 6 años de edad hasta los 55 años y que provendrían de 80 países. La competencia es 100% deportiva.

- Con fecha 25 de noviembre se mantuvo una reunión con los OPC de la Capital con el objetivo de darles a conocer las acciones realizadas por Quito Turismo en relación al producto Quito Romance, adicional se buscó conocer la situación actual del sector de los organizadores de bodas de Quito con el objetivo de encaminar un trabajo mancomunado entre la empresa pública y privada.

- Con fecha 25 de noviembre, con parte del compromiso adquirido mediante el Convenio con la Cámara de Comercio de Quito, se mantuvo una reunión para conocer más detalladamente la hoja de ruta propuesta para ejecutar acciones en conjunto en los próximos meses de vigencia del Convenio.

- El miércoles 4 de noviembre se mantuvo una reunión de trabajo con Erick León, coordinador de Imagen de la XXII Bienal Panamericana de Arquitectura de Quito, BAQ. En este evento la ciudad de Quito apoyo con material promocional de la ciudad para participantes internacionales. Este importante evento tiene por objetivo exponer proyectos arquitectónicos, urbanos, publicaciones e investigaciones de todo el continente americano https://baq-cae.ec/

AGENDA DE EVENTOS

La agenda de eventos consiste en el levantamiento de eventos que se desarrollan / desarrollarán en Quito, y los eventos de los años futuros incluyen las captaciones realizadas por el departamento MICE**.**

Año	Nr. Eventos previstos	Nr. Asistentes aproximadamente
2021	26	8162
2022	2	304
2024	2	3394
TOTAL	**30**	**11.860**

Nota: los eventos del 2020 se han trasladado al 2021. Son eventos que se han postergado

Desde el mes de agosto empezó un levantamiento de eventos que se están desarrollando en Quito, luego de las nuevas medidas de apertura y reactivación económica:

N°	Nombre del evento	Ambito	Fecha inicio	Fecha fin	Lugar
1	Certificación de Sistemas Protección contra Tormentas Eléctricas	Nacional	31-ago.	4-sep.	Virtual
2	El Museo llega a ti con mediaciones digitales		1-sep	30-sep	Museo Alberto Mena Caamaño
3	Curso virtual Optimizando la experiencia del cliente	Nacional	7-sep.	7-sep.	Virtual
4	Curso Sistemas de Información Geográfica. Nivel Avanzado	Nacional	7-sep.	11-sep.	Virtual
5	Conversatorio Virtual "Configuración de Quito a partir de la declaratoria como Patrimonio Mundial"	Nacional	8-sep	8-sep	
6	Cumanda narrada por sus vecinos	Nacional	8-sep	8-sep	Cumandá Parque Urbano
7	Historia del Arte: Las Obras Maestras del Renacimiento	Nacional	8-sep.	8-sep.	Virtual
8	Jóvenes y Quito Patrimonio Mundial	Nacional	9-sep	9-sep	
9	El talento no es suficiente’	Nacional	9-sep	9-sep	
10	Liderazgo auténtico & Inteligencia emocional	Nacional	9-sep.	9-sep.	Virtual
11	Mundo Digital: Google Drive	Nacional	10-sep	10-sep	

12	Experiencias laborales del Ingeniero Mecatrónico	Nacional	10-sep	10-sep	
13	Certificación oficial ABA funcional	Nacional	13-sep.	14-sep.	Virtual
14	Concurso "Los rostros visibles del personal de salud, en tiempos de pandemia"	Nacional	17-sep	17-sep	
15	Emprendedores exitosos en tiempos de COVID-19	Nacional	21-sep	25-sep	
16	Expo Horeca	Nacional	22-sep.	26-sep.	Virtual
17	Curso virtual Economía y Finanzas	Nacional	24-sep.	24-sep.	Virtual
18	Copa Cuatro Mundos	Nacional	26-sep.	26-sep.	Virtual
19	XV Congreso Internacional Multidisciplinario de Ciencia y Tecnología	Nacional	28-sep.	2-oct.	Virtual

Técnicas de Desabollado sin dañar la Pintura, por Varilleros Sacabollos	Nacional	1-nov.	1-nov.	Presencial	Av. Ponce Enríquez OE-157 Via Antigua a Quito, Conocoto, Quito
Curso Practico Elaboración Ropa Deportiva	Nacional	5-nov.	5-nov.	Virtual	Por Confirmar
Curso de Empleabilidad	Nacional	7-nov.	8-nov.	Presencial	Casa Nuestra Calle, N24, Av. Isabel la Católica 535
Diálogo abierto: Cueva de los Tayos, Enigmas de Ecuador_ Kawá - Quito	Nacional	7-nov.	7-nov.	Presencial	Kawa - Reina Victoria N21-255 y Jerónimo Carrión
Curso de Producción Audiovisual desde Cero	Nacional	7-nov.	7-nov.	Virtual	Zoom

¿Cómo escuchar el inconsciente? Psicoanálisis, de la teoría a la clínica	Nacional	7-nov.	7-nov.	Virtual	Edificio Benalcazar Mil. Av. 10 de Agosto y Riofrio, piso 16, consultorio, 1604
Evaluación y Homologación de Proveedores	Nacional	7-nov.	8-nov.	Híbrido	Wyndham Garden Hotel
Bienal de Arquitectura - BAQ	Internacional	9-nov.	20-nov.	Virtual	Por definir
Curso Expresión Oral, Locución y Animación de Eventos	Nacional	9-nov.	9-nov.	Virtual	
Curso virtual Estrategias de operación comercial	Nacional	9-nov.	9-nov.	Virtual	USFQ Cumbaya
ClasEE-Virtual: Diseño de educación empresarial	Nacional	9-nov.	9-nov.	Virtual	USFQ Cumbaya
II Congreso para Veterinarios Emprendedores 2020	Nacional	10-nov.	11-nov.	Presencial	Hilton Colon
Congreso Internacional de Arquitectura y Turismo Accesible e Inclusivo	Internacional	11-nov.	13-nov.	Virtual	Por definir
Charla: Pornografía – Sexualidad	Nacional	11-nov.	11-nov.	Presencial	Campus JESSS: Pasaje E-18 N°. N52-120 y de Los Nogales, Sector Amagasí de El Inca
BLS Soporte Vital Básico	Nacional	11-nov.	11-nov.	Presencial	Serca
Expo Técnica	Nacional	12-nov.	13-nov.	Presencial	Centro de Convenciones Metropolitano
Taller de Socialización de la Etiqueta Vehicular del Ecuador	Nacional	12-nov.	12-nov.	Presencial	Agencia Nacional de Transito
Charla: Pornografía – Sexualidad	Nacional	12-nov.	12-nov.	Presencial	Campus JESSS: Pasaje E-18 N°. N52-120 y de Los Nogales, Sector Amagasí de El Inca
Meeting Of Styles 2020	Nacional	13-nov.	15-nov.	Presencial	Por Confirmar
Red Bull Batalla de los Gallos - Final Nacional a Ecuador	Nacional	14-nov.	14-nov.	Híbrido	Por definir
ACLS Soporte Vital Cardiovascular Avanzado	Nacional	14-nov.	15-nov.	Presencial	Serca
Creatorlab: Rueda de emprendedores	Nacional	15-nov.	15-nov.	Presencial	Wachuma Laboratorio Cultural
Tatoo Endure	Nacional	15-nov.	15-nov.	Presencial	Viila Cumbaya
XIII Expominas 2020	Nacional	16-nov.	20-nov.	Virtual	Centro de Convenciones Metropolitano
Primeros auxilios	Nacional	16-nov.	16-nov.	Presencial	Serca

PEARS Valoración, Reconocimiento y Estabilización de Emergencias Pediátricas	Nacional	16-nov.	16-nov.	Presencial	Serca
Congreso Virtual de Actualización en Laboratorio y Patología Clinica	Nacional	16-nov.	27-nov.	Virtual	Por Confirmar
ACLS Soporte Vital Cardiovascular Avanzado	Nacional	17-nov.	19-nov.	Presencial	Serca
IV Simposio Iberoamericano de Estudiantes Sentipensantes "SIES UISRAEL 2020"	Nacional	18-nov.	18-nov.	Virtual	Universidad Israel
Certificado virtual internacional Business analytics	Nacional	19-nov.	19-nov.	Virtual	USFQ Cumbaya
Mirando desde lo Invisible	Nacional	20-nov.	22-nov.	Presencial	Casa de la Cultura
Michael Jackson / Auto Concierto	Nacional	21-nov.	21-nov.	Presencial	Hostería Rincón de Puembo
1er Expotrading Ecuador	Nacional	21-nov.	21-nov.	Presencial	Camara de Comercio Quito
Ilalo Luna Rock	Nacional	21-nov.	22-nov.	Presencial	Santa Rosa de Cumbaya
BLS Soporte Vital Básico	Nacional	21-nov.	21-nov.	Presencial	Serca
Halloween KPOP Party	Nacional	24-nov.	24-nov.	Presencial	Camara Comercio Quito
PALS Soporte Vital Avanzado Pediátrico	Nacional	24-nov.	26-nov.	Presencial	Serca
Taller Virtual de Contabilidad con Odoo V14	Nacional	24-nov.	26-nov.	Virtual	Por Confirmar
Taller Virtual Social Marketing con Odoo V14	Nacional	25-nov.	25-nov.	Virtual	Por Confirmar
Las bases de seguridad del paciente	Nacional	26-nov.	7-dic.	Virtual	Por Confirmar
Webinar E-commerce con Odoo V14	Nacional	26-nov.	26-nov.	Virtual	Por Confirmar
Mirando desde lo Invisible	Nacional	27-nov.	29-nov.	Presencial	Casa de la Cultura
Ultra Trail Pululahua Ecuador 2020	Nacional	27-nov.	29-nov.	Presencial	Pululahua
Mi corazon bohenmio	Nacional	27-nov.	27-nov.	Presencial	Teatro Mexico
The Night Race Mitad Del Mundo 2020	Nacional	28-nov.	28-nov.	Presencial	Mitad del Mundo
BLS Soporte Vital Básico	Nacional	28-nov.	29-nov.	Presencial	Serca

Durante el mes de diciembre se ha logrado recopilar información acerca de los eventos en diferentes formatos (presencial, virtual o híbrido) que se llevan a cabo en la ciudad. Obteniendo 18 eventos de diferente tipología y temática.

N°	Nombre del evento	Ámbito	Fecha inicio	Fecha fin	Formato	Lugar
1	XLIV Jornadas Nacionales de Biología	Nacional	1-dic.	3-dic.	Virtual	Universidad Católica del Ecuador
2	Concierto de Temporada OSNE	Nacional	4-dic.	4-dic.	Virtual	Por Confirmar
3	Anime Bloody Horror	Nacional	5-dic.	5-dic.	Presencial	Cámara Comercio Quito
4	Didgeridoo	Nacional	5-dic.	5-dic.	Presencial	KAMAK Sustentable
5	Chirivuelta 4ta. Edicion	Nacional	6-dic.	6-dic.	Presencial	Via a Chiriboga
6	XXI Ecuador Oil & Power	Nacional	7-dic.	11-dic.	Virtual	Por Confirmar
7	International conference on population and development (ICPD)	Internacional	7-dic.	8-dic.	Virtual	Por Confirmar
8	Astrología del alma	Nacional	8-dic.	8-dic.	Virtual	Por Confirmar
9	Feria Internacional del Libro	Internacional	9-dic.	13-dic.	Virtual	Por Confirmar
10	TEDX Ismac Resonance 2020	Nacional	10-dic.	10-dic.	Presencial	Cinemark Quito
11	Espacio me has vencido	Nacional	11-dic.	13-dic.	Presencial	Casa de la Cultura
12	Queen / Auto Concierto	Nacional	11-dic.	11-dic.	Presencial	Hostería Rincón de Puembo
13	Concierto de Temporada OSNE	Nacional	11-dic.	11-dic.	Virtual	Por Confirmar
14	Arca Continental 5K & 10K	Nacional	13-dic.	13-dic.	Virtual	Arca Continental
15	Espacio me has vencido	Nacional	18-dic.	20-dic.	Presencial	Casa de la Cultura
16	Christmas Camping & Cine al Aire Libre	Nacional	19-dic.	20-dic.	Presencial	Pululahua
17	Certificación ADI-R	Nacional	20-dic.	21-dic.	Presencial	Neurodesarrollo
18	Double Traction	Nacional	20-dic.	20-dic.	Presencial	Tababela

2. PROMOCIÓN ESPECIALIZADA MICE

2.1. PARTICIPACIÓN EN FERIAS

Participación en Fitur MICE

Fecha: 20 - 24 de enero 2020
Ciudad: Madrid España
Formato evento: Presencial
Resultados:

- 32 citas pre- establecidas

- 10 potenciales eventos corporativos de una duración de 5 días en destino cada uno con un total aproximada de 550 participantes por cada viaje.

- Entrega de premio ramón Alvarez Otorgado por el Proyecto MICE de la ciudad de Quito y su ejecución en los 6 meses de gestión.
- Retorno de la inversión

Participación Virtual X Change

Fecha: 23 de junio 2020
Mercado: norteamericano
Formato evento: Virtual
Resultados:

- 92 empresas de Estados Unidos y Canadá
- 2 empresas americanas solicitaron información de Quito para traer dos grupos internacionales a futuro con grupos de 50 personas.

Presentación de destino ante mercado Colombia

Fecha: 29 de mayo 2020
Mercado: colombiano
Formato evento: Virtual
Resultados:

- 34 empresas organizadoras de eventos radicadas en Colombia fueron capacitadas sobre el destino Quito como sede de eventos internacionales.
- Trabajo en conjunto con el Buró de Convenciones de Bogotá

Link de la presentación:
https://app.livestorm.co/egroup-communications-inc/quito-meetings-and-incentives-virtual-x-change/live?s=684bbfd7-b0c4-4162-8290-e03610f468de#/chat

Presentación de destino ante mercado Colombia

Como parte de la alianza entre el Bureau de Convenciones de Bogotá y Quito Turismo, se realizó una presentación en conjunto de ambos destinos y las acciones que han realizado hasta el momento para generar la reactivación de la industria de reuniones. En este Webinar participaron alrededor de 80 participantes.

Fecha: 8 de julio del 2020
Segmento o Público: Dirigido a organizadores de eventos y actores de la industria de reuniones de Colombia
Formato evento: Virtual
Resultados: 93 participantes
Trabajo en conjunto con el Buró de Convenciones de Bogotá

Participación en el Virtual Summit de IBTM

Fecha: 25 y 26 de agosto 2020
Formato evento: Virtual
Resultado: Durante los días 25 y 26 de agosto del 2020 Quito Turismo participo en el "Virtual Summit" organizado por IBTM, de igual manera se invitó a la empresa privada de Quito a participar de este importante evento a través de un boletín informativo.

Se realizó al mismo tiempo la invitación a la industria privada a participar en el evento para capacitarse.

Invitación de IBTM Americas a la Industria de Reuniones

La Industria de Reuniones se ha visto obligada a evolucionar velozmente a causa de la situación actual que vive el mundo. Es así que, para responder a las necesidades de la Industria, el evento líder en la región de las Américas se transforma y lanza su propuesta de Versión 2.0: un espacio que dará continuidad al cierre de negocios a través de la integración de una experiencia digital activa durante los 365 días del año.

Bajo estos conceptos, la iniciativa busca romper las barreras actuales con el fortalecimiento de acciones digitales y eventos presenciales para hacer negocios, dando paso a la consolidación de una plataforma multicanal e híbrida para establecer contactos de negocio y aprender unos de otros, pero siempre conservando la esencia de lo humano.

El objetivo es dar el siguiente paso en medio de una transformación tecnológica con enfoque digital, donde el engagement y la interacción Face-to-Face no pierden su esencia, sino que se integran para hacer crecer a la industria con alternativas digitales y presenciales, haciendo especial énfasis en que los eventos están hechos por personas para personas.

IBTM VIRTUAL SUMMIT 2020: "HUMANIZING THE CHANGE, es un homenaje a todas las personas que trabajamos en la industria de los eventos. Es una invitación a recordar que somos HUMANOS y, por lo mismo, somos seres creativos, sociales y apasionados, que por más distancia física que haya, seguiremos unidos y luchando por lo que nos apasiona, sin olvidar que juntos podremos hacer frente a cualquier adversidad. Es por esto que hemos trabajado en un Summit Virtual que alimentará la esencia de la persona detrás de los eventos", explicó David Hidalgo, Show Director de IBTM Americas.

Participación en Expo Virtual

Fecha: 14 al 18 de septiembre
Formato evento: Virtual
Mercado: Latinoamericano
Resultados:

- 8 citas pre- establecidas
- Entre los contactos obtenidos por la participación en este evento, la empresa Rubio Meetings se contactó con Quito Turismo para proponer a la ciudad como sede del próximo Mundial de Coros. Evento que en otras ediciones ha generado ingresos para los destinos sede de cerca de 12.000.000 de dólares americanos y la visita de alrededor de 60.000.000 visitantes

Link del evento: https://ruedasdenegocios.com/expoforovtg/

Participación en la II Edición del Congreso Travel & Mice Business Forum - TMBForum 2020

Fecha: 24 y 25 de septiembre 2020
Mercado: latinoamericano
Formato evento: híbrido
Resultados:

- Quito contó con 1 Stand Virtual en el que se realizó presencia de marca, presentación de material promocional y presentación constate del video "Tu historia comienza en Quito"
- Participación de 5 empresas de la ciudad de Quito con distintivo Q (2 hoteles 5 estrellas, 2 Tour operadores y el equipo MICE de Quito Turismo).
- Participación de las 5 empresas en la Ruedas de negocios TMBForum2020, con un total de 40 citas – 8 citas de negocios por cada empresa

- Networking virtual con profesionales de la industria de reuniones durante los dos días del evento, con más de 450 representantes de empresas de Latinoamérica.
- 15 registros para participación de la Agenda Académica del evento (3 representantes de cada empresa participante de la ciudad de Quito, tuvo acceso a capacitarse en las charlas especializadas MICE).
- Quito Turismo realizó el acercamiento con 22 empresas participantes de Perú, Colombia, México, Panamá y España.
- 3 empresas solicitaron una segunda reunión posterior al evento para que se les presente información de Quito.
- Entre los resultados también se puede mencionar que se realizó el contacto con la empresa Cvent: Event Management Tecnology & Hospitality Solutions, que cuenta con una plataforma para la promoción gratuita de destinos MICE y sus Venues. https://www.cvent.com/venues, para el mes de octubre se ha agendado una reunión de trabajo con los representantes de la empresa.

Link del evento: https://tmbforum.com/memorias2020/

Viaje de inspección

Fecha: febrero 2020
Mercado: canadiense
Empresa: tour operador MAKO Group de Canadá
Web: http://www.mako.ca/travel/travel.html
Manejan grupos de viajes de incentivos a partir de 100 participantes.

Viaje de Inspección MICE (México)

Fecha: diciembre 2020
Mercado: Norteamérica
Visitantes: Héctor y Mariana Flores - Revista Latam Meetings México
Como parte de seguir manteniendo a Quito en la palestra de los destinos ideales para reuniones a nivel regional y celebrando que Quito ha sido nominado dentro del top 15 de Destinos Lideres en Latinoamérica para reuniones tuvimos el gusto de recibir a Héctor y Mariana Flores de la revista Latam Meetings quien se encargará de promocionar a Quito a través de las redes sociales de la revista en #LaSemanadeuito a partir del 04 de enero de 2020.

El viaje de prensa se realizó en el marco de la Campaña de Promoción Digital "La Semana de Quito", realizada entre el 2 al 9 de diciembre y que contó con la presencia de dos representantes del medio de comunicación, tanto en el presente informe, como en el informe de proveedor se adjuntan Boletos aéreos e itinerarios previstos para estas visitas, de igual manera más adelante en el producto "Otras acciones solicitadas por Quito Turismo, Mercado Norteamérica se detallara el contenido de la campaña "La Semana de Quito".

Viaje de inspección Quito Romance (México)

Fecha: diciembre 2020
Mercado: Norteamérica
Visitante: Roberto Ramírez - Wedding Planner e Influecer
Reconocido wedding planner mexicano que vista la ciudad para promocionar en su país a Quito como un destino de romance.

En el 2019, Quito realizó a rededor de 56.865 matrimonios. Los meses de mayor demanda para los casamientos son enero, marzo, junio y julio, evidenciando el potencial con el que cuenta la ciudad para el desarrollo y promoción de este producto.

- En el 2018 se desarrolló en Quito el Taller formativo de Wedding Destinations by Ecuador organizado por FOPE.

- Por parte de la empresa privada se han creado rutas románticas originales como la Ruta de “amor y muerte” de la Cofradía de los Duendes y leyendas nocturnas.

- En el 2020 Quito Turismo generó las Rutas Románticas y Quito Romance

En este sentido, el equipo MICE de Quito Turismo junto con la asesoría de su oficina de relaciones públicas GMS coordinaron la Campaña de Promoción “Quito Romance” – Marketng Mercado Norteamérica:

Y por otra parte en el marco de la "Campaña de Promoción Quito Romance - Marketing de influencers Quito Romance Mercado Norteamérica, se contó con la visita de dos importantes Meetings Planners mexicanos.

El primero Roberto Ramírez - director de la empresa Roberto Ramírez Bodas, es un excelente empresario del sector de la planificación y diseño de bodas y eventos Wedding Design of Destinations Wedding, durante el 11 al 17 de diciembre 2020.

Este profesional cuenta con una amplia trayectoria en este sector, Máster en Planificación de Bodas y Eventos Sociales, además cuenta con una formación destacada dirigiendo la sección de Eventos Corporativos de la empresa Host Knape. Adicionalmente Roberto es asesor de imagen personal a continuación las evidencias de itinerario y boletos aéreos.

- Roberto Ramirez

Fecha: diciembre 2020
Mercado: Norteamérica
Visitante: Wilma Erosa - Wedding Planner
Importante wedding planner mexicana que vista la ciudad para conocer las bondades que tiene la ciudad para ser promocionada como un destino de romance.

- Wilma Erosa

La segunda Wilma Erosa – Wedding Specialists y bodas de destino. Cuenta con más de 12 años de experiencia, especializada en la organización y coordinación de bodas y otros eventos sociales en locaciones exclusivas en Cancún y la Riviera Maya. Su visita fue coordinada entre el 12 al 18 de diciembre 2020.

Viaje de Inspección Quito Romance (Colombia)

Fecha: diciembre 2020
Mercado: Colombia
Visitante: Mónica Restrepo - Wedding Planner
Importante wedding planner colombiana que vista la ciudad para conocer las bondades que tiene la ciudad para ser promocionada como un destino de romance.

Fecha: diciembre 2020
Mercado: Colombia
Visitante: Paola Sandoval - Wedding Planner
Importante wedding planner colombiana que vista la ciudad para conocer las bondades que tiene la ciudad para ser promocionada como un destino de romance.

Viaje de Inspección MICE (Colombia)

Fecha: diciembre 2020
Mercado: Colombia
Visitante: Juan Fernando Rubio - Meeting Planner
Quito persiguiendo captar eventos internacionales invito a una visita de inspección a Juan Fernando para que conozca la infraestructura que tiene Quito para ser sede del Mundial de Coros a realizarse en el 2024.

En el mes de diciembre se llevó a cabo la "Campaña Captación de Leads Eventos Internacionales – World Choir Games 2024"

En este sentido y desde meses atrás se ha generado contacto con los representantes de la empresa Rubio Meeting Planner con el interés de postular a Quito como sede del próximo Choir Game 2024 junto con la ciudad hermana de Bogotá.

La idea de crear un evento como los World Choir Games (Juegos Internacionales de Coros) nació del ideal olímpico de reunir a personas y pueblos conectados por la música en una competición pacífica y justa. El fin de esta idea es inspirar a las personas para que experimenten al cantar juntas que la unión hace la fuerza. Con este enfoque se desafían de igual forma el trabajo individual y en grupo, independientemente del nivel artístico. Los World Choir Games es un festival de coros internacional que se celebra cada dos años en distintos continentes.

La idea de estos Juegos, se basa en la experiencia personal de coristas de todo el mundo que, mediante la canción, interiorizan y transmiten los ideales humanistas. Esto ayuda a que las personas resuelvan los conflictos y que sean un ejemplo de interacción social para otros. La música es el idioma común del mundo y sirve como medio de comunicación entre culturas y países.

El Choir Council, es una organización internacional de canto coral, conformado por expertos en coros de 80 países, que representan aproximadamente 120.000 coros con 4,8 millones de cantantes, lo que representa una gran oportunidad para la ciudad de Quito para la generación de ingresos y reactivación luego de la pandemia generada por el COVID-19.

Es importante señalar que parte de las estrategias de captación de eventos que contempla Quito Turismo, se prevén las visitas de inspección, importantes acciones para la toma de decisiones y presentación presencial del destino y que forman parte de las campañas de captación de leads y/o eventos internacionales. Estas visitas constituyen una gran oportunidad para fortalecer el relacionamiento con el cliente y crear vínculos de confianza que son determinantes a la hora de hacer negocios.

En este sentido se ha generado la posibilidad de realizar una Campaña Captación de Leads – Eventos Internacionales, específicamente del World Choir Games 2024, y cuyo objetivo será el de mostrar el potencial de Quito para la realización del evento, con su diversidad de locaciones, riqueza cultural, gastronómica, paisajística, así como la variedad de oferta de productos y servicios que involucran a toda la industria de reuniones y eventos. De igual manera para el dueño del evento esta acción permitirá analizar todas las necesidades que puedan surgir, no solo en una visita de inspección, sino también en las diferentes y futuras etapas de realización del evento, generando un valor agregado que será un factor diferenciador al momento de elegir la sede.

MEDIA VALUE

Se han realizado boletines a nivel nacional e internacional dando a conocer a Quito como sede de eventos, las acciones durante la cuarentena y apertura de los diferentes negocios turísticos desde enero a diciembre 2020.

El media value (valor mediático) de ello es de: **USD 357.186**

Brasil	$	47.892
Canadá	$	14.100
Colombia	$	74.125
Estados Unidos	$	146.478
México	$	57.524
Perú	$	17.067

Durante el período de pandemia, se han realizado boletines a nivel nacional e internacional dando a conocer las acciones que Quito está realizando para la reactivación de la industria de reuniones.

N°	MERCADO	MES	FECHA DE PUBLICACION	PERIODISTA	NOMBRE DEL MEDIO	TIPO DE MEDIO	ASUNTO/ TITULAR DEL ARTICULO	LINK	EXPERIENCIA MENCIONADA	ZONA MENCIONADA - QUITO	ORIGEN	DIFUSIÓN/ALCANCE (usuarios/lectores)	FRECUENCIA	SUPERFICIE DEDICADA A QUITO	PRECIO / PAGINA PUB	N° Páginas	VALORACIÓN PUBLICITARIA	VALORACIÓN NOTICIOSA (MEDIA VALUE)
1	ESTADOS UNIDOS	ABRIL	16/4/2020	Redacción	Travel2Latam	Periodico	Quito presents new website	https://es.travel2latam.com/nota/59734-ecuador-quito-presents-a-website-to-promote-itself-as-a-meeting-destination.html	Semana MICE	Quito	GMS	178.000	diario	1 pagina	$ 3.200,00	1	$ 3.200,00	$ 9.600,00
2	CANADA	ABRIL	16/4/2020	Redacción	Travel2Latam	Periodico	Quito presents new website	https://es.travel2latam.com/nota/59734-ecuador-quito-presents-a-website-to-promote-itself-as-a-meeting-destination.html	Semana MICE	Quito	GMS	24.000	diario	1 pagina	$ 1.500,00	1	$ 1.500,00	$ 4.500,00
3	MÉXICO	ABRIL	30/4/2020	Redaccion	American Industrial Magazine	Periódico	Quito: promotor de la industria de reuniones durante una semana.	https://www.americanieindustrialmagazine.com/blog/turismo/quito-promotor-de-la-industria-de-reuniones-durante-una-semana	Semana MICE	Quito	GMS	12.000	diario	1 página	$ 1.581,00	1	$ 1.581,00	$ 4.743,00
4	MÉXICO	ABRIL	30/4/2020	Redacción	Travel2Latam	Periodico	Quito presenta página web para promocionarse como destino de reuniones	https://es.travel2latam.com/nota/59733-quito-presenta-pagina-web-para-promocionarse-como-destino-de-reuniones	Semana MICE	Quito	Quito Turismo	9000	diario	1 página	$ 1.500,00	1	$ 1.500,00	$ 4.500,00
5	PERÚ	ABRIL	16-abr	Redacción	Travel2Latam	Periodico	Quito presenta página web para promocionarse como destino de reuniones	https://es.travel2latam.com/nota/59733-quito-presenta-pagina-web-para-promocionarse-como-destino-de-reuniones	Semana MICE	Quito	Quito Turismo	3.100	diario	1 página	$ 800,00	1	$ 800,00	$ 2.400,00
6	COLOMBIA	ABRIL	30-abr	Redacción	MixNewsColombia	Facebook	Quito: promotor de la industria de reuniones durante una semana.	https://www.facebook.com/MixNewsColombia/photos/d41d8cd9/978485002159809/	Semana MICE	Quito	GMS	335	diario	1 post			$33	$99
7	COLOMBIA	ABRIL	16-abr	Redacción	Travel2Latam	Periodico	Quito presenta página web para promocionarse como destino de reuniones	https://es.travel2latam.com/nota/59733-quito-presenta-pagina-web-para-promocionarse-como-destino-de-reuniones	Semana MICE	Quito	Quito Turismo	5500	diario	1 página	$ 1.000,00	1	$1.000	$3.000
8	ESTADOS UNIDOS	MAYO	12/5/2020	Redacción	LaConexionUSA	Portal	CoLaboratorio, la apuesta de Quito para impulsar la industria de reuniones	http://www.laconexionusa.com/noticias/20200512482005_lc49200512.asp	Foro virtual	Quito	EFE	12.329	1	1 pag		1	$ 114,04	$ 342,12
9	ESTADOS UNIDOS	MAYO	12/5/2020	Redacción	Alianza News	Portal	CoLaboratorio, la apuesta de Quito para impulsar la industria de reuniones	http://noticias.alianzanews.com/187_america/6768279_colaboratorio-la-apuesta-de-quito-para-impulsar-la-industria-de-reuniones.html	Foro virtual	Quito	EFE	5.322	1	1 pag		1	$ 49,23	$ 147,69
10	ESTADOS UNIDOS	MAYO	12/5/2020	Redacción	Qué Pasa Mi Gente - Charlotte	Portal	CoLaboratorio, la apuesta de Quito para impulsar la industria de reuniones	https://charlotte.quepasamigente.com/noticias/mundo/sudamerica/colaboratorio-la-apuesta-de-quito-para-impulsar-la-industria-de-reuniones	Foro virtual	Quito	EFE	8.476	1	1 pag		1	$ 78,40	$ 235,20
11	MÉXICO	MAYO	1/5/2020	Rocio Alavez	Real Estate	Revista	Ecuador apuesta por digitalidad para rescatar turismo de reuniones	**https://realestatemarket.com.mx/noticias/turismo/28277-ecuador-apuesta-por-digitalidad-para-rescatar-turismo-de-reuniones**	Nueva forma del turismo	Quito	EFE	7.000	1	1 pag		1	$ 480,00	$ 1.440,00
12	ESTADOS UNIDOS	JUNIO	2/6/2020	Redacción	Travel 2 LATAM	Portal	Quito proposes trends to be considered in the "new normality" of events	https://es.travel2latam.com/nota/60470-quito-proposes-trends-to-be-considered-in-the-new-normality-of-events	Nueva forma de reuniones con MICE	Quito	EFE	178.000	1	1 pag		1	$ 3.200,00	$ 9.600,00
13	MÉXICO	JUNIO	2/6/2020	Redacción	Travel 2 LATAM	Portal	Quito propone tendencias a considerarse en la 'nueva normalidad' de los eventos	https://es.travel2latam.com/nota/60468-mice-quito-propone-tendencias-a-considerarse-en-la-nueva-normalidad-de-los-eventos.html	Nueva forma de reuniones con MICE	Quito	EFE	9.000	1	1 pag		1	$ 1.500,00	$ 4.500,00
14	COLOMBIA	JUNIO	2/6/2020	Redacción	De viaje	Portal	Turismo de Reuniones: nuevas tendencias para la realización de ferias y exposiciones	http://deviaje.com.co/turismo-de-reuniones-nuevas-tendencias-para-la-realizacion-de-ferias-y-exposiciones/	Nueva forma reuniones con MICE	Quito	GMS	16.700	1	1 pag		1	$1.410	$4.230
15	COLOMBIA	JUNIO	16/6/2020	Redacción	De viaje	Portal	Quito entre los 11 destinos preferidos de América del Sur para realizar eventos internacionales	http://deviaje.com.co/quito-entre-los-11-destinos-preferidos-de-america-del-sur-para-realizar-eventos-internacionales/	Nueva forma reuniones con MICE	Quito	GMS	16.700	1	1 pag		1	$1.410	$4.230
16	COLOMBIA	JUNIO	18/6/2020	Orlando Gomez	Frezh	Portal	MICE: Quito, un referente	https://frezh.co/2020/06/18/reuniones-quito-es-un-referente/	Nueva forma reuniones con MICE	Quito	GMS	120	1	1 pag		1	$15	$45
17	ESTADOS UNIDOS	JULIO	15/7/2020	Redacción	Travel 2 LATAM	Portal	Quito y Bogotá se promocionan, en conjunto, como destinos de Reuniones	https://es.travel2latam.com/nota/61476-quito-y-bogota-se-promocionan-en-conjunto-como-destinos-de-reuniones	Nueva forma de reuniones con MICE	Quito	MICE	178.000	1	1 pag	$3.200	1	$ 3.200,00	$ 9.600,00
18	ESTADOS UNIDOS	JULIO	15/7/2020	Redacción	Travel 2 LATAM	Portal	Quito and Bogotá are promoted together as meeting destinations	https://es.travel2latam.com/nota/61477-mice-quito-and-bogota-are-promoted-together-as-meeting-destinations.html	Nueva forma de reuniones con MICE	Quito	MICE	178.000	1	1 pag	$3.200	1	$ 3.200,00	$ 9.600,00
19	CANADA	JULIO	15/7/2020	Redacción	Travel 2 LATAM	Portal	Quito and Bogotá are promoted together as meeting destinations	https://es.travel2latam.com/nota/61477-mice-quito-and-bogota-are-promoted-together-as-meeting-destinations.html	Nueva forma de reuniones con MICE	Quito	MICE	178.000	1	1 pag	$3.200	1	$ 3.200,00	$ 9.600,00
20	COLOMBIA	JULIO	15/7/2020	Redacción	De viaje	Portal	Quito y Bogotá se promocionan, en conjunto, como destinos de Reuniones	https://deviaje.com.co/quito-y-bogota-se-promocionan-en-conjunto-como-destinos-de-reuniones/		Quito	GMS	16.700	1	1 pag	$1.410	1	$ 1.410,00	$ 4.230,00
21	MÉXICO	AGOSTO	28/8/2020	Omar	Bitacora CDMX	Portal	Quito Turismo, miembro de Destinations International.	https://www.bitacoracdmx.com/?p=35788	Quito como destino de reuniones	Quito	GMS	14.300	1	1 pag	$1.000	1	$ 977,00	$ 2.931,00
22	COLOMBIA	AGOSTO	30/8/2020	ORLANDO GÓMEZ	Frezh	Portal	Quito se afianza en MICE: Ingresa a Destinations International	https://frezh.co/2020/08/30/quito-se-afianza-en-mice-ingresa-a-destinations-international/	Quito como destino de reuniones	Quito	GMS	120	1	1 pag	$ 15,00	1	$15,00	$45,00
TOTAL MERCADOS												**1.050.702**					$29.872,67	$ 89.618,01

Noviembre 2020

Durante el mes de noviembre se generó media value a nivel internacional por un monto de USD 33.156

MERCADO	MES	FECHA DE PUBLICACION	NOMBRE DEL MEDIO	ASUNTO / TITULAR DEL ARTICULO	LINK	EXPERIENCIA MENCIONADA	DIFUSIÓN/ALCANCE (usuarios/lectores)	VALORACIÓN PUBLICITARIA	VALORACIÓN NOTICIOSA (MEDIA VALUE)
MÉXICO	NOVIEMBRE	**12/11/2020**	**Descubro**	**Quito, un destino romántico para alentar el turismo**	https://descubro.mx/quito-un-destino-romantico-para-alentar-el-turismo/	**'Quito Romance'**	**44.327**	**$ 68,00**	**$ 204,00**
MÉXICO	NOVIEMBRE	**16/11/2020**	**Latinamerica Meetings**	**Quito, eventos en la "mitad del mundo"**	https://latammeetings.com/quito-eventos-en-la-mitad-del-mundo/	**Lugares especiales en Quito**	**9.000**	**$ 1.280,00**	**$ 3.840,00**
COLOMBIA	NOVIEMBRE	**26/11/2020**	**MDC Magazine**	**SUDAMÉRICA ESTÁ LISTA**	https://mdcmagazine.com/articulos/meeting-news/destinos/sudamerica-esta-lista	**Quito en MICE**	**9.000**	**$ 9.500,00**	**$ 28.500,00**

COLOMBIA	NOVIEMBRE	**13/11/2020**	**Noticas Barranquilla**	**Quito, un destino romántico para alentar el turismo**	https://noticias-barranquilla.co/2020/11/13/quito-un-destino-romantico-para-alentar-el-turismo/	**'Quito Romance'**	**4.230**	**$ 204,00**	**$ 612,00**

Mientras que a nivel nacional el lanzamiento del Producto Quito Romance generó un media value de **USD 100.120,17**

Medio	**Ciudad**	**Titular**	**Ind. Ad**
EXPRESO (GUAYAQUIL)	Guayaquil	EL TURISMO DE PAREJA, LA NUEVA APUESTA PARA LA REACTIVACIÓN	3.780,00
			3.780,00
RADIO QUITO	Quito	QUITO SE VENDE COMO UN LUGAR PARA ENAMORARSE; REACTIVACIÓN DE TURISMO CON LA CAMPAÑA QUITO ROMANCE	50,40
RADIO QUITO	Quito	QUITO SE VENDE COMO UN LUGAR PARA ENAMORARSE; REACTIVACIÓN DE TURISMO CON LA CAMPAÑA QUITO ROMANCE	77,40
ONDA POSITIVA	Guayaquil	'QUITO ROMANCE', LA NUEVA INICIATIVA DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA EN LA CAPITAL	532,80
			660,60
TELEAMAZONAS - Q	Quito	SECTOR DE LAS BODAS Y EVENTOS SOCIALES SE REACTIVARÁ DESDE LA PRÓXIMA SEMANA	14.949,99
ECUAVISA - G	Guayaquil	ROMANCE Y TURISMO EN QUITO	5.400,00
			20.349,99
EL COMERCIO (WEB)	Quito	QUITO, UN DESTINO ROMÁNTICO PARA ALENTAR EL TURISMO	7.500,00
EL COMERCIO (WEB)	Quito	QUITO SE VENDE COMO UN LUGAR PARA ENAMORARSE; REACTIVACIÓN DE TURISMO CON LA CAMPAÑA QUITO ROMANCE	7.500,00
			15.000,00
Medio	**Ciudad**	**Titular**	**Ind. Ad**
LA HORA (QUITO)	Quito	DIGA 'SÍ ACEPTO' CON ESTAS ALTERNATIVAS ROMÁNTICAS EN LA CAPITAL	1.417,50
			1.417,50
FM MUNDO	Quito	QUITO SE VENDE COMO UN LUGAR PARA ENAMORARSE	111,00
RADIO QUITO	Quito	ENTREGAN LA CASA CARRIÓN	297,00
LA PODEROSA RADIO	(ninguno)	ENTREVISTA: CARLA CÁRDENAS, GERENTE DE QUITO TURISMO	2.049,93
			2.457,93
TELEAMAZONAS - Q	Quito	SECTOR DE LAS BODAS Y EVENTOS SOCIALES SE REACTIVARÁ DESDE LA PRÓXIMA SEMANA	14.835,00
TVC TELEVICENTRO	Quito	ENTREGAN LA CASA CARRIÓN	20.059,20
TELERAMA	Cuenca	QUITO PROMUEVE EL TURISMO DE ROMANCE PARA REACTIVAR AL SECTOR TURÍSTICO	9.859,95
			44.754,15
METROECUADOR.COM.EC	Quito	QUITO, UN DESTINO ROMÁNTICO PARA ALENTAR EL TURISMO, MIRA DE QUÉ TRATA	4.500,00
EL TELÉGRAFO (WEB)	Guayaquil	'QUITO ROMANCE', LA NUEVA INICIATIVA DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA EN LA CAPITAL	7.200,00
ÉXITOS FM RADIO ON LINE	Quito	ENTREVISTA: NORMA BOCK, DIRECTORA DE TURISMO DE REUNIONES DE LA EMPRESA MUNICIPAL QUITO TURISMO	0,00
			11.700,00
		TOTAL	**100.120,17**

Diciembre 2020 Media Value

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	Portal	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	Portal	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	Portal	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
TOTAL												17.600						3.100	9.300

3. PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES

Participación en la Asamblea Eleccionaria de la Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina – COCAL

Fecha: 3 de agosto del 2020
Formato: Virtual

Resultados: Presentación de Quito como nuevo miembro COCAL y participación en la elección de la nueva Directiva del a organización

Reunión ICCA Latino América y el Caribe – Informe oficial

Fecha: 19 de agosto 2020
Formato evento: Virtual
Resultados: Presentación y definición de nuevas estrategias de trabajo de la organización a través del establecimiento de acciones por microrregiones.

Reunión de trabajo Organizaciones de Destino, OCCs, OCVs, Bureaus de Convenciones y DMOs Latinoamérica.

Fecha: 26 de agosto 2020
Formato evento: Virtual
Resultados: Quito Turismo participó de la organización del próximo evento presencial de Organizaciones de Destino, OCCs, OCVs, Bureaus de Convenciones y DMOs Latinoamérica

Octubre 2020
Participación en capacitaciones en Destinations International

Capacitación: EIC Bootcamp: Recovery
Fecha: 7 de octubre

Capacitación: EIC Bootcamp: Group Workout with EIC Super Users (Part 1)
Fecha: 21 de octubre

Capacitación: EIC Bootcamp: Group Workout with EIC Super Users (Part 2)
Fecha: 28 de octubre

Participación en evento: The next normal: Pause, Change, Innovate
Fecha: 29 de octubre

Noviembre 2020

Participación en capacitaciones en Destinations International

Capacitación: EIC Bootcamp: Take Your Impact The Extra Mile

Fecha: 4 de noviembre

4. REUNIONES MANTENIDAS

Reuniones de trabajo para traer el Workshop & Technical Visit 2021

Fecha: 19 de agosto del 2020
Formato: Virtual
Resultados: Presentación de propuesta para Workshop & Technical Visit 2021

- Costo de la participación: USD 150.000
- Cantidad de buyers : 30 que viajan a Quito

Reunión de trabajo Quito Turismo – BizBash

Fecha: 28 de agosto 2020
Formato evento: Virtual
Resultados: Reunión de acercamiento con BizBash, medio comercial líder para la industria de eventos, reunión en la que se presentó una primera propuesta de servicios de acciones de marketing en temas MICE.

Reunión de trabajo Dirección MICE – Oficinas PR GMS

Fecha: 27 de agosto 2020
Formato evento: Virtual
Resultados:

- Generación de cronograma de trabajo con propuesta de nuevas acciones, en el marco de la resolución emitida el 21 de agosto del 2020 por el COE Nacional, mediante la cual se autoriza el desarrollo de reuniones corporativas, ruedas de prensa, académicas, de menos de 25 personas en el Distrito Metropolitano de Quito.

Reunión entre Quito Turismo y Buró de Convenciones Quito para propuesta de participación en evento virtual mostrando la unión entre la empresa pública y privada

Se mantuvo una reunión entre Quito Turismo y Buró de Convenciones Quito con el propósito de poder conocer las acciones realizadas por cada entidad durante el período de confinamiento y poder planear actividades conjuntas con el objetivo de diseñar una hoja de ruta de trabajo en equipo con acciones inherentes a la promoción de Quito como destino de reuniones a nivel nacional e internacional.

Fue la oportunidad para presentar a Marco Muñoz como nuevo administrador del Convenio y a Pablo Ochoa como delegado por parte de Buró de Convenciones para integrarse a la mesa técnica que será la encargada de ejecutar las acciones establecidas en la hoja de ruta.

Reunión con la Feria IBTM México

Acercamiento con representantes de la Feria IBTM.

Quito Turismo participará en el evento virtual que realizará en el mes de agosto “Virtual Summit”.

Fecha: 8 de julio 2020
Formato evento: Virtual
Resultados:

Reuniones de trabajo para la captación del World Choir

Fecha: 10 y 14 de septiembre
Formato evento: Virtual
Resultados: Reunión de trabajo con Juan Fernando Rubio Meeting Planner, quién a través de las oficinas de Relaciones Públicas solicito realizar un acercamiento con Quito Turismo para analizar la posibilidad de postular a Quito junto con Bogotá para que sean sedes del próximo World Choir, evento que congrega a 80 países con más de 1200 grupos musicales en los que participan alrededor de 60.000 participantes entre músicos y acompañantes. Al momento Quito se encuentra interesado en captar tan importante evento por lo que se generará una carta de interés dirigida a los organizadores del evento.

Reunión de trabajo Quito Turismo – BizBash

Fecha: 18 de septiembre 2020
Formato evento: Virtual
Resultados: Reunión de acercamiento con BizBash, medio comercial líder para la industria de eventos, reuniones en las que se presentó y analizó una propuesta de servicios de acciones de marketing en temas MICE para Quito Turismo.

Reunión de trabajo INBE

Fecha: 22 de septiembre 2020
Formato evento: Virtual
Resultados:

- Se mantuvo una reunión de trabajo con las representantes de la Industria Nacional de Bodas y Eventos del Ecuador INBE. Reunión en la que se aclaró inquietudes relacionadas a porcentajes autorizados de aforos, protocolos de bioseguridad para eventos y adicionalmente se acordó la coordinación de una capacitación dirigido a los organizadores de eventos relacionado con la formalización de la actividad y protocolos de bioseguridad. La capacitación se encuentra agendada para el 12 de octubre.

Reunión de trabajo Buró de Manta

Fecha: 23 de septiembre 2020
Formato evento: Virtual
Resultados: Reunión de acercamiento por parte del Buró de la ciudad de Manta, en la que mostraron su interés para formar parte de la Alianza MICE Sudamérica, a través de la firma de un convenio con la ciudad de Quito. Al momento se cuenta con un documento borrador que será analizado por las partes en los próximos meses.

Reunión con Sinergia Marketing Turístico

Fecha: 23 de septiembre 2020
Formato evento: Virtual
Resultados: Reunión de acercamiento por parte de la empresa Argentina Sinergia Marketing Turístico, con la finalidad de poner a disposición de Quito Turismo sus servicios de promoción y marketing en el mercado argentino. Al momento Argentina no forma parte de los destinos prioritario de Quito, sin embargo y debido a la nueva realidad generada por la emergencia sanitaria, podría considerarse a futuro realizar acciones en nuevos mercados latinoamericanos.
Sinergia Marketing Turístico enviará una propuesta de acciones para el 2021.

Reunión de trabajo Dirección MICE – Oficinas PR GMS

Fecha: 10 de septiembre 2020
Formato evento: Virtual

Resultados:

- Presentación de avances por destinos prioritarios de América (Canadá, Estados Unidos, México, Colombia, Perú y Sao Paulo)
- Generación de cronograma de trabajo y acciones estratégicas para el mes de septiembre.

Octubre 2020

- Reunión con la Cámara de Comercio de Quito para presentar su proyecto AOKPass
  Fecha: 08 de octubre
  Formato evento: Virtual
  Resultados:
  - Presentación de la CCQ del aplicativo móvil AOKPass que permite a los usuarios de la aplicación portar un examen virtual de PCR Covid19 con un costo mínimo que sería validado a nivel internacional con el objetivo de cumplir con los requerimientos de los aeropuertos de presentar este examen, pero sin que exista un contacto.
  - Se acordó realizar una reunión con Corporación Quiport para poder hablar en conjunto acerca de proyecto, analizar su vialidad y lograr una alianza publico privada por el beneficio de la Ciudad.

- Reunión con la Sociedad Ecuatoriana de Cerveceros Artesanales.
  Fecha: 08 de octubre
  Formato evento: Virtual
  Resultados:

- Se mantuvo una segunda reunión con la Sociedad Ecuatoriana de Cerveceros Artesanales de cara al evento a realizarse en el mes de junio de 2021 en la ciudad de Quito para poder conocer las actividades que se han venido realizando entorno a la organización del evento y las acciones que se requieren que sean gestionadas por parte de Quito Turismo con el propósito de afianzar el apoyo de la empresa pública metropolitana en eventos internacionales en beneficio de la Ciudad.

- Reunión con la Fundación IR, organizadora del evento Festival Internacional de la Flores – Flora.
  Fecha: 08 de octubre
  Formato evento: Virtual
  Resultados:
  - En virtud de la suspensión de eventos masivos en el 2020 en la ciudad de Quito debido a la coyuntura sanitaria, se mantuvo una reunión Marco Subía y María Amelia Espinosa (Fundación IR) para poder conocer las nuevas acciones que están previstas entorno a la realización del festival Internacional de las Flores - Flora Quito para el año 2021 y los proyectos que puedan realizarse para generar expectativa del evento.

- Reunión periódica con Buró de Convenciones de Quito en el marco del Convenio firmado.
  Fecha: 16 de octubre
  Formato evento: Virtual
  Resultados:
  - En la reunión se pudo plantear la necesidad de Quito Turismo por conocer las acciones de oferta que está realizando o realizará el sector privado de la Industria de Reuniones de cara a la reactivación económica de la Ciudad y establecer acciones específicas en conjunto para poder promocionar a la Ciudad con un destino de eventos y reuniones corporativas.

- El BCIQ a través de su delegado, Pablo Ochoa, mencionó que recopilará toda la información de sus asociados para poder establecer las acciones en conjunto posteriores.

- Reunión con la Cámara de Comercio de Quito para conocer la hoja de ruta en el marco del Convenio entre la CCQ y Quito Turismo.
  Fecha: 22 de octubre
  Formato evento: Virtual
  Resultados:
  - La Cámara de Comercio de Quito presentó la hoja de ruta en el marco del Convenio firmado entre las instituciones privada y pública y podemos llegar a acuerdos para las acciones planteadas y que se ejecutarán durante el tiempo de vigencias del Convenio.

- Reuniones de trabajo Dirección MICE – Oficinas PR GMS

  Fecha: 1 y 30 de octubre
  Formato evento: Virtual
  Resultados:
  Generación de cronograma de trabajo y acciones a realizar durante el mes de octubre

Noviembre 2020

- Reuniones de trabajo Plan Piloto Ferias en el DMQ

  Fecha: 23 de noviembre 2020
  Formato evento: Virtual
  Resultados:

  Participación de Quito Turismo en la presentación organizada por la Secretaría de Salud y Secretaría de Seguridad del DMQ, evento en el que se dio a conocer información para la reapertura de Ferias, permisos y requerimientos necesarios a través de un Plan piloto para ferias aprobadas por las autoridades locales.

- Reuniones de trabajo Dirección MICE – Oficinas PR GMS

  Fecha: 5 y 26 de noviembre
  Formato evento: Virtual
  Resultados:
  Seguimiento de acciones a realizar durante el mes de noviembre y diciembre.

- Presentación "Quito un destino seguro para la industria de reuniones"

  Fecha: 19 de noviembre
  Formato evento: Virtual
  Resultados: Presentación virtual de 8 Hoteles de la ciudad de Quito con su oferta para la realización de eventos, protocolos de bioseguridad, aforos, montajes con medidas de distanciamientos, beneficios para el sector MICE y la presentación de acciones innovadoras

ante 44 actores de la industria de reuniones conectados, de este evento participaron Decision makers, Travel managers, representates de agencias de viajes corporativas / B2B – Asociaciones de Eventos, Directores de Asociaciones Médicas, Coordinadores de Eventos de Universidades, Meeting Planners de los mercados de Colombia, Perú y Brasil.

- Reunión con GMS

Como parte del Fee de gestión durante el mes de diciembre GMS mantuvo constante comunicación con diferentes actores MICE de los mercados prioritarios de Quito en América, realizando acercamientos que serán de gran beneficio para la continuidad del trabajo durante el próximo año.

De igual manera el equipo MICE de Quito Turismo sostuvo reuniones de trabajo de manera virtual y llamadas telefónicas con el equipo GMS para coordinar las acciones a realizarse en el mes de diciembre, a continuación, los testigos de las reuniones mantenidas el 1 y 17 de diciembre respectivamente.
Fecha: 1 de diciembre de 2020
Fecha: 17 de diciembre de 2020

Fecha: 21 de diciembre de 2020 – Presentación de Plataforma para eventos virtuales

Con estos antecedentes y teniendo muy presente la actual situación mundial, la Dirección MICE de Quito Turismo junto con GMS han identificado la necesidad de adquirir una Plataforma Digital para la realización de eventos virtuales, a través de la plataforma EVENTTIA, una herramienta digital eficiente y potente, que permitirá la planificación, registro y manejo de eventos.

La plataforma no solo facilita la realización del evento como tal, sino que también permite crear páginas web de cada evento, configurar registros en línea, gestionar el listado de invitados, transmisiones en vivo, programar reuniones grupales o uno a uno, entre tantos otros beneficios.

En esta época en la que es evidente que muchos negocios han cerrado, es un gran momento para apoyar a la transformación de sector turístico local, es por esto que la Dirección MICE como parte de la reactivación económica de la industria de reuniones analizó la posibilidad de organizar espacios de comunicación, capacitación, networking y generación de negocios, que pongan en contacto a la empresa privada de la ciudad que forman parte de la cadena de valor de la industria de reuniones con potenciales clientes, expertos y actores relevantes de la industria MICE. Cabe recalcar que es muy importante involucrar al sector turístico local

en la búsqueda de soluciones a la crisis y proveerles de herramienta que los apoyen en su recuperación y logren cerrar negocios a futuro atrayendo turistas y eventos.

- Reunión Alianza MICE
  Fecha: 1 de diciembre y 15 de diciembre

- Reunión con Alejandro Verzoub
  Fecha: 9 de diciembre 2020

- Viajes de Incentivos
  En este sentido la ciudad de Quito es un destino con gran potencialidad para desarrollar este segmento de la industria de reuniones al ofrecer seguridad, hoteles de calidad de 4 y 5 estrellas, altos niveles de servicios, conectividad aérea, actividades culturales e históricas interesantes, DMC´S experimentados, transporte terrestre y una buena relación de precio/ calidad/ experiencia.

  Es por estas razones y con el propósito de generar herramientas educativas y de capacitación que aporten al desarrollo del segmento de incentivos en la ciudad de Quito, que se contrató una serie de **Herramientas para la Gestión y Comercialización de Quito como Destino de Viajes de Incentivos y eventos motivacionales dirigido a la industria MICE de Quito**, con el apoyo del experto internacional Alejandro Verzoub, estas herramientas permitirán educar y capacitar a la industria local sobre este tipo de viajes.

  Como parte de la propuesta de AV Bussines & Comunications se ha contemplado la realización de 1 webinar de 90 minutos como Introducción General sobre Incentivos

Multisegmentos y 8 Jornadas de webinars educativos sobre los viajes de incentivos los mismos que de ser aprobado darán inicio en el mes de diciembre del 2020.

El día lunes 28 de diciembre a las 10:00 se llevó a cabo el primer seminario virtual de una serie de herramientas que el Eje MICE de Quito Turismo, ha planificado para apoyar en la reactivación de la industria de reuniones. En este seminario el experto Alejandro Verzoub aportó con una rica presentación sobre viajes de incentivos, las nuevas tendencias, innovación, situación actual tras la pandemia, porque se debe invertir e impulsar los incentivos grupales, los viajes de incentivo y la industria de reuniones, entre varios otros temas de interés.

Se contó con la participación de 47 participantes

5. LEVANTAMIENTO DE EVENTOS POSTERGADOS / CANCELADOS

Mensualmente se realizan el levantamiento de todos los eventos que se realizan en la ciudad de Quito, sin embargo, debido a la crisis sanitaria Covid19 se ha procedido hacer un seguimiento a los eventos que se debían dar en Quito para saber cuál de ellos es se ha cancelado y cuales se han postergado.

Se realizó una nueva investigación y se determinó que Quito tenía previsto realizar 604 registrados en Quito para el año 2020, el 59% de ellos se han postergado a nuevas fechas o para el próximo año.

EVENTOS QUITO 2020	#
Programados	604
Postergados	358

*actualizado noviembre 2020

*actualizado noviembre 2020

Encuesta Asociaciones y Corporaciones

Se remitió una encuesta para conocer la percepción de las organizaciones sobre la actual situación de la industria de reuniones y la posibilidad de realizar eventos en los próximos meses/ años y si Quito puede ser sede de eventos.

La encuesta va dirigida a las asociaciones de profesionales, empresas y organismos que tienen eventos y los realizan en diferentes destinos.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScH4wMiV4RarYxc15QepVKlkYAy5lbVwDA4-gr2hPUJvZevEw/viewform

6. ESTRATEGIA DIGITAL

Renovación de la página MICE, migración de dominio (mice.visitquito.ec) y respectiva campaña de información en Facebook y Twitter comunicando a los actores de la industria nacional e internacional acerca de una herramienta tecnológica más dinámica, gráfica y atractiva.

6.1. Página web:

http://mice.visitquito.ec/

6.2. Redes sociales – MeetinQuito

Mes de noviembre 2020

- Facebook: 1810 seguidores
- Twitter: 121,6 mil seguidores
- Youtube: 104 suscriptores

Evolución de las Redes Sociales

SEGUIDORES			
MES	**FACEBOOK**	**TWITTER**	**YOUTUBE**
Abril	1411	122946	
Mayo	1611	122971	98
Junio	1674	122813	99
Julio	1674	122723	100
Agosto	1734	122587	101
Septiembre	1753	122481	102
Octubre	1753	121670	102
Noviembre	1810	121600	104
Diciembre	1848	121400	105

6.3. PAUTA EN FACEBOOK PARA MOSTRAR LA PAGINA EN MERCADOS NACIONALES DURANTE EL MES DE DICIEMBRE

PIEZA VIDEO (IMAGEN DE REFERENCIA):

FLOW APROBADO

Cliente: MICE
Campaña: Awarness
Duración: Por definir
Objetivo: Posicionamiento Nacional
Segmento: H-M Ecuador de 25 a 60 años, que les gustan los eventos y que también tienen intereses como en viajes, turismo, conferencias,eventos, foros, foodie, gastronomía, gourmet, restaurantes, empresarios

Medio	Formato	Objetivo	Costo por clic	Inversión Campaña	KPI a lograr
Facebook	Awarness	Posicionar la oficina Mice	$0,30	$1.000,00	3.333 Interacciones
TOTAL INVERSIÓN CAMPAÑA				$1.000,00	

RESULTADOS

Medio	Objetivo	Kpi Ofrecido
Facebook	Interacciones	3,333

Interacciones	Alcance	Impresiones	Frecuencia
9,853	25,289	31,599	1,8

Los resultados son excelentes ya que se triplicó los kpis ofrecidos. Llegando a más de 20 mil personas con más de 9 mil interacciones. Los videos siempre dan buenos resultados para las pautas.

RENDIMIENTO DEL VIDEO PAUTADO

6.4. SEO

- Con el objetivo de dar a conocer la website de MICE a nivel internacional se ha programado una campaña SEO para tener más visibilidad en internet.

1. ANALISIS AUDIENCIAS

Se ha realizado un analisis de la audiencia y se encuentra los siguientes resultados:

- **REFUERZO EN APLICACIÓN DE ESTRATEGIA SEO**

Durante los meses de noviembre y diciembre se reforzo la estrategia SEO para complementar la pauta realizada en Facebook con el fin de posicionar a la página www.micequito.ec dentro de los buscadores en Google, logrando los siguientes resultados.

1. ANALISIS AUDIENCIAS

Se ha realizado un analisis de la audiencia y los resultados obtenidos se encuentra los siguientes datos:

Let's learn a bit more about your users!

Google Analytics Behaviors Overview

Continent | Región | Channel | Device | 5 oct 2020 - 22 dic 2020

Overview of your user behaviors

What do users see when they are in your website?

What do users search on the site?

Search Term

Término de búsque...	Número de páginas...
No hay datos	

Event category breakdown

Event Category

	Categoría de evento	Número de páginas...
1.	Outbound Link	152

1-1/1

How does your website perform?

Average Page Load Time (second)

	Título de la página	Avg Load Time
1.	Meet in Quito	24,9
2.	Protocolo General de Bi...	7,98

1-2/2

6. OPTIMIZACIÓN TÉCNICA

La optimizacion tecnica sea ha realizado (sitio analizado con site analyzer)

7. CONFIGURACIÓN Y MONITOREO TOOLS

Tools utilizadas en el monitoreo y setp
All in ONE SEO
EWWW Image Optimizer
Robots txt
Social Meta
Bloqueador de boots maliciosos

Mantener una pauta constante permite que la página web se posicione dentro de los buscadores.

6.5. Meeting Planner:

- Documento digital con información de Quito como destino de reuniones, su infraestructura y servicios para eventos.

6.6. Quito Romance

En el mes de noviembre, se realiza el lanzamiento del producto turístico Quito Romance para invitar a la gente a que conozca Quito para experiencias románticas como pedidas de mano, cenas de aniversario , bodas etc y eventos sociales.
Para ello se enero un espacio especial en la web de vistiquito y un documento digital con información de Quito como destino de romance, su infraestructura y servicios para eventos relacionados a bodas, aniversarios, peticiones de mano.

https://visitquito.ec/explora/rutas-romanticas/

6.7. CAMPAÑAS

Una de las herramientas para posicionamiento del destino es la realización de campañas digitales a través de redes sociales. Tiene el propósito de impactar en el mensaje y la propuesta de valor. Las campañas realizadas han sido las siguientes:

- Conoce Quito, como sede de eventos internacionales, desde casa
    - Espacios patrimoniales
    - Espacios modernos
- Hoteles y sus planes de bioseguridad

6.8. Boletines especializados:

Generación de boletines mensuales que se han en las plataformas de ICCA y OMT

Durante el mes de septiembre se han realizado boletines a nivel nacional e internacional dando a conocer las acciones que Quito está realizando para la reactivación de la industria de reuniones.

A continuación, el detalle de los boletines difundidos:

- Quito, first member in South America to join Destination International

Quito Turismo anunció alianza regional para reactivar la industria de reuniones

QUITO | LATITUD 0° ECUADOR

Quito Turismo anuncia alianza regional para reactivar la industria de reuniones

En el mes de septiembre se generaron boletines relacionados a las acciones de MICE durante el mes, eventos virtuales celebrados en Quito, visitas a hoteles para verificar los protocolos de bioseguridad implantados

ACCIONES MICE MENSUALES

Durante el mes de octubre se realizó la publicación del boletín “Quito se une a COCAL para impulsar la industria MICE en la ciudad ” / “Quito joins COCAL to boost the event industry in the capital of Ecuador

QUITO

Quito joins COCAL to boost the event industry in the capital city of Ecuador

- COCAL is the Federation of Congress Organizers and Allied Organizations of Latin America and its main objective is to promote the Latin American region as a venue for international events.
- Becoming a member of this federation will help boost the meeting industry in Quito by sharing experiences and knowledge with all the members.
- This Federation brings together public institutions, promotion entities and private companies from 16 Latin American countries.

Quito (Ecuador), September 28, 2020. Quito Tourism Board, through the MICE Department, announces their have recently joined the exclusive list of members of the **Federation of Congress Organizers and Allied Organizations of Latin America - COCAL.** This Federation has been working since 1983 in the promotion and marketing of the Latin American region as destination for international events and maintains constant relationship with people and entities from the public and private sector.

Being a member of this federation will allow Quito to work hand in hand with other MICE destinations in the region. "We are very excited to be a member of COCAL, our commitment is to raise the MICE industry to its highest level by promoting the city of Quito as one of the leading destinations for events in Latin America", said Norma Back, MICE Director for Quito Tourism Board.

According to ICCA (International Association of Congresses and Conventions), in 2019, Quito hosted 25 international events. 36% of the events rotation was in Latin American countries and 32% of the events were with Inter-American rotation, and 75% of the events were hosted in hotel ballrooms.

Quito welcomes visitors from around the world with open arms!

QUITO

Quito se une a COCAL para impulsar la industria MICE en la ciudad

- Cocal es una Federación de carácter internacional que representa y potencia a todos los actores de la industria MICE en Latinoamérica.
- El ingreso de Quito a COCAL permitirá conocer y compartir experiencias, que contribuyan a fortalecer el segmento de reuniones en el destino.
- Cocal asocia a los buroes y promotores de la industria MICE de la Región, con presencia en 16 países del continente americano.

Quito (Ecuador), 18 de septiembre de 2020. La oficina de Quito Turismo, a través del departamento MICE, da a conocer la vinculación de la ciudad a la exclusiva lista de miembros de la Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina – COCAL. Esta federación trabaja desde 1983 por el fomento y el desarrollo de la industria del Turismo de Reuniones, Incentivos, Congresos, Eventos – MICE (por sus siglas en inglés), acompañando a todos los actores de la cadena de valor que hacen parte de esta industria, como: Organizadores, Proveedores y Generadores de Eventos, agrupados bajo la figura de asociaciones, buróes o DMCs, universidades, instituciones públicas y privadas; o bien como profesionales, empresas y corporaciones.

Esta membresía le permitirá a Quito trabajar de la mano con los demás destinos MICE de la región, teniendo en cuenta que los principales entes de promoción del turismo de reuniones del continente hacen parte de la Federación. "Estamos muy satisfechos al ser parte de COCAL, nuestro compromiso es elevar la industria MICE a su máximo nivel en la ciudad, posicionando a Quito como uno de los principales destinos para la realización de eventos en la región", afirma Norma Back, Directora MICE de Quito Turismo.

De acuerdo con cifras de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones – ICCA (por sus siglas en inglés), en 2019 Quito fue sede de 25 eventos de carácter internacional, donde 36% de éstos fueron de rotación latinoamericana y 32% interamericana, así como el 75% optó para su realización un salón de hotel, lo que demuestra la importancia de este segmento en el desarrollo económico del destino.

¡En Quito tenemos las puertas abiertas al mundo!

BOLETIN MICE: EVENTOS VIRTUALES
Fecha: 9 de septiembre del 2020.
Nos reactivamos, nos capacitamos y compartimos ideas.

La epidemia COVID-19 se ha extendido por todo el Mundo. Infinidad de eventos se han cancelado, afectando seriamente a la Industria de Eventos.

Quito no ha dejado de trabajar y sigue realizando eventos en conjunto con los diferentes sectores económicos de la ciudad. Hemos logrado importantes convocatorias, por ahora virtuales y de acuerdo a las disposiciones paulatinamente regresaran los eventos presenciales con el cumplimiento de todas las normativas sanitarias.

La innovación y las nuevas ideas nos reactivaran de manera pronta.
Te dejamos esta agenda con diversos temas para que te sumes a los temas que puedan interesarte.

- **Certificación de Sistemas Protección contra Tormentas Eléctricas.**

Para profesionales de la rama eléctrica en sistemas de protección contra tormentas eléctricas.

Orientado a profesionales eléctricos que requieran conocer las normativas UNE21.186:2011, y NFPA780
Fecha: 31 agosto al 4 de septiembre del 2020
Información en: http://www.fmelectrodo.com/producto/curso-de-pararrayos-ecuador/

- **Certificación oficial ABA funcional**

Para profesores, terapeutas del lenguaje, terapeutas ocupacionales, fisioterapeutas, psicólogos, para-profesionales, padres, cuidadores de personas con condiciones especiales.

Orientado a especialistas que trabajan con personas con necesidades educativas especiales.
Fecha: 13 y 14 de septiembre
Información en: https://www.neurodesarrolloquito.com/informacion-del-evento/certificacion-oficial-aba-funcional-quito-2020?fbclid=IwAR0fQnycoq6BliwfUqN1dvh2LBAgki1qalQCHo9SnLMktvZs_KCLUrdkhmA

- **Conversatorio Virtual "Configuración de Quito a partir de la declaratoria como Patrimonio Mundial"**

Se abordará los procesos de transformación social, político y cultural de Quito en el marco de la declaratoria como Patrimonio Mundial y las alternativas para potenciar el turismo cultural en escenarios post COVID 19

Orientado a profesionales de la industria turística
Fecha: 8 de septiembre
Información en: https://www.facebook.com/events/986800411836328?active_tab=about

- **Beneficios de la Actividad Física desde la perspectiva psicológica**

III Ciclo - Temática Nro. 19: Beneficios de la Actividad Física desde la perspectiva psicológica

Orientado a entrenadores y docentes de actividad física
Fecha: 9 de septiembre de 2020
Información en: https://bit.ly/3jkGcVh

- **Mundo Digital: Google Drive**

Se abordarán los beneficios de Google Drive como la sincronización del trabajo, los respaldos de información, la organización de datos, entre otros temas.

Orientado a nativos digitales y expertos en sistemas
Fecha: 10 de septiembre de 2020
Información en: https://cutt.ly/sfsYnPv ó https://www.conquito.org.ec/eventos/

- **Emprendedores exitosos en tiempos de COVID-19**

Conoce los comportamientos vitales que fortalecen las habilidades de empresarios para la creación y desarrollo de sus negocios a partir de la emergencia.

Orientado a emprendedores y creadores de nuevos negocios.
Fecha: 21 a 25 de setiembre de 2020
Información en: https://cutt.ly/SfdUMnZ ó https://www.conquito.org.ec/eventos/

- **Curso virtual Economía y Finanzas**

Este curso provee los conocimientos para profundizar el análisis del entorno económico nacional e internacional necesario para tomar decisiones y soluciones en la organización, así como desarrollar herramientas de análisis intuitivo de las principales variables económicas y de los sectores productivos.

Orientado a aprender los principios de las finanzas públicas y alineación en la planificación nacional.
Fecha: 24 de septiembre de 2020
Información en: https://www.facebook.com/events/escuela-de-empresas-usfq/curso-virtual-econom%C3%ADa-y-finanzas/302247494517169/

- **Curso virtual Optimizando la experiencia del cliente**

A lo largo del curso se describirán los principios del Customer Experience Management (CXM) así como los sistemas y herramientas que facilitan su optimización y mejora continua.
Orientado a compartir casos de éxito y mejores prácticas que servirán como modelo de referencia para los participantes, quienes aprenderán aplicando la metodología de gestión de la experiencia del cliente en sus propios negocios.
Fecha: 7 de septiembre del 2020
Información en: https://www.facebook.com/events/ecuador/expo-horeca-2020/219369552790760/

- **Experiencias laborales del Ingeniero Mecatrónica**

La finalidad es exponer acerca de cómo es el campo laboral

Orientado a profesionales titulados en Ingeniera Mecatrónica
Fecha: 10 de septiembre de 2020
Información en: https://cedia.zoom.us/meeting/register/tJEsce-hrD4oH9YCmE6V6HzsZ9kxJ8ZYW9nt?fbclid=IwAR0K0N3wAG6GnhfasUzOscQAZFJeF62Bbem9MnEDMWdTPFbUWzY7NQqgwsM

- **Los rostros visibles del personal de salud, en tiempos de pandemia**

Para fotógrafos que puedan plasmar en fotografía la expresión facial y corporal del personal de la salud de los establecimientos de la Red Pública Integral y la Red Complementaria de Salud, durante la atención brindada en la emergencia sanitaria que actualmente atraviesa el Ecuador

Orientado a fotógrafos amateur y profesionales
Fecha: 17 de septiembre de 2020
Información en: https://www.facebook.com/SaludEcuador/photos/a.485643081450024/3770121266335506/

- **Copa Cervecera Cuatro Mundos**

Orientado a personas que se quieran unir y formar parte de esta Copa Cervecera Edición Virtual, Organizada por la Asociación de Cerveceros Caseros del Ecuador
Fecha: 26 de septiembre de 2020
Información en: https://www.homebrewersassociation.org/events/copa-cuatro-mundos/

- **Primer Congreso del Nuevo Turismo**

Es un espacio académico y empresarial para vislumbrar los retos que enfrenta el sector turístico desde la perspectiva de productos, estrategias y mercadeo ante una nueva era.

Orientado a fomentar el debate, la discusión desde diversos enfoques y disciplinas, con el objetivo de aportar soluciones y vislumbrar futuras líneas estratégicas para la actividad turística.
Fecha: 25 al 27 de noviembre del 2020
Información en: https://neot.turistiqueros.com/

- **El Museo llega a ti con mediaciones digitales**

Las mediaciones digitales en la muestra permanente "De Quito al Ecuador" una propuesta histórica-museográfica del Centro Cultural Metropolitano.

Orientado a todo público
Fecha: 1 al 30 de septiembre del 2020
Información en:
https://api.whatsapp.com/send?phone=593939802192&text=Quiero%20reservar%20un%20cupo.

- **Historia del Arte: Las Obras Maestras del Renacimiento**

Explora las creaciones de los grandes maestros de este revolucionario momento, fomenta una apreciación no solo estética, si no crítica y sensible del arte.

Orientado a Todo público
Fecha: 8 de septiembre del 2020
Información en: https://www.facebook.com/events/universidad-san-francisco-de-quito/historia-del-arte-las-obras-maestras-del-renacimiento/2195842173880113/

- **Expo HORECA**

Encuentro de la Industria Hotelera y Gastronómica del Ecuador. En un mismo espacio encontrarás, la oferta y demanda de alimentos, bebidas, productos y equipamiento para hoteles, restaurantes, bares, cafeterías, catering, discotecas y FoodService para el Ecuador, favoreciendo un ambiente de negocios con compradores e importadores tanto locales como internacionales.

Orientado a proveedores, compradores, emprendedores, restauradores, distribución y comercialización de sus productos y/o servicios.
Fecha: 22 al 26 de septiembre del 2020
Información en: https://www.facebook.com/events/ecuador/expo-horeca-2020/219369552790760/

- **Curso Sistemas de Información Geográfica. Nivel Avanzado**

Capacitar a los participantes en las ventajas del uso de los SIG como herramienta de planificación.

Orientado a brindar a los participantes los conocimientos teóricos prácticos necesarios para el análisis de información temática como soporte para la toma de decisiones espaciales.
Desarrollar rutinas prácticas de aplicación del análisis espacial en modelos vector y raster.
Fecha: 7 al 11 de septiembre del 2020
Información en: https://www.facebook.com/events/174986673938874/

- **"El talento no es suficiente"**

En esta charla aprenderás conceptos y pautas que todo emprendedor creativo debe poseer para desempeñarse con efectividad.

Orientado al desarrollo de su proyecto y vivir de aquello que ama.
Fecha: 9 de septiembre del 2020
Información en:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeaKyK1otx14WSIkhnkeXI9mquNUDLMZjQiMLp_8aPYRLcBkg/viewform

- **Liderazgo auténtico & Inteligencia emocional**

Comprende las perspectivas del liderazgo a nivel personal y grupal, y sus relaciones

Orientado al bienestar, la salud y la productividad.
Fecha: 9 de septiembre del 2020
Información en: https://www.facebook.com/events/escuela-de-empresas-usfq/curso-liderazgo-aut%C3%A9ntico-inteligencia-emocional/2202903583337801/

Por favor para más información se pueden comunicar a:
+593 99 85 96 094
meetings@quito-turismo.gob.ec
Pasaje Oe3G Río Amazonas N51-20 y Calle N50B (Antiguo Aeropuerto)
O visitar: www.micequito.ec

Atentamente,

DIRECCIÓN MICE-QUITO TURISMO

Protocolos de Bioseguridad implementados por la industria hotelera.

- Espacios Patrimoniales del Centro Histórico para reuniones con los que cuenta Quito en la actualidad.

- Diferentes actividades que realiza la Industria de Reuniones de Quito en pro de su desarrollo y reactivación y noticias relacionadas a la reapertura paulatina del sector.

- Días nacionales e internacionales que tiene relación con la industria de reuniones

- Apoyo a eventos internacionales con nuevos formatos de difusión: Virtuales

- Apoyo Rutas Turísticas
  Fecha: 5 de diciembre Quito Tur Bous Ruta Centro Histórico

- Participación en concurso ICCA

Como una forma de mostrar todo el trabajo que ha realizado la dirección Mice se realizó un video para participar en un concurso de ICCA.

Se trabajó en un guión que contó desde el inició de la campaña Quito La Sede, los premios de la ciudad, la acreditación aeroportuaria, entre otras cosas.

Evento: Celebración del Día Internacional del Turismo (27 de septiembre)

Se realizó un evento el 27 de Septiembre para la firma del contrato entre Captur, Quito Turismo y otras ciudades. Se llevó a cabo en la iglesia del Museo de la Ciudad.

EVENTO: Quito Romance

Se realizó un evento el 12 de noviembre para el lanzamiento del nuevo producto de la ciudad Quito Romance; se llevó a cabo en el hotel Mama Cuchara y se realizó una transmisión en vivo.

El evento contó con una tea time para 32 personas, globos con helio para entregar a la entrada del hotel, la realización de una intervención del comediante Ave Jaramillo, una serenata Quiteña y una pareja donde la mujer estaba vestida de Quiteña bonita y un cooking class.

- **EVENTO DE EXHIBICIÓN DECORATIVA POR FIESTAS DE QUITO**

Por motivo de las fiestas de Quito se decoró en determinados lugares icónicos de la ciudad con flores, con el fin de motivar a los visitantes locales y nacionales a su visita. Se instalaron arreglos florales con carrozas y estantes con maceteros y flores en algunas iglesias, además se decoró algunos balcones del Palacio Arzobispal y el Palacio del Municipio.
Los lugares decorados son: Iglesia El Sagrario, Iglesia Compañía de Jesús, Iglesia de Santa Bárbara, Palacio Arzobispal, Monumento de la Independencia, Balcones del Municipio.

En este año 2020, debido a la declaratoria de pandemia mundial en el mes de marzo por el ascenso en contagios por el virus Covid-19 se han restringido las reuniones en espacios cerrados con el propósito de mitigar este ascenso y la industria de reuniones de la ciudad se ha visto afectada por las disposiciones coyunturales.

Las restricciones han ido cambiando, dependiendo del comportamiento del virus en la población quiteña en relación a la curva de contagios. Sin embargo, el Alcalde Metropolitano debido a la proximidad de las fiestas dispuso, el 17 de noviembre, suspender los eventos públicos por festividades de Quito debido al elevado aumento de contagios de Covid-19 en la capital, con el propósito de evitar las aglomeraciones no solo en eventos tradicionalmente

masivos, sino que también se concentran también buses fiesta, chivas, discotecas móviles o similares.

Parte de las acciones para atraer turistas locales y nacionales es crear productos turísticos y / o eventos por lo que se ha organizado un evento de exhibición en el cual incluye la decoración de determinados lugares y rincones icónicos del Centro Histórico que se enmarca en la promoción de la ciudad que se ha enfocado

- EVENTO NOVENA QUITEÑA

  La Dirección MICE con la misión de promocionar los espacios para la realización de eventos corporativos en la ciudad de Quito, ejecutó durante el mes de diciembre, una segunda acción dentro de este producto en la cual se desarrolló la recreación de la novena quiteña en 9 espacios diferentes que comprendían hoteles, venues históricos, contemporáneos y naturales con el objetivo de mostrar la versatilidad que cuenta la Capital respecto a infraestructura para eventos.
  En cada novena hubo una representación teatral de alguna leyenda quiteña, la lectura de cuatro pasajes y un coro con villancicos.
  En total se grabaron 9 videos.

QUITO
"La Chichera de Quito"
Novena
QUITEÑA

Meet In Quito
El primer día de la #NovenaQuiteña desde Swissôtel Quito. Ubicado en pleno corazón financiero de la ciudad cuenta amplios y modernos espacios. Para realizar tus próximos eventos y reuniones. Desde casa, recordemos nuestras tradiciones quiteñas. #MeetInQuito #QuitoDiferente #Cuidémonos #FelizNavidad
QUITO
Estamos por empezar
19h00
Novena
QUITEÑA
Visit Quito
Comparte con nosotros este primer día de la #NovenaQuiteña en el que hablaremos sobre la Reconciliación... Disfrutemos juntos nuestras tradiciones #NavidadQUITO #... See More
49
People Reached
7
Engagements
Boost Unavailable

IMPACTO GENERAL DE LA NOVENA QUITEÑA EN REDES SOCIALES

FACEBOOK
Alcance posts (20) orgánico + pauta: 59,298
Interacción: 5,744
Engagement: 9,6%

TWITTER
Alcance (8): 10,244
Interacción: 468
Engagement: 4,5%

METRICAS DIARIAS DE VISUALIZACION DE LA NOVENA QUITEÑA EN FACEBOOK

Según los datos arrojados por la red social Facebook desde donde se emitieron los capítulos de la novena al público nacional e internacional muestran un alcance de visualización de hasta 16.452 personas a quienes se pudo llegar con el mensaje de mostrar, además de esta centenaria tradición católica, a 9 de los innumerables espacios de eventos con los que cuenta Quito.
El alcance es diferente de las impresiones, que pueden incluir varias visualizaciones de los anuncios por parte de las mismas personas. La interacción es la suma de los "me gusta" + comentarios + compartidos siendo un total de 1.999

RESULTADOS	INTERACCIÓN	ALCANCE	ENGAGEMENT
DIA 1	503	2.715	19%
DIA 2	238	2.218	11%
DIA 3	249	2.369	11%
DIA 4	228	1.695	13%
DIA 5	124	1.666	7%
DIA 6	244	2.341	10%
DIA 7	135	766	18%
DIA 8	188	721	26%
DIA 9	90	1.961	5%
TOTAL, GENERAL	**1.999**	**16.452**	**12%**

1. Membresías

Destination International

A partir del mes de junio, la ciudad de Quito es miembro de Destinations International, la cual es una organización profesional que representa a organizaciones de destino y oficinas de convenciones y visitantes de todo el mundo.
Destinations International representa a más de 6000 profesionales de 575 organizaciones de destino en todo el mundo.
Proporciona a sus miembros recursos educativos, oportunidades de establecer contactos y beneficios de marketing disponibles en todo el mundo.

Cocal
A partir del mes de junio, la ciudad de Quito forma parte de COCAL como único representante de Ecuador ante este organismo.

La Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina agrupa Asociaciones Nacionales, Federaciones organizadores de eventos, Burós de Convenciones y afines de América del Sur, América Central y América del Norte, entre las actividades se da énfasis a la capacitación y el networking para los actores de la industria de reuniones y eventos de negocio.

Oportunidad que permitirá a Quito mayores acercamientos, alianzas y un desarrollo del segmento MICE para los próximos años.

Membresía ICCA:

En el mes de diciembre se realizó el pago de la membresía de Quito Turismo con ICCA Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA en inglés), que es una organización inicialmente fundada por un grupo de agencias de viaje con la finalidad de buscar intercambio e información sobre congresos y convenciones a nivel mundial relacionadas con la actividad turística en general, posteriormente se sumó toda la industria de las reuniones haciendo de esta organización una de las más representativas.

La afiliación de Quito a través de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo en ICCA aportara a:

- La reactivación de la industria de reuniones de la ciudad de Quito
- La captación efectiva de nuevos clientes y eventos internacionales
- Establecer contactos importantes en todos los sectores de la industria de convenciones
- Desarrollar los conocimientos a través de los diferentes programas de formación educación y conferencias realizadas por la asociación.

- La afiliación a ICCA asegura no solamente un gran prestigio, sino también ventajas para la promoción y la publicidad del destino como sede de eventos internacionales.
- Captación de eventos internacionales para los próximos años, con un potencial de poder acercarse a más de 10.000 potenciales eventos para la ciudad.

Acciones de junio

QUITO

Durante el mes de junio, la capital de los ecuatorianos continuó trabajando para mostrarse al mundo y por eso participó en la Conferencia Virtual X-Change, en la que se agruparon más de 150 meeting planners de diferentes lugares de Estados Unidos.

Además, las redes sociales permitieron incentivar a la Industria con información oportuna sobre las distintas atracciones que ofrece. Tours virtuales por los diferentes venues mostraron la infraestructura, capacidad hotelera, recursos tecnológicos y el privilegiado entorno geográfico y natural, donde destaca la ciudad de manera segura, moderna e interconectada.

CUENCA

La noche del 25 de junio, Cuenca mostró un espectáculo de luces en las cúpulas de su Catedral Mayor con los colores que identifican la insignia Cuenca Biosegura y Sostenible.

Este evento multicolor se pudo apreciar desde diferentes puntos de la ciudad y fue compartido en redes sociales por todos los espectadores.

Este espacio fue aprovechado para presentar la insignia Cuenca Biosegura y Sostenible, reconocimiento que se entregó a los establecimientos del sector turístico que cumplieron con la implementación de los protocolos de bioseguridad.

Evento - Focus Group: "Yo enfrento creativamente la contingencia promoviendo mi destino"

Fecha: 16 de diciembre

Formato evento: Presencial

Resultados: Como consecuencia del lanzamiento de Quito Romance se organizó este focus group con el objetivo de reunir a los principales actores del sector relacionado a la realización de bodas de la ciudad de Quito, estuvieron presentes cerca de 30 personas dentro de las cuales integró y como invitado internacional y como ponente a Roberto Ramírez reconocido wedding planner e infuencer mexicano.

Conversatorio con socios COCAL sobre las experiencias en la apertura o trámites para proponerla: Retos, Acciones por mejorar, Oportunidades

Fecha: 30 de septiembre del 2020
Formato: Virtual

Resultados: Cada destino miembro de COCAL presentó su estado de reapertura, acciones realizadas durante el período de la pandemia problemáticas, noticias positivas y requerimiento de acciones de reactivación que se podrían trabajar con COCAL.

Participación en el 59° Congreso Anual de ICCA 2020

Fecha: 1 al 3 de noviembre 2020
Mercado: América
Formato evento: híbrido
Resultados: reuniones con 5 potenciales eventos para ser traídos a Quito en los próximos años

ICCA organiza anualmente una serie de eventos, talleres y conferencias que tienen como objetivo el desarrollo continuo de los miembros de la asociación y generación de negocios. Además, dispone de una inmensa base de datos de los clientes que organizan encuentros y congresos internacionales, disponible únicamente para los miembros de la asociación.
Para el 2020 por motivo de la emergencia sanitaria provocada por la presencia del COVID-19, ICCA organizó su 59° Congreso Anual en formato híbrido, y en el cuál, la ciudad de Quito a través de la Dirección MICE de Quito Turismo participará en el HUB – Latin América: ICCA Member – Early bird del 1 al 3 de noviembre.
Dentro del evento se contó con una plataforma virtual que permitió a los participantes y asistentes establecer contactos, presenciar las sesiones educativas, realizar networking y conocer los contenidos disponibles. La edición de este año se focalizó en temas puntuales por región para el caso de Latinoamérica se realizó el HUB – Latin América: ICCA Member – Early bird.

ICCA Virtual Exchange

Fecha: 17 de noviembre 2020

Espacio en el que los destinos que forman parte de ICCA exponen e intercambian información sobre captación de eventos corporativos. En esta ocasión Quito participó junto con Bogotá y Santiago de Chile.

2. Alianzas

Parte de las acciones y estrategias de Quito es generar contactos y futuras alianzas con otras ciudades para poder afrontar y trabajar de la mano con otras ciudades de la región como es el Buró de convenciones de Bogotá el Buró de convenciones de Lima.

Acercamiento al Buró de Lima, con el objetivo de generar acciones en conjunto para la reactivación de la Industria de Reuniones a nivel Latinoamericano.

Alianza Latinoamericana

Como parte de las estrategias de reactivación se ha generado una alianza a nivel sudamericano con los principales Bureaus Latinoamericanos, con la finalidad de generar acciones que permitan realizar promoción de los destinos, intercambio de información como protocolos de bioseguridad, prácticas de sostenibilidad, generación de estadísticas, intercambio de experiencias, contactos, etc.

- 2 reuniones de trabajo con Burós de Convenciones de Bogotá, Sao Paulo, Buenos Aires y Lima para la generación de una Alianza Sudamericana MICE.

Alianza Latinoamericana

Como parte de las estrategias de reactivación se ha generado una alianza a nivel sudamericano con 5 Bureaus Latinoamericanos correspondientes a las ciudades de Bogotá, Lima, Buenos Aires, Sao Paulo y Quito.

El 16 de septiembre del 2020, se realizó la firma del Convenio de la Alianza MICE Sudamericana, realizado a través de un evento virtual que Quito Turismo lideró.

La Alianza MICE Sudamérica busca establecer acciones de promoción conjunta y de cooperación interinstitucional entre estos cinco destinos y sus organizaciones de promoción de la industria de reuniones, con el fin de contribuir al desarrollo promoción y posicionamiento de las ciudades como destinos MICE, así como incrementar la captación de eventos y reuniones.

El convenio de la Alianza MICE Sudamérica se encuentra basado en tres ejes de acción que se han establecido y priorizado en el corto, mediano y largo plazo.

Eje 1: Intercambio de buenas prácticas en términos de funcionamiento de cada buró, protocolos de bioseguridad para la reapertura y la reactivación de la industria de reuniones.

Eje 2: Campaña de promoción conjunta e imagen de la Alianza.

Eje 3: Intercambio de leads y de información que pueda servir a los demás miembros de la alianza, en casos de éxito relacionados con eventos ya realizados en los destinos.

Durante el mes de septiembre se realizaron las siguientes reuniones con los Burós de Convenciones de Bogotá, Sao Paulo, Buenos Aires y Lima para la generación de una Alianza Sudamericana MICE.:

- 3 reuniones previas para la organización del evento “Firma de Convenio”, construcción plan de acción y términos del Convenio de la Alianza MICE Sudamérica (2, 10 y 15 de septiembre 2020
- 1 Evento de Lanzamiento de firma de Convenio Alianza MICE Sudamérica (16 de septiembre 2020)
- 2 Reuniones de técnicas (21 y 29 de septiembre 2020)

Noticias generadas en torno al evento de Lanzamiento de firma de Convenio Alianza MICE Sudamérica

Publicaciones "Alinaza MICE Sudamérica"								
N°	MERCADO	FECHA DE PUBLICACION	PERIODISTA	NOMBRE DEL MEDIO	TIPO DE MEDIO	ASUNTO/ TITULAR DEL ARTICULO	Zona mencionada / Quito	LINK
1	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	EFE Noticias	Portal	Quito integra alianza sudamericana para reactivar la industria de eventos	Quito	https://vea.global/quito-integra-alianza-suramericana-para-reactivar-la-industria-de-eventos/
2	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	INFOBAE	Portal	Quito integra alianza sudamericana para reactivar la industria de eventos	Quito	https://www.infobae.com/america/agencias/2020/09/16/quito-integra-alianza-suramericana-para-reactivar-la-industria-de-eventos/?outputType=amp-type
3	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	Alianza Metropolitan News	Portal	Quito integra alianza sudamericana para reactivar la industria de eventos	Quito	http://noticias.alianzanews.com/187_america/7027395_quito-integra-alianza-suramericana-para-reactivar-la-industria-de-eventos.html
4	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	Ecuavisa	Portal	Quito integra alianza sudamericana para reactivar la industria de eventos	Quito	https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/644776-quito-integra-alianza-suramericana-reactivar-industria-eventos
5	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	Vistazo	Portal	Quito y otras cuatro ciudades de Sudamérica se unen para fortalecer turismo MICE	Quito	https://www.vistazo.com/seccion/enfoque/quito-y-otras-cuatro-ciudades-de-sudamerica-se-unen-para-fortalecer-turismo-mice
6	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	Marketing Insider Review	Portal	Nace Alianza MICE Sudamérica al unirse Quito Turismo con homólogos de Colombia, Argentina, Perú y Brasil	Quito	https://www.marketinginsiderreview.com/alianza-mice-turismo-sudamerica/
7	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	Factor Meetings	Portal	Sumar para multiplica: Alianza MICE Sudamérica	Quito	https://factormeetings.com/sumar-para-multiplicar-alianza-mice-sudamerica/
8	Latinoamérica	17/9/2020	Redacción	The Event Planner´s MagazineMDC Newsletter	Portal	Coalición Efectiva Firma de Alianza MICE Sudamérica: cinco ciudades, un objetivo	Quito	https://mdcmagazine.com/articulos/meeting-news/trade/coalicion-efectiva
9	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	Quito Informa	Portal	Quito Turismo anuncia alianza regional	Quito	http://www.quitoinforma.gob.ec/2020/09/16/quito-turismo-anuncia-alianza-regional/

10	Latinoamérica	18/9/2020	Redacción	La Hora	Portal	Quito hizo una alianza internacional para reactivar el turismo	Quito	https://www.lahora.com.ec/loja/noticia/1102328010/quito-hizo-una-alianza-internacional-para-reactivar-el-turismo-
11	Latinoamérica	16/9/2020	Redacción	Diario Libre / EFE	Portal	Quito integra alianza suramericana para reactivar la industria de eventos	Quito	https://www.diariolibre.com/actualidad/internacional/quito-integra-alianza-suramericana-para-reactivar-la-industria-de-eventos-DA21470773
12	Latinoamérica	17/9/2020	Redacción	Inversión Turística	Portal	Quito Turismo anuncia alianza regional para reactivar la industria de reuniones	Quito	https://inversion-turistica.com/2020/09/17/quito-turismo-anuncia-alianza-regional-para-reactivar-la-industria-de-reuniones/
13	Colombia	16/9/2020	Redacción	LADEVI	Portal	Alianza MICE Sudamérica impulsará el turismo	Quito	https://ecuador.ladevi.info/alianza-mice-sudamerica/impulsara-el-turismo-reuniones-n25416
14	Colombia	16/9/2020	Redacción	El Espectador	Portal	Turismo de reuniones: nació la Alianza MICE Sudamérica y Bogotá hace parte de ella	Quito	https://www.elespectador.com/noticias/mundo-destinos/turismo-de-reuniones-bogota-hace-parte-de-la-alianza-mice-sudamerica/
15	Colombia	21/9/2020	Redacción	Asociación Colombiana de la Industria de Ferias, Congresos, Convenciones y Actividades Afines	Portal	Bogotá hace parte de la Alianza MICE Sudamérica	Quito	http://aifec.org/2020/09/21/bogota-hace-parte-de-la-alianza-mice-sudamerica/
16	Brasil	16/9/2020	Redacción	Panrotas Corporativo	Portal	Alianza MICE Sudamérica reúne destinos mirando retomada	Quito	https://www.panrotas.com.br/viagens-corporativas/destinos/2020/09/alianza-mice-sudamerica-reune-destinos-mirando-retomada_176631.html
17	Brasil	16/9/2020	Redacción	HOTELIERNEWS	Portal	HOMENOTICIAS ALIANZA MICE SUDAMERICA REUNE DESTINOS EM PROL DA RETOMADA DE EVENTOS	Quito	https://hoteliernews.com.br/alianza-mice-sudamerica-reune-destinos-em-prol-da-retomada-de-eventos/
18	Brasil	16/9/2020	Redacción	Brasilturis jornal	Portal	MICE: Entidades latino-americanas lançam Alianza Mice Sudamérica	Quito	https://brasilturis.com.br/mice-entidades-latino-americanas-lancam-alianza-mice-sudamerica/
19	Brasil	17/9/2020	Redacción	Diário do Turismo	Portal	Alianza Mice Sudamérica lançada para promoção conjunta de destinos	Quito	https://diariodoturismo.com.br/alianza-mice-sudamerica-lancada-para-promocao-conjunta-de-destinos/
20	Argentina	16/9/2020	Redacción	La Gaceta	Portal	Buenos aires, Bogotá, Lima, San Pablo y Quito crearon una alianza de turismo de reuniones	Quito	https://www.lagaceta.com.ar/nota/860816/actualidad/buenos-aires-bogota-lima-san-pablo-quito-crearon-alianza-turismo-reuniones.html
21	Argentina	16/9/2020	Redacción	Daily Traveling News	Portal	Se realizó el acto de lanzamiento de la Alianza MICE Sudamérica	Quito	https://dailyweb.com.ar/noticias/val/36714/se-realizo-el-acto-de-lanzamiento-de-la-alianza-mice-sudamerica.html
22	Argentina	16/9/2020	Redacción	Grupo La Provincia.com	Portal	Buenos Aires y otras 4 ciudades sudamericanas conforman una Alianza inédita de Turismo de Reuniones	Quito	https://www.grupolaprovincia.com/amp/zona/buenos-aires-y-otras-4-ciudades-sudamericanas-conforman-una-alianza-inedita-de-turismo-de-reuniones-570212

23	Argentina	16/9/2020	Redacción	Crónicas desde el Sur del Mundo	Portal	Presenta la inédita Alianza MICE Sudamérica, de cinco ciudades para el turismo de reuniones	Quito	https://cronicasdelsur.com/presentan-inedita-alianza-mice-sudamerica-de-cinco-ciudades-para-el-turismo-de-reuniones/
24	Argentina	18/9/2020	Redacción	Mensajero Web	Portal	Se estableció la Alianza MICE Sudamérica	Quito	https://mensajero.com.ar/2020/09/18/se-establecio-la-alianza-mice-sudamerica/
25	Argentina	16/9/2020	Redacción	LADEVI Argentina	Portal	Alianza MICE Sudamérica impulsará el turismo de reuniones	Quito	https://argentina.ladevi.info/alianza-mice-sudamerica/impulsara-el-turismo-reuniones-n25416
26	Argentina	16/9/2020	Redacción	El Argentino	Portal	Las Alianzas del Turismo de Convenciones	Quito	https://www.diarioelargentino.com.ar/noticias/209129/las-alianzas-del-turismo-de-convenciones
27	Argentina	17/9/2020	Redacción	Sentí Argentina Portal de Noticias de Rturismo y Cultura	Portal	El Buenos Aires Convention & Visitors Bureau Anuncia la Alianza para Trabajar como Región de Cara a la Reactivación de la Industria MICE	Quito	https://sentiargentina.com/el-buenos-aires-convention-visitors-bureau-anuncia-la-alianza-para-trabajar-como-region-de-cara-a-la-reactivacion-de-la-industria-mice/
28	Argentina	21/9/20120	Redacción	Report News	Portal	Nace la Alianza MICE Sudamérica	Quito	https://reportnews.la/blog/2020/09/21/nace-la-alianza-mice-sudamerica/
29	Perú	16/9/2020	Redacción	Gestión	Portal	Lima integra alianza sudamericana para reactivar la industria de eventos	Quito	https://gestion.pe/peru/lima-integra-alianza-sudamericana-para-reactivar-la-industria-de-eventos-noticia/?ref=gesr
30	Perú	17/9/2020	Redacción	Hotel Perú News	Portal	El Buró de Convenciones de Lima parte de Alianza MICE	Quito	https://hotelperunews.com/el-buro-de-convenciones-de-lima-parte-de-alianza-mice-sudamerica/
31	Perú	18/9/2020	Redacción	Portal de Turismo	Portal	Buró de Convenciones de Lima anuncia alianza regional para reactivar industria de eventos	Quito	https://portaldeturismo.pe/noticia/buro-de-convenciones-de-lima-anuncia-alianza-regional-para-reactivar-industria-de-eventos/

Intercambio de experiencias Alianza MICE Sudamérica, hacia la reactivación del turismo de reuniones organizado por la Municipalidad de Lima y el Buró de Convenciones de Lima

Fecha: 25 de septiembre del 2020
Formato: Virtual

Resultados: Posterior a la firma del Convenio de la Alianza MICE Sudamérica, la Municipalidad y el Buró de Convenciones de Lima, llevó a cabo la presentación "Trueque de experiencias de cinco destinos latinoamericanos referentes en la industria de reuniones de Latinoamérica", en el que se presentaron oportunidades y tendencias en el futuro de la industria de reuniones por parte de los cinco destinos que conforman la Alianza: Bogotá, Quito, Lima, Buenos Aires y SaoPaulo.

3. Posicionamiento de Quito en el ranking ICCA

En el mes de junio 2020, la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA, ha enviado el reporte estadístico de los eventos realizados a nivel mundial durante el año 2019, y el en cual se aprecia la situación de Ecuador y de Quito en relación con los eventos de asociaciones de profesionales.

En relación con la posición de Quito en América del Sur, la ciudad sube un puesto en el ranking de ICCA, ocupando la ubicación Nr. 11, donde compitió con 40 destinos sudamericanos. En Sudamérica se realizó el 72% de todos los eventos en América Latina durante el 2019.

Con relación a Ecuador, el destino fue sede de 44 eventos internacionales y ocupa el puesto Nr. 58 a nivel mundial.

El **65%** de los eventos realizados en Ecuador se desarrollaron en Quito

4. Capacitación

Semana MIce

El 14 de abril a nivel mundial se celebra el día de la industria de reuniones (MICE) y desde la dirección mice se procedió a realizar una semana entera de mice para capacitar a los diferentes actores de la ciudad sobre la importancia de esta industria y las oportunidades que se tienen a futuro. Estuvieron panelistas nacionales, internacionales y academia. Con

más de 600 personas capacitadas y con un alto porcentaje de satisfacción a los temas planteados por la dirección Mice.

Fecha	Hora	Tema
Martes 14 de abril 2020	16H00 - 18h00	Líderes de opinión Internacionales
Miércoles 15 de abril 2020	14h30 - 15h30	"Cambios de la Industria MICE post COVID19. Los aprendizajes, retos y oportunidades de esta crisis
Jueves 16 de abril 2020	17h00 - 18h00	Experiencias, conocimientos y reflexiones sobre los eventos desde la Academia UIDE, UTE y PUCE
Viernes 17 de abril 2020	14h30 -15h30	Turismo MICE: Análisis y proyecciones
Viernes 17 de abril 2021	15h30 -16h30	El rol de los hoteles en la cadena de valor del turismo MICE
Viernes 17 de abril 2021	16H30 - 17H30	Los eventos deportivos en la oferta del turismo MICE: Caso Roger Federer

1.1. Patrimonio Cultural de Quito y su aporte para el turismo y eventos

En el mes de mayo se procedió a realizar el evento virtual de capacitación ¿Conoces el Patrimonio Arquitectónico de Quito y su aporte al recurso turístico y a eventos? Junto con la Unesco, el instituto de patrimonio la universidad San Francisco, los directores de Flora y Quito Turismo.

La Dirección MICE junto con la Dirección de Calidad de Quito Turismo, realizó una capacitación a los representantes de la Fundación Museos de la Ciudad. Poniendo en conocimiento los protocolos de bioseguridad que al momento a nivel nacional para eventos.

Charla sobre Implementación de Protocolos de Bioseguridad y Revisión de la Resolución 060 y Ordenanza Municipal 010.

Fecha: 25 de septiembre del 2020

Formato evento: Virtual
Resultados:

- Capacitación a 47 representantes de la empresa privada de Quito, involucrados con la industria de reuniones

- "Regularización de organizadores de eventos y protocolos de bioseguridad"
  Audiencia: organizadores de eventos de la ciudad de Quito
  Número de participantes: más de 37 participantes

5. COLABORATORIOS

Espacio generado para pensar en conjunto Quito Turismo y la empresa privada para articular acciones en la industria de reuniones, después de la emergencia sanitaria generada por el Covid19 Conocer las acciones positivas, sus historias e ideas a futuro para retornar a una nueva normalidad.

6. CONECTIVIDAD AÉREA

La conectividad aérea es definida como una media global del nivel de servicio disponible que considera factores como la variedad e importancia económica de los orígenes y destinos, la fiabilidad y la frecuencia de los vuelos y sus conexiones.

Mientras más conectividad aérea mayor será la captación de turistas internacionales y mayor el intercambio comercial y de negocios entre países.

Para ello MICE, ha iniciado un acercamiento con los diferentes actores que manejan y controlan la conectividad, con el objetivo de apoyar en temas de promoción de Quito y poder atraer más vuelos y rutas a Quito.

Se hizo el acercamiento con el área de conectividad del Ministerio de Turismo, con la Dirección de Aviación Civil y con Quiport para ponernos a las órdenes en lo que requieren para aportar con el turismo de Quito.

Apoyo a Quiport en la comunicación durante la apertura de sus actividades, así de la apertura de las aerolíneas que están ingresando nuevamente a Quito:

- Aircanada – Cargo
- American Airlines
- Aeroméxico

Apoyo a Quiport en la comunicación del progresivo aumento en las operaciones del Aeropuerto Mariscal Sucre con sus respectivas medidas de bioseguridad y reconocimientos internacionales que garantizan a los pasajeros una terminal aérea con servicio de calidad.

Mientras más conectividad aérea mayor será la captación de turistas internacionales y mayor el intercambio comercial y de negocios entre países.

Apoyo a Quiport en la comunicación del progresivo aumento en las operaciones del Aeropuerto Mariscal Sucre con sus respectivas medidas de bioseguridad y reconocimientos internacionales que garantizan a los pasajeros una terminal aérea con servicio de calidad.

7. ACERCAMIENTO A ACTORES LOCALES MICE

Como parte de las acciones de reactivación de la industria de reuniones de la ciudad de Quito, la Dirección MICE de Quito Turismo, se planificó una serie de visitas de trabajo a los principales venues. El objetivo de las visitas es retomar la comunicación con los representantes de la empresa privada, conocer su situación actual, las medidas de bioseguridad que han implementado para la realización de eventos, y su adaptación de espacios y servicios que ofertan y que se han adaptado a la "nueva normalidad". Estas visitas que continuaran en el mes de septiembre permitirán realizar un registro fotográfico para apoyar con la elaboración de boletines y capsulas informativas que permitan la promoción de estos espacios. Durante el mes de septiembre se realizó la visita a los hoteles:

- Hotel Sheraton
- Swissotel Quito
- Hotel Wyndham Garden Quito
- Hotel Quito
- EB by Eurobuilding
- Garden San José de Puembo
- Hotel Dann Carlton

Conclusiones y recomendaciones:

Desde la Dirección MICE se ha previsto trabajar en tres públicos (prensa, trade y asociaciones) y tres pilares de los cuales se derivan algunas estrategias, las cuales son:

1.2. Reforzamiento de la imagen del destino

- Se ha obtenido un buen tráfico en la web mice y las redes sociales durante los primeros meses y se recomienda continuar con la promoción del destino Quito a través de las herramientas digitales actuales e ir implementando más campañas y mayor acercamiento con nuestro público objetivo.
- Se recomienda continuar con las campañas a través de redes sociales sobre qué es la industria de reuniones (mice) campañas de reactivación del segmento mice junto con la empresa privada.
- Se recomienda seguir con la web de MICE enfocándose en el destino y en la nueva realidad y manera de hacer eventos.
- Se recomiendo realizar promoción digital de los nichos MICE: Congresos, ferias, viajes de incentivos y serfm (social, educativo, religioso, familiar y militar).

1.3. Oportunidades para la industria privada

- Continuar con las reuniones con el sector turístico y de Mice privado para trabajar conjuntamente estrategias que permitan regresar correctamente y pronto a las actividades.

1.4. Competitividad del destino

- Las capacitaciones y certificaciones a la empresa privada son herramientas que permitirán a la industria privada tener mayor conocimiento de las tendencias Mice y lo que ahora exige el turista de reuniones.

  Se propone que se realicen capacitaciones para el segmento MICE de los siguientes temas:

  1.4..1. Seguros para eventos (antes y luego del Covid 19)
  1.4..2. Salud Pública
  1.4..3. Protección de datos
  1.4..4. Transformación digital
  1.4..5. Cómo comunicar
  1.4..6. Ventas (incluye canales de distribución, alianzas etc.)

Adicionalmente, es muy importante continuar y generar más datos estadísticos de fuentes primarias y secundarias que a futuro pueda generar mayores datos que podrá ser analizados para tomar decisiones estratégicas.

Responsable:

Firmado electrónicamente por:
NORMA CRISTINA BOCK IRIGOYEN

NORMA CRISTINA BOCK
Directora de MICE

5.4.4. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Comunicación en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **90% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área).

Eficiencia. - Lo cual ha sido realizado con un **99% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: Comunicación

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado / % TECNICO del proyecto ANUAL	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
COMUNICACIÓN	90%		99%	84%	100%	90%
	GESTION	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO	% PAGADO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.-% AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro 7. Resumen AVANCE por proyectos QT – Comunicación

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
COMUNICACIÓN MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	GESTION DE COMUNICACIÓN DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	01 COMUNICACION DE ACCIONES CIUDAD NACIONAL E INTERNACIONAL	90%	129.700,00	113.142,23	-	113.142,23
	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	01 GASTOS COMUNES DE COMUNICACION	100,00%	15.324,00	13.577,07	-	13.577,07
		Sub Total Comunicación		**145.024,00**	**126.719,30**	**-**	**126.719,30**
	Administración del Talento Humano COMUNICACIÓN	01 TALENTO HUMANO DE COMUNICACION	98,28%	161.397,41	140.454,67	-	138.041,07
		Total Comunicación + TH	**89,74%**	**306.421,41**	**267.173,97**	**-**	**264.760,37**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

5.4.4.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

ACCIONES REALIZADAS Y RESULTADOS ALCANZADOS

La Dirección de Comunicación de Quito Turismo ha trabajado en varias acciones para generar reconocimiento y desarrollo de la industria turística, basados en los siguientes ejes:

- **Relaciones Públicas:** Se han realizado y socializado boletines de prensa a la base de datos del sector y medios de comunicación, así como entrevistas sobre temas de actualidad de la institución y desarrollo de contenidos comunicacionales para difusión.
- **Diseño:** Se han generado artes y propuestas gráficas, en torno a temas específicos, eventos, momentos, fechas, atractivos, cobertura de eventos.
- **Redes sociales:** Se han creado diferentes estrategias de promoción en redes sociales institucionales para la difusión y socialización de eventos promocionales e institucionales.

Es necesario mencionar que la Dirección de Comunicación ha trabajado en conjunto con áreas específicas de Quito Turismo para temas de difusión, logística, manejo de imagen, protocolo, apoyo en eventos, entrega de material audiovisual, entre otros. Además, resaltar que todos los boletines

de prensa, piezas gráficas y contenido para redes sociales, son aprobados por la Secretaría de Comunicación del Municipio de Quito, previo su publicación.

RELACIONES PÚBLICAS

Noticias free press

Los boletines de prensa sobre el destino Quito fueron enviados a bases de medios de comunicación nacional (radio, televisión, prensa, revistas y web), mismos que permitieron alcanzar un free press de más de 2.000 *noticias* sobre el destino Quito y Quito Turismo en los meses de enero a diciembre del presente año. A continuación, el detalle de las noticias (boletines de prensa) generadas mensualmente:

MES	2020
ENERO	4
FEBRERO	4
MARZO	21
ABRIL	12
MAYO	9
JUNIO	10
JULIO	14
AGOSTO	12
SEPTIEMBRE	19
OCTUBRE	8
NOVIEMBRE	13
DICIEMBRE	12
TOTAL	138

Nota: Cabe indicar que debido a la emergencia sanitaria por COVID-19, se activa el plan de comunicación en crisis, mismo que busca mantener informado a nuestro público de todos los cambios y alertas que se produzcan de manera inmediata, exhortando a mantenerse informados por canales oficiales.

Valoración Free Press

- En el siguiente cuadro se puede observar las noticias gestionadas para publicación gratuita junto con el número de entrevistas realizadas por la vocera de la Institución, que permiten obtener un media value (free press) noticioso.

Acumulado Noticias free press, publicadas de enero a diciembre 2020

Noticias difundidas por mes y por medio, de enero a diciembre 2020

MEDIOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Prensa	-	78	9	26	36	56	10	67	131	114	133	33
TV	-	93	0	7	7	10	2	42	60	69	74	13
Radio	-	27	1	2	12	7	2	40	36	91	55	6
Medios digitales	-	38	3	9	20	58	24	100	142	139	152	43
Revistas	-	0	0	2	0	1	0	0	3	4	8	2
TOTAL	**-**	**236**	**13**	**46**	**75**	**132**	**38**	**249**	**372**	**417**	**422**	**97**

Media value, de enero a diciembre 2020

Febrero: 2´086.375,92	Febrero: 695.458,97
Marzo: 149.633,40	Marzo: 49.877,80
Abril: 372.609,87	Abril: 124.203,29
Mayo: 446.023,82	Mayo: 148.674,72
Junio: 883.551,33	Junio: 294.517,11
Julio: 210.887,31	Julio: 70.295,77
Agosto: 1´698.890,43	Agosto: 566.296,81
Septiembre: 2´327.127,45	Septiembre: 775.709,15
Octubre: 3´245.616,84	Octubre: 1´081.872,28
Noviembre: 3´489.900,48	Noviembre: 1´163.300,16
Diciembre: 696.546,54	Diciembre: 232.182,18

En resumen

138	• Boletines institucionales y de destino
205	• Entrevistas generadas a voceros de la institución
15´607.163,39	• Media value noticioso hasta diciembre
5'202.388,24	• Media value publicitario hasta diciembre

a. COBERTURAS

La Dirección de Comunicación gestiona la convocatoria de medios de comunicación, a diversos eventos que realiza la institución, donde se recibe a los medios y se coordinan entrevistas in-situ con autoridades. Incluye temas de logística y protocolo. Además, se realiza la cobertura para redes sociales institucionales junto con cobertura fotográfica. Debido a la emergencia sanitaria que vive la ciudad, se hace el acompañamiento con todas las medidas de bioseguridad.

b. BOLETINES Y COMUNICADOS DE PRENSA

La Dirección de Comunicación ha generado 138 boletines/comunicados de prensa, mismos que han sido socializados y enviados a la base de datos, que incluye medios de comunicación y todo el sector turístico.

c. PAUTA PUBLICITARIA

En febrero, se pautó en medios ATL y BTL para promocionar Carnavalff 2020.

Inserto Diario El Comercio
Inserto Diario Metro
Lonas en vallas municipales
Brandeo de buses

En noviembre y diciembre, se pautó la campaña 'Escapadas Quiteñas' en el medio de comunicación: Ecuavisa.

En diciembre, se pautó en la plataforma Spotify.

d. ACCIONES ATL Y BTL

En septiembre, se realizó una activación por parte del Grupo Ñucanchi Allpa en la Plazoleta de la Iglesia de Santa Bárbara, como recibimiento a los visitantes que llegaban a bordo del Quito Tour Bus en el marco de los recorridos 'Nos vemos en el Centro', como parte del Plan de Reactivación del Centro Histórico de Quito.

e. OTRAS ACCIONES

- En septiembre, se imprimieron 5 roll ups sin estructura:
  - Turismo Grande Otra Vez.
  - Quito Saldremos Juntos.
  - El Quinde Shop & Visitor Center.
  - Iglesia El Sagrario.
  - Reserva Maquipucuna.

  *Se optimizaron estructuras antiguas que ya no se usaban.

- En septiembre, se realizó el montaje y desmontaje del evento: Entrega del Sello 'Safe Travels' a Quito, en la Administración Zonal de Los Chillos.

- En diciembre, se realizó un recorrido y evento para medios de comunicación. Además, se desarrollaron productos promocionales como: sombreros, mascarillas y frascos de alcohol.

f. AGENDA DE MEDIOS

Se han generado 205 espacios en diferentes medios de comunicación para difusión de temas institucionales y promocionales en radio, televisión y prensa. Desde el mes de marzo, debido a la emergencia sanitaria, se atienden entrevistas ya sea por la plataforma Zoom o vía telefónica.

g. REDES SOCIALES

Algunas de las principales campañas y proyectos que se han promocionado de enero a diciembre de 2020 son:

Carnaval	ANATO 2020	Concurso de fanescas UDLA
Inauguración Hotel Hampton	Carnaval Quito 2020	Publicación a museos que no pertenecen a la Red de Museos
Reunión Chocó Andino	Visita Ex ministro argentino	Entrega de kits alimentos
PressTrip Andy Harries	Entrega reconocimiento FEDAK	Boletines de prensa COVID-19
Taller de Promotores	Reuniones Teletrabajo	Boletines de prensa sector turístico
Visita expertos mexicanos	Reuniones representantes de la industria	Semana MICE
FITUR Madrid	Visita de 50 Best	Semana Santa 2020
Capacitación Agentes Buenos Anfitriones	Inauguración Le parc Hotel	Capacitaciones
Catedráticos Españoles	Capacitaciones calidad turística	Implementación de protocolos de bioseguridad en establecimientos turísticos
Taller socialización prevención	Reunión Casa del Agave (futura	Camino de los Andes

COVID	inauguración)	
Iglesia de Santa Bárbara	Mariscal al Aire Libre	Expedia
Nos vemos en el Centro	Quito la próxima sede	Safe Travel
Local Seguro	Aforo COE	Intiñan

Estos meses se han utilizado los siguientes hashtags en redes sociales con el fin de reforzar y consolidar eventos y noticias importantes que desarrolla Quito Turismo o el Municipio de Quito:

#ChocóAndino	#QuitoGrandeOtraVez	#TurismoGrandeOtraVez
#Quito	#CarnavalQuito2020	#QuitoAlegreOtraVez
#FITUR2020	#CapitalDelCentroDelMundo	#CentroDelMundo
#fitur_madrid	#HamptonHotels	#VitrinaTurísticaAnato
#Coronavid19	#EcForoGlobalMigración	#ANATO2020
#TELETRABAJO	#TuHistoriaComienzaEnQuito	#Carnavalff
#Covid19	#DíaInternacionalDelGuíaTurístico	#EcuadorEnAnato
#BOLETÍN	#CONECTIVIDAD	#QuédateEnCasa
#AHORA	#Worlds50Best	#INVERSIONES
#MICE	#FestivalDelChocóAndino	#INFORMATIVO
#WTCF	#QuédateEnCasa	#CasaDelAgave
#Nanegal	#DisciplinaParaVolver	#NOVEDADES
#Turismo	#SEMANASANTA2020	#EMPRENDIMIENTO
#Covid19	#Resurrección	#ALIMENTOS
#Covid19ec	#SemanaSanta2020	#EMPRENDIMIENTO
#SemanaMayor	#CapitalDelCentroDelMundo	#CAPACITACIÓN
#Jesús	#YaNoFaltaMucho	#JesúsDelGranPoder
#TurismoRural	#DomingoDeRamos	#OFERTATURÍSTICA
#NOVEDADES	#TurismoReligioso	#BOLETÍN
#Guayasamin	#TurismoCreativo	#DistintivoQ
#DíaDelTrabajo	#NoTeRelajes	#3PasosdeVida
#SabíasQue	#Neowise	#Andes
#UnMundoMejorSiEsPosible	#ReactivaTuNegocio	#TuHistoriaComienzaEnQuito
#CaminoDeLosAndes	#MesDelTurismo	#IglesiaSantaBárbara
#México	#Noticias	#LaMariscalAlAireLibre
#3PasosDeVida	#EspacioPúblico	#SeguridadIntegral
#QuitoPatrimonioMío	#QuitoLindo	#PróximaSede
#Patrimonio	#CentroHistórico	#Trolley
#Noroccidente	#Pahuma	#Guápulo
#LaMariscal	#Pichincha	#FundaciónGuayasamín
#Sede	#MeetInQuito	#PatrimonioDeLaHumanidad
#USA	#Canada	#SafeTravel

#DestinoSeguro	#NosVemosEnElCentro	#Nanegal
#Chocolate	#CalidadTurística	#LaSede
#Francia	#quiteño	#DistintivoQ
#SabíasQue	#QuitoSeCuida	#LaRonda
#AdventureElevate	#HistoricCenter	#YourStoryBeginsInQuito
#TourismMonth	#Equinoccio	#IntiÑan
#GarcíaMoreno	#CulturaEnTerritorio	#QuitoMiTradición
#QuitoListo	#EscapadasQuiteñas	#QuitoSeCuida
#DíaLavadoManos	#QuitoProductivoOtraVez	#NosVemosEnLaMariscal
#DíaInternacionalDelChef	#PhotoWalk	#NosVemosEnElCentro
#1MillónDeÁrboles	#QuitoVerdeOtraVez	#LaMariscal
#QuitoMiTradición	#RutaDelChocolate	#Cacao
#Noroccidente	#ClubMiles	#3PasosDeVida
#QuitoSeReactiva	#AméricaLatina	#QuitoDestinoSeguro
#EscapadasQuiteñas	#QuitoLindo	#NoTeRelajes
#Boletín	#EBeyondAmericaSummit2020	#SabíasQue
#QuitoLaSede	#AlianzaMICESudamérica	#MICETalk
#QuitoConEllas	#QuitoRomance	#QueQuitoViva
#ConfiableYSaludable	#MICETALKSRELOADED	#EscapadasQuiteñas
#RutasTuristicas	#QuitoLindo	#SeamosLuzOtraVez
#EncontremosALuchito	#Destinathon	#Navidad2020
#Comunicado		

Engagement fue de 67.07, con puntos a la baja.

A continuación, el crecimiento en redes hasta diciembre de 2020:

ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio /día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio /día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio /día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio /día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio /día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio /día TW

136.767	33,2%	136.730	35,5%	136.782	45,0%	136.652	37,1	136.510	35,9%	136.302	52%
6.598	2,8%	6.743	2,6%	7.087	2,7%	7.400	2,8%	7.631	1,5%	7.695	2,6%

JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio/día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio/día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio/día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio/día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio/día TW	Seguidores	Engagement FB Interaccion promedio/día TW
135.092	37,94%	136.100	37,1%	136.079	41,16%	135.026	35,37%	136.065	94,94%	8.133	67,00%
7.719	2,2%	7.844	2,3%	7.821	2,10%	7.837	1,80%	7.950	2,30%	140.132	1,40%

h. DISEÑO

De enero diciembre de 2020 se han elaborado alrededor de 1.797 piezas diseñadas para difundir y promocionar a la ciudad.

En diciembre se ha realizado: 264 tomas de video, 600 fotografías y 25 productos

CONCLUSIONES

La Dirección de Comunicación brinda el soporte necesario a todas las actividades que se realizan dentro y fuera de la Institución como por ejemplo entrevistas, reuniones y eventos. De igual manera se genera un acercamiento permanente con medios de comunicación con el fin de conseguir espacios de entrevista para la vocera principal y socializar productos comunicacionales como videos, artes, playgrounds, boletines y newsletters.

RECOMENDACIONES

- Se requiere actualizar el equipo informático de la Dirección de Comunicación para producir con mayor calidad y rapidez los productos comunicacionales requeridos y de la misma manera, adquirir nuevos equipos tecnológicos para una mejor elaboración de los mismos.
- Es necesario que cada dirección, envíe una planificación mensual de las acciones que requieran que sean difundidas por la DIRCOM.

Responsable:

Acciones ejecutadas e informe elaborado por:
Gabriela Suárez, Directora de Comunicación, a diciembre de 2020

Informe revisado por:

Firmado electrónicamente por:
CAROLINA ELIZABETH CHAVEZ ATI

CAROLINA CHÁVEZ ATI
Directora de Comunicación, a enero de 2021

5.4.5. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Desarrollo en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **97% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

Eficiencia. - Lo cual ha sido realizado con un **88 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla 2. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: DESARROLLO

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
	% TECNICO del proyecto ANUAL					
DESARROLLO	97%	0,18%	88%	85%	100%	97%
	GESTION	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO	% PAGADO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT – Desarrollo

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
DESARROLLO MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS EXISTENTES Y POTENCIALES EN ZONAS URBANAS Y RURALES DESARROLLADOS Y FORTALECIDOS.	DESARROLLO URBANO	01 GESTION TURISTICA	94%	540.500,00	251.330,00	670,00	241.041,00
	DESARROLLO RURAL	01 PROYECTOS TURISTICOS	100,00%	220.050,00	20.000,00	90,00	18.432,00
	GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	01 GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	58,87%	104.370,00	64.119,86	136,00	37.746,32
		Sub Total Desarrollo		**864.920,00**	**335.449,86**	**896,00**	**297.219,32**
	Administración del Talento Humano DESARROLLO	01 TALENTO HUMANO DE DESARROLLO	87,80%	367.557,46	226.483,22	91,48	198.849,09
		Total Desarrollo + TH	**96,68%**	**1.232.477,46**	**561.933,08**	**987,48**	**496.068,41**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

5.4.5.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO

1. ANTECEDENTES

La Dirección de Desarrollo nace con la conformación de la Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo, ya que es la encargada de cumplir por lo menos dos de los objetos principales descritos en el OM # 309 de creación de la empresa, que son:

- "Desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, tales como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras"; y

- "Prestar servicios públicos relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística".

Las acciones principales en el 2020 se encuentran alineadas al Plan Estratégico de Turismo del DM Quito 2021.

2. OBJETIVOS

Objetivo General

- Gestionar el desarrollo y diseñar productos/servicios del Distrito Metropolitano de Quito para garantizar la experiencia positiva del visitante al destino.

Objetivos específicos

- Desarrollar y diseñar productos y/o servicios turísticos sostenibles, competitivos e innovadores potenciando los recursos humanos, naturales y culturales del Distrito Metropolitano; en base al Plan Estratégico y Gestión de Destino anual.

- Generar permanentemente procesos de investigación que sirvan de base para la mejora y creación de productos turísticos innovadores.
- Implementar infraestructura, equipamiento y facilidades en lugares detectados como atractivo turístico del DMQ.
- Brindar servicios de apoyo y asistencia técnica para el mejoramiento de la competitividad del sector público.

3. PROPUESTA OPERATIVA

La Dirección de Desarrollo alineado al Plan estratégico de Turismo 2021 propone el siguiente Plan Operativo Anual 2020.

- Desarrollo Urbano
- Desarrollo Rural
- Gastos Comunes de Desarrollo

PROGRAMA MC	SUBPROGRAMA QT PRODUCTO MC	PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT Actividad MC	Total PROGRAMA QT
QUITO COMPETITIVO Obj.- Impulsar la articulación y cooperación entre los diferentes actores de la ciudad para el desarrollo de sectores productivos con mayor potencial competitivo	DESARROLLO MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS EXISTENTES Y POTENCIALES EN ZONAS URBANAS Y RURALES DESARROLLADOS Y FORTALECIDOS.	DESARROLLO URBANO	Gestión Turística MC: GESTIÓN TURÍSTICA PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE RECREACIÓN Y OCIO (Trimestral)	864.920,00
			Facilitación Turística MC: IMPLEMENTACIÓN DE FACILITACIÓN TURÍSTICA (Trimestral)	
		DESARROLLO RURAL	Proyectos Turísticos MC: DISEÑO Y GENERACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS (Trimestral)	
		Gastos comunes de desarrollo	Gastos Comunes MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)	
		Inversión y Gestión del Talento Humano DESARROLLO	Inversión y Gestión del Talento Humano DESARROLLO	

4. DESARROLLO URBANO

Objetivo. - Impulsar las oportunidades de desarrollo en barrios y centralidades urbanas con potencial turístico de Quito. A continuación, se detalla las acciones ejecutadas:

- **Puntos de Información Turística**

Se ha operativizado de manera parcial los 4 Puntos de Información Turística.
Total **26.409** turistas atendidos de enero a diciembre más 368 encuestas de satisfacción recopiladas.

MESES	AEROPUERTO INTERNACIONAL	MARISCAL / OPC	EL QUINDE	QUITUMBE	TOTAL VISITANTES
ENERO	4234	1124	2312	2098	9768

FEBRERO	3352	1000	2029	1833	8214
MARZO (15 días)	2026	488	1076	1098	4688
ABRIL	*	*	*	*	-
MAYO	*	*	*	*	-
JUNIO (11 días)	87	*	*	*	87
JULIO (8 días)	62	*	*	*	62
AGOSTO	*	*	*	*	-
SEPTIEMBRE	*	31	269	230	530
OCTUBRE	*	120	463	336	919
NOVIEMBRE	*	298	370	312	980
DICIEMBRE	*	350	450	375	1161

(*) Cerrado por crisis sanitaria

Diseño de un kiosco para reubicación del Punto de Información Turística en el Terminal Terrestre Quitumbe para estar operativo en 2021.

- **Desfile de Carnaval 2020**

El 22 y 23 de febrero se realizaron 2 desfiles de celebración del Carnaval.
40.000 personas aproximadamente asistieron a los desfiles programados en el norte y sur de la ciudad.

- **Zonas Metro**

Se elabora la propuesta de señalética y el cronograma de ejecución, en relación a 8 paradas identificadas como turísticas de las Zonas Metro, con fecha 29 de abril mediante oficio EPMGDT-GG-2020-0426 se envía la propuesta a la Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda.

- **Actualización de la oferta turística Urbana**

De enero a diciembre se ha recopilado y actualizado la siguiente oferta turística:

- 1106 eventos para la agenda cultural semanal.
- 60 videos testimoniales de “Tu Historia Comienza en Casa”.
- 67 eventos para verano.
- 71 actividades para el feriado de octubre.
- 83 actividades para el feriado de noviembre.
- 12 actividades para el feriado de diciembre
- 15 iglesias del Centro Histórico reabren sus puertas al culto religioso.
- 20 establecimientos del Distintivo “Q” enviaron su oferta de delivery y se difundió en redes sociales.
- 83 oficios enviados a museos y centros culturales solicitando información de aperturas– 12 espacios abiertos
- 97 experiencias turísticas urbanas y rurales abiertas al público
- 30 establecimientos con oferta actualizada para folleto “Camino de los Andes”
- 38 sitios de interés abiertos al público.

- 1.230 llamadas telefónicas para actualización de información de aperturas, estado, promociones, de establecimientos turísticos del DMQ.
- 13 cuponeras recopiladas de Escapadas Quiteñas.
- 291 sitios de interés turístico en formato CANVA
- 291 atractivos turísticos identificados con su respectiva ficha MINTUR

- **Actualización de la oferta para segmento familias**

- 4 segmentos familiares
- 29 actividades de acuerdo con perfiles de mercado levantados
- 209 actividades virtuales para familias
- 13 establecimientos de A&B listos para recibir a familias

- **Actualización de la oferta turística Rural**

33 parroquias están habilitadas para recibir a los visitantes para verano y el resto del año.

- **Coorganización evento "Historias de Fanescas" con la Universidad de las Américas**

Al ya acostumbrado reconocimiento de las Mejores Fanescas de la ciudad, se adicionó un Concurso de Cuentos y Fotografías del cual se obtuvieron 6 ganadores del Concurso de Cuentos y 3 ganadores

del Concurso de Fotografía, se entregaron certificados de participación a todos los concursantes y se generaron 17 posteos a través de las Redes Sociales de Quito Turismo y la UDLA. Además, Quito Turismo gestionó los premios con Casa Gangotena y Art Hotels para los ganadores.

- **Elaboración de Circuitos Centro Histórico -Turismo accesible – Clúster Kid Friendly**

Se realizó el levantamiento de información y propuesta de 4 recorridos en el Centro Histórico del turismo creativo, para personas con discapacidad, y lugares que sean amigables para niños.

- **Actualización del Portafolio de Oferta Turística – Fichas formato Quito Turismo y MINTUR**

Se realizó la actualización y levantamiento de la oferta turística del Distrito Metropolitano con sus respectivas fichas técnicas.
291 sitios de interés turístico en formato canva
291 atractivos turísticos en ficha MINTUR

- **La Ronda**

Propuesta de reactivación

Se elabora una propuesta basada en el Plan de Gestión La Ronda 2017 y en el Plan Estratégico de Turismo 2021 donde se busca posicionar a La Ronda como una calle de Arte y música cuyas propuestas se vean relacionadas al proyecto Manos en La Ronda y a todos los establecimientos que cumplan con las normativas, con el fin de que esta calle y barrio se convierta en un destino atractivo turístico para el visitante nacional e internacional.

-Se generaron 2 informes para solventar acciones administrativas de las casas 925 y 989 del barrio la Ronda.

-Generación del Plan de Gestión de “Manos en la Ronda”

-Generación de parámetros y evaluación de los artesanos de la Ronda.

-Levantamiento de medidas para validación casa 989 para programa de mantenimientos correctivos y preventivos, más determinación de cánones de arrendamiento.

-Propuesta de ocupación en planos y cálculo de áreas de la casa 925

- **Capacitaciones Virtuales – Temáticas Turísticas**

De enero a diciembre, se han llevado a cabo 88 capacitaciones virtuales abordando temas Turísticos como: Turismo Cultural, Turismo Rural, Turismo Gastronómico, Turismo Creativo, Cocina Lógica, Talleres "Coronavirus y restaurantes medidas preventivas y protocolos de bioseguridad, Promotores Turísticos y Talleres con la Secretaría de Cultura
Se obtuvo un total de 3.631 personas capacitadas.

FECHA	TEMARIO	N° ASISTENTES	N° ENCUESTAS REALIZADAS
Miércoles 29 de abril	COCINA LÓGICA	109	61
Lunes 4 mayo	TURISMO CULTURAL	178	50
Martes 5 mayo	TURISMO RURAL	180	112
Miércoles 6 mayo	TURISMO GASTRONÓMICO	148	168
Jueves 7 mayo	TURISMO CREATIVO	159	102
Viernes 8 mayo	TURISMO RELIGIOSO	137	89
TOTAL		1001	584

- **Capacitaciones Virtuales – Temáticas Técnicas**

Durante el primer semestre del año se llevaron a cabo 42 capacitaciones virtuales abordando temas Técnicos:

Desarrollo de Productos Turísticos - dirigida a Gobiernos Autónomos Descentralizados y Administraciones Zonales
Evaluación Preliminar de Sitio - dirigida a 23 técnicos de la Secretaría de Cultura.
Servicio al cliente – dirigida al Cuerpo de Agentes Metropolitano.
Se obtuvo un total de 282 personas capacitadas.

- **Elaboración de Protocolos de BioSeguridad**

Se generaron protocolos de bioseguridad para la reapertura de los talleres artesanales del proyecto Manos en La Ronda, guías de turismo y Puntos de Información Turística

- **Insumos para página web**

Se generaron 10 documentos informativos, en español e inglés, de los Barrios Turísticos de la ciudad de Quito.
Investigación y aporte con información técnica de las 10 razones + 2 para posicionar a Quito como destino turístico.
Levantamiento de información del Turismo Arqueológico en el Noroccidente del DMQ.

- **Gestión y apoyo técnico desde Desarrollo**

Se apoyó en la redacción del Proyecto de Turismo de Yunguilla, para presentar el fondo GIZ, de la embajada Alemania.
Se apoyó con una entrevista a la Agencia EFE sobre el turismo en la ruralidad.
Y permanentemente se revisa y se apoya en la revisión y corrección de información en redes sociales de Quito Turismo.

- **Charlas webinar**

Se generaron tres webinar de los temas "Retos y oportunidades del turismo rural frente a la Pandemia" dirigido a GAD´S, y gestores culturales de Parroquias Rurales- "Información Turística" dirigido a transportistas turísticos, "Turismo Cultural en Quito" dirigido a Policía Nacional de Turismo y Unidades de Policía Comunitaria del DMQ.

- **Reactivación del Centro Histórico y La Mariscal**

Rutas de las 7 Cruces con el Quito Tour Bus

Se generó 2 rutas turísticas con la participación del Quito Tour Bus desde el Bulevar Naciones Unidas el 19 de septiembre y desde la Tribuna del sur el 26 de septiembre se tuvo 201 participantes, el porcentaje de asistencia fue del 72,5%.

Rutas del feriado de Octubre

Se generó 3 rutas turísticas en el Centro Histórico y 3 rutas en La Mariscal por el feriado del 9,10 y 11 de octubre se tuvo 172 participantes, el porcentaje de asistencia fue del 92,87%.

Rutas del feriado de Difuntos

Se generaron 9 rutas turísticas por el feriado de Difuntos el porcentaje de asistencia fue del 96%

LUGAR	FECHA	HORARIO	PAGADOS	ASISTENTES	PROMEDIO DE ASISTENCIA
QUITO TOUR BUS	RUTA 7 PLAZA EL QUINDE Viernes 30 de octubre	19h00 a 21h30	30	28	93%
	RUTA 9 PLAZA EL QUINDE Sábado 31 de octubre	19h00 a 21h30	33	27	82%
ARQUEOLÓGICA	RUTA 10 ARQUEOLOGICA Sábado 31 de octubre	10H00 a 14h00	19	19	100%
CENTRO DEL MUNDO	RUTA 11 Sábado 31 de octubre	09h00 a 16h00	22	22	100%
CENTRO HISTÓRICO	RUTA 1 LA MERCED Domingo 1 de noviembre	10h00 a 13h30	21	21	100%
	RUTA 2 LA BASILICA Lunes 2 de noviembre	10h00 a 14h00	25	23	92%
	RUTA 3 LA BASILICA Martes 3 de noviembre	10h00 a 14h00	23	23	100%
MARISCAL	RUTA 4 Lunes 2 de noviembre (Palacio de la Circasiana)	10h00 a 13h00	20	20	100%
	RUTA 5 Martes 3 de noviembre (Palacio de la Circasiana)	10h00 a 13h00	13	13	100%
TOTAL			206	196	96%

Rutas realizadas en el mes de diciembre

Se generaron 15 rutas turísticas en el mes de diciembre el porcentaje de asistencia fue del 98%

RUTA	*FECHA*	*HORARIOS*	*PAGADOS*	*ASISTENTES*	*PROMEDIO DE ASISTENCIA*
QUITO DESDE LO ALTO	Sábado 5 de diciembre	10h00	32	32	100%
		14h00	33	33	100%
MUSEO DE LA CIUDAD	Domingo 6 de diciembre	10h00	8	8	100%
TULIPE RUMISITANA		10h00	15	15	100%
CENTRO DEL MUNDO	Lunes 7 de diciembre	09H00	6	6	100%
BELÉN SANTA CLARA	Sábado 12 de diciembre	10H00	18	18	100%
RUTA ESCONDIDA		07H30	7	7	100%
TULIPE RUMISITANA		08H30	24	24	100%
QUITO DESDE LO ALTO	Sábado 19 de diciembre	10h00	17	16	94%
		14h00	21	21	100%
BELEN SANTA CLARA		10h00	19	15	79%
BELEN SANTA CATALINA		10h00	36	35	97%
RUTA ESCONDIDA		07H30	19	19	100%
TULIPE RUMISITANA		08H30	7	7	100%
EL QUINCHE GUAYLLABAMBA		08H00	22	22	100%
TOTAL			**284**	**278**	**98%**

- **Reuniones realizadas**

N°-	TEMA	OBJETIVO	COMPROMISOS
1	La Ronda	-Ordenar el tema administrativo de los inmuebles de la Ronda -Coordinar actividades luego del robo suscitado en el inmueble 989 -Presentación Plan de Gestión La Ronda al IMPU. -Coordinación de arriendos de las casas.	Envío de oficio al IMP solicitando el mantenimiento de las casas Actividades interinstitucionales coordinadas
2	Circuito Cerrado	Solventar inquietudes de la modalidad de circuito cerrado a proveedores de transporte turístico en 2 reuniones	Apoyo técnico
3	Comisión de Turismo y Fiestas	Elaborar un informe y una presentación sobre las acciones del turismo en las zonas rurales post COVID 19. Reactivación económica a través de créditos reembolsables y no reembolsables	Informes presentados Ayuda memoria de la reunión
4	Vuelos a Galápagos	Analizar la incidencia negativa por la llegada de vuelos internacionales a Galápagos	Informe realizado
5	Plataforma 1ero de Mayo	Conocer la propuesta de intervención en la Plataforma 1ero de Mayo en San Roque	Difusión del espacio cuando se genere su implementación
6	Coordinación de Capacitaciones	Coordinar fechas para capacitación de Gestores Culturales	Capacitación realizada

N°-	TEMA	OBJETIVO	COMPROMISOS
7	Mercado La Floresta	Presentar propuestas para activar el mercado	Aportes entregados
8	Corredor de los Andes	Coordinar acciones entre Quito y Cuenca para reactivación del verano 2020 en cada ciudad	Informe enviado
9	Guía de Inversiones	Aportar con sugerencias para la guía de inversiones del DMQ	Sugerencias enviadas
10	Comité Turístico de Crisis	Conocer los requerimientos de la Industria Turística ante la crisis	Análisis y gestión de posibles soluciones
11	La Marín	Informar actividades ejecutadas en el sector	Se informó sobre las actividades ejecutadas y por ejecutar
12	Distrito Policial Manuela Sáenz	Gestionar retiro de vallas de la Plaza Grande con la Policía Nacional	Gestión realizada
13	Terrazas	Analizar activaciones en el espacio público	Informe realizado y enviado a la STHV
14	En Bogotá nos vemos	Generar nuevos productos con insumos aprendidos en la reunión	Ayuda memoria de la reunión
15	Conectividad	Conocer sobre la conectividad del país para definir productos en función de los mercados receptivos	Ayuda memoria de la reunión
16	Punto de Información Quitumbe	Definir espacios para traslado de los Puntos de Información y Seguridad Turística entre Quito Turismo y la EPMMOP	En proceso de firma de convenio de cooperación entre las partes
17	Proyecto Santa Bárbara	2 reuniones para analizar proyecto de un emprendimiento turístico en Santa Bárbara entre Quito Turismo y la STHV	Ayuda memoria de la reunión.
18	Proceso de implementación de la Declaración GEOPARQUES en el DMQ	Dar seguimiento al proceso de la Declaratoria se ha asistido a dos reuniones	Ayuda memoria de las reuniones
19	Visita técnica Comuna Chilibulo Marcopamba	Visita de inspección	Evaluación preliminar de sitio generada
20	Propuesta de perfiles viales	Mejorar la movilidad en el Centro Histórico	Ayuda memoria de la reunión
21	Propuesta de reactivación del CH	Analizar la seguridad para la reactivación	Ayuda memoria de la reunión
22	Recorrido y propuesta de ParQuitos en la Mariscal	Recorrido en la zona	Gestión con establecimientos
23	Trabajo interinstitucional para el tema "Trabajadoras sexuales en el CH	Ordenar el trabajo sexual	Ayuda memoria de la reunión

N°-	TEMA	OBJETIVO	COMPROMISOS
24	Presentación Plan de Movilidad del CH	Analizar el plan	Ayuda memoria de la reunión
25	Realización de ferias en el DMQ	Estrategias para ferias en el DMQ	Ayuda memoria de la reunión
26	Visita de inspección para repotenciar las oficinas de Seguridad Turística	Cambios en las oficinas	Cambios realizados
27	Conocer necesidades de hostales del CH, Mariscal y la Alameda	Analizar requerimientos	Ayuda memoria de la reunión
28	Avances del Proyecto de intervención El Panecillo	Conocer avances del proyecto	Ayuda memoria de la reunión
29	Servicio de Seguridad Turística	Coordinación de trabajo en conjunto	Ayuda memoria de la reunión
30	Feria turística con la Administración zonal	Coordinar acciones para llevar a cabo la feria	Ayuda memoria de la reunión
31	Barrios Sostenibles	Desarrollo de Barrios Sostenibles	Ayuda memoria de la reunión
32	Coordinación de acciones con el trole para ejecución de rutas turísticas	Coordinación de trabajo en conjunto	Ayuda memoria de la reunión
33	Asistencia técnica con la Academia para proyecto Destination Ecuador	Coordinación de trabajo en conjunto	Ayuda memoria de la reunión
34	Conocer procedimientos y permisos para vuelos con globos aerostáticos	Conocer de la actividad	Ayuda memoria de la reunión
35	Aporte técnico a propuesta de The Urban Rides- iniciativa de visita de la ciudad en scooters	Conocer de la actividad	Pendiente salida de campo con los scooters
36	Aporte técnico a propuesta de ciclo rutas navideñas por iniciativa de la EPMMOP	Conocer de la actividad	Ayuda memoria de la reunión
37	Asistencia a conversatorio de Seguridad Turística y Control con entidades municipales, nacionales, industria turística del CH para conocer sus requerimientos	Aporte de ideas	Ayuda memoria de la reunión
38	Aporte técnico a reunión para el levantamiento de información para estadísticas relacionadas a la seguridad turística control e imagen del Centro Histórico	Conocer de la actividad	Ayuda memoria de la reunión

- **Apoyo a las Puntos de Seguridad Turística**

Coordinación con la Policía Nacional para el apoyo a turistas en el DMQ a través de la Policía de Seguridad turística. Se cuenta con puntos de apoyo en la Casa de Los Alcaldes (Centro Histórico), Calle La Ronda, Terminal de Quitumbe y La Mariscal. Los datos estadísticos del primer trimestre son:

(*) Se cuenta con estadísticas hasta el 17 marzo del 2020 debido a la pandemia COVID 19. Prohibición de ingreso de extranjeros para actividades turísticas.

- **Servicio de Seguridad Turística acciones durante Pandemia**

-3 oficinas de Asistencia Turística operativas; Plaza Grande, La Ronda, operativas de 08h00 a 17h00 La Mariscal 24h00, atención a la ciudadanía.

-Control, registro y apoyo en el sector de hospedaje de Mariscal y Zona Norte donde 22 ciudadanos nacionales y extranjeros deben cumplir con APO

-Entrega de oficinas remodeladas de Seguridad Turística en la Casa de los Alcaldes.

- **Facilidades Turísticas - Mantenimiento tótems turísticos en Zonas Especiales Turísticas**

Se realizó el mantenimiento de 13 tótems turísticos en el Centro Histórico y 21 tótems en la Mariscal.

- **Red de Artesanos**

Propuesta urbana de corto y largo plazo para conformación de la Red de Artesanos del DMQ

- **Generación mesas de trabajo**

Se generaron diversas mesas de trabajo para determinar acciones conjuntas.

- 6 mercados temáticos y turísticos
- 4 reactivación del programa Manos en la Ronda
- 2 participación y exposición de acciones en el sector de San Roque
- 3 asistencia, aporte y presentación de actividades realizadas por Quito Turismo en las Resoluciones 015-016-017-019.
- 3 asistencia y participación para reactivación Plaza Santa Bárbara
- 2 asistencia, aporte y presentación requerimientos de Turismo para movilización en el Centro Histórico.

- **Metodologías, informes actualizaciones**

- Se crearon 2 metodologías para la selección de mercados con potencial turístico entre ellos San Francisco y la Floresta.
- Matriz con acciones a ejecutar dentro del plan de reactivación.

- Actualización de la oferta turística y levantamiento de áreas en la casa San Marcos para posible reubicación de artesanos de la Ronda.
- Validación de sitios turísticos a promocionar en la Ruta Colonial.
- Trabajo interinstitucional para la implementación de Laboratorios Urbanos en Chimbacalle y el desarrollo de la "Ruta de las Antorchas".
- Actualización de la base CRM (Customer Relationship Management) con 272 contactos.
- Análisis de facilidades turísticas en el sector de la Ferroviaria.
- Revisión y generación de la ruta turística para foodies en el Centro Histórico, en conjunto con la AEI (Alianza para el emprendimiento e innovación).
- Revisión de predio antiguo aeropuerto con geógrafo para georreferenciación de hitos previo convenio con CONQUITO
- Visita de inspección a Centro de Arte Contemporáneo para evaluar posibles usos con potencial turístico.

- **Firma de convenio**

- Se firmó un convenio de cooperación con la EPMMOP para la implementación de los puntos de información y seguridad turística en Quitumbe.

DESARROLLO RURAL

A continuación, se detalla las acciones ejecutadas:

- **Visita Técnica Pueblos Mágicos México.**

Del 5 al 10 de enero se realizó la visita a 4 Pueblos Mágicos de México para poder conocer su metodología y poder aplicar en las Parroquias Rurales del DMQ, de acuerdo a su realidad local.

- **Desarrollo de Propuesta Técnica de intervención para el Noroccidente del DMQ más levantamiento de oferta turística para feriados.**

Se desarrolló una propuesta integral para la intervención del noroccidente del DMQ, dando cumplimiento a la OM° 137, y apoyar al enfoque de la Mancomunidad del Chocó Andino.

La propuesta presentada es la siguiente:

N°	ACCIÓN	SITIO
1		• Vía de acceso al Museo de Sitio Tulipe

	Señalización Turística de aproximación, direccionamiento	• Gruta de los Tayos
		• Comunidad Marianitas – Maquipucuna
		• Finca Frajares- Café
2	Mantenimiento de Señalización Turística	• Nanegal, Yunguilla, San José de Mashpi
3	Apoyo Festival del Chocó Andino	• Nanegal
4	Asesoría y asistencia técnica a nuevos emprendimientos del Chocó Andino	• Todas las parroquias del noroccidente

Además, se realizó el levantamiento de la oferta turística por parroquia teniendo un total de 33 establecimientos turísticos abiertos al visitante.

- **Festival Chocó Andino**

Se realizaron reuniones de coordinación logístico y se generó el compromiso para apoyo de promoción institucional.

- **Visita de campo Parroquias de Llano Grande y Calderón**

El 16 de febrero se realizó una visita a la Comuna de Llano Grande para verificación de la aptitud turística del grupo de mujeres Kinti Bordados. Y coordinación para el apoyo de la Comuna de San Miguel del Común. Se acordó incluir al grupo de mujeres de bordados de Llano Grande en próximos eventos de ciudad como el Festival Más Allá de La Vida y Mercados Navideños, para que presenten y expongan sus trabajos artesanales.

- **Señalización Turística**

- Coordinación con 6 GAD´s parroquiales del noroccidente para la implementación de señalización turística.
- Implementación de señalización turística en la parroquia de Calderón (letras)

-Implementación de 8 letreros en madera de sitios turísticos en las parroquias Norcentrales y del Noroccidente.

-Implementación de 16 letreros de aluminio de direccionamiento y aproximación en el Noroccidente

- **Levantamiento de información turística de las 33 Parroquias Rurales del DMQ**

Se realiza el levantamiento de la información turística más relevante de las Parroquias Rurales del DMQ, en la cual consta Atractivos Turísticos, Actividad, Jerarquización y festividades.

- **Firma de Convenio**

Se firmó un convenio de cooperación con el GAD Perucho para el desarrollo turístico de las parroquias de Perucho y Puéllaro.

- **Sistematización de feriado del 10 de agosto**

Se realizó la sistematización del sondeo del feriado del 10 de agosto aplicado a establecimientos con Distintivo “Q de la ruralidad.

Metodología	• Feriado nacional del 7 al 10 de agosto del 2020 • Se envió una encuesta en google forms a la base del Distintivo Q y se realizó llamadas telefónicas a todos los establecimientos del Distintivo Q ubicados en la zona rural del DMQ. • Total establecimientos sitios contactados en la ruralidad de Quito: 24 • Número de respuestas a encuestas: 23 establecimientos. • D.M. Quito se encuentra en semáforo amarillo por la pandemia del COVID 19. • Del 7 al 10 de agosto todos los vehículos podían circular sin restricción del número de placa vehicular. • Durante el feriado el toque de queda fue de 19h00 a 05h00. • Los terminales terrestres permanecieron cerrados durante el feriado.

- **Propuestas técnicas**

Se han generado propuestas técnicas turísticas, para los siguientes sitios turísticos:

- Cerro la Luz en la parroquia de Puéllaro
- Análisis de parroquias para potenciar y desarrollar actividades turísticas en Puéllaro, Perucho, Guangopolo, Comuna la Toglla.

- **Reactivación económica desde puntos de información post Pandemia**

Se realizó 7 propuestas de rutas turísticas en Parroquias Rurales, y de esta manera impulsar la reactivación turística.

1. La Piragua
2. Zoológico de Guayllabamba
3. Ilaló Nocturno
4. Corredor Centro del Mundo
5. Pahuma/ Rapel
6. Pintag
7. Parque Nacional Cayambe-Coca

- **Vistas técnicas y asesorías turísticas**

Se realizó visitas técnicas y análisis de establecimientos a los siguientes sitios de interés:

- Cementerio de Calderón
- Comuna central de Tumbaco
- Comuna de la Toglla
- Bulevar en Perucho
- Análisis de establecimientos turísticos en San Antonio de Pichincha y Perucho

- **Metodología Parroquias Creativas**

Se investiga, se realiza metodología de desarrollo de producto turístico para ser aplicado en las parroquias creativas en el GAD Perucho.

Conclusiones:

- El desarrollo de los Desfiles de Carnaval permitió el posicionamiento turístico local y nacional de la ciudad de Quito, como una ciudad que genera opciones novedosas y de calidad para sus habitantes.
- El sector turístico ha sufrido un impacto económico por la crisis sanitaria lo que ha generado el cierre de varios emprendimientos turísticos.
- El sector cultural también se ha visto afectado en gran magnitud, producto de la crisis sanitaria generando desempleo.
- Para la temporada de verano solo 6 establecimientos en la parte urbana abrirán sus puertas ya que persiste el miedo a los contagios del virus COVID 19.
- 25 parroquias rurales está habilitadas para recibir a turistas con sus respectivos protocolos de bioseguridad.
- La reactivación turística es un proceso a mediano plazo que depende de los factores de la pandemia COVID 19, para que se impulsen con la visita de personas con fines de ocio, esparcimiento y recreación.

Recomendaciones:

- Se recomienda generar una campaña fuerte del turismo en las parroquias rurales ya que las actividades se llevan a cabo en espacios abiertos.
- Investigar nuevas modalidades de turismo post pandemia y analizar la manera óptima de difundirlas.

Responsable:

Firmado electrónicamente por:
MARIA BELEN FUENTES SUAREZ

MARÍA BELÉN FUENTES
Directora de Desarrollo

5.4.6. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Calidad en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **100% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

Eficiencia. - Lo cual ha sido realizado con un **100% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: INTELIGENCIA DE MERCADOS

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado / % TECNICO del proyecto ANUAL	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
INTELIGENCIA DE MERCADOS	100%		100%	94%	100%	100%
	GESTION	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO	% PAGADO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT - Inteligencia de Mercados

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
INTELIGENCIA DE MERCADOS MC: SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS ELABORADO	INDICADORES TURISTICOS	01 SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES	100%	293.000,00	173.000,00	-	173.000,00
	GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DEL PRODUCTO INTELIGENCIA DE MERCADOS	01 GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	100,00%	35.160,00	24.060,00	-	24.060,00
		Total Inteligencia de Mercados	**100,00%**	**328.160,00**	**197.060,00**	**-**	**197.060,00**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

5.4.6.1. GESTIÓN DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

En 2020 se desarrolló y dio seguimiento al contrato contratación del Sistema de Indicadores Turísticos por 2 años, con el fin de recopilar y ajustar los datos faltantes desde marzo 2017 y se los ha recopilado hasta la fecha en 2020. El contrato está vigente.

Con ello se mantiene y fortalecer el acervo estadístico turístico del DMQ

CONCLUSIONES

- Datos importantes para el desarrollo turístico de la ciudad que ya se ha logrado contratar

RECOMENDACIONES

- Mantener el apoyo para la generación de datos internos y externos que alimenten el SIIT

Nota: En siguientes páginas se evidencia y muestra datos relacioandos a esta parte del informe.

Responsable:

RUBÉN BANDA
Jefe de Planificación

5.4.7. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE CALIDAD:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Calidad en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **97% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **95 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: CALIDAD

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado / % TECNICO del proyecto ANUAL	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
CALIDAD	97%	0,31%	95%	91%	100%	97%
	GESTION	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO	% PAGADO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT – Calidad

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
CALIDAD MC: ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DMQ CON NORMATIVAS DE CALIDAD IMPLEMENTADAS Y FORTALECIDAS.	CALIDAD TURISTICA	CALIDAD TURISTICA	100%				
	CAPACITACION TURISTICA	01 CAPACITACION TURISTICA	96%	167.635,00	-	-	-
	DISTINTIVO Q	01 DISTINTIVO Q	99%	48.286,20	-	-	-
	REGULACION	01 REGULACION	99%	13.213,80	5.093,80	-	5.074,79
	GASTOS COMUNES DE CALIDAD MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)	01 GASTOS COMUNES DE CALIDAD	4,38%	27.496,20	13.900,00	-	608,98
		Sub Total Calidad		**256.631,20**	**18.993,80**	**-**	**5.683,77**
	Administración del Talento Humano CALIDAD	01 TALENTO HUMANO DE CALIDAD	97,89%	442.361,75	369.079,51	1.194,54	361.305,25
		Total Calidad + TH	**97,01%**	**698.992,95**	**388.073,31**	**1.194,54**	**366.989,02**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

5.4.7.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE CALIDAD

1. CAPACITACIÓN:

Para la ejecución de las capacitaciones se realiza una planificación anual fundamentada en un sondeo de necesidades de capacitación que se realiza en las siguientes fuentes: encuestas de satisfacción en capacitaciones dictadas, necesidades manifestadas por otras áreas técnicas de Quito Turismo, (Mercadeo, Comercialización, MICE, Desarrollo, Comunicación), sondeos de opinión con gremios y asociaciones.

Además de la inversión económica para la contratación de capacitaciones técnicas, la Dirección de Calidad con su personal técnico y con el apoyo de una red de profesionales privados imparte charlas y capacita mensualmente a los empresarios turísticos en la aplicación de normas técnicas y temas de interés en aspectos fundamentales para su funcionamiento legal. Estas charlas y capacitaciones se realizan con invitaciones personalizadas a aquellos establecimientos que ejercen actividades turísticas en el DMQ, como también a diferentes actores del sector turístico.

Enero:
Se efectuó 01 charla impartida por parte del Cuerpo de Bomberos Quito a establecimientos turísticos ubicados en la Administración Zonal Manuela Sáenz (Centro Histórico) a 55 establecimientos. El objetivo de esta charla fue dar a conocer los procesos para prevención y mitigación de incendios.

En coordinación con la Policía Nacional Turística, se efectuó 01 charla de seguridad turística dirigida a establecimientos turísticos ubicados en la Administración Zonal Manuela Sáenz (Centro Histórico), contando con la asistencia de 57 establecimientos turísticos.

Así mismo, se efectuaron 04 charlas de socialización de Normativa Técnica a 67 establecimientos Turísticos ubicados en la Administración Zonal Manuela Sáenz, 02 de estas fueron sobre el Reglamento de Alojamiento Turístico y 02 sobre el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, con el fin de que los negocios no incurran en gastos innecesarios o confusiones en la aplicación de la normativa. Por otra parte, en estas charlas el personal de Quito Turismo puede conocer las necesidades y dificultades de los establecimientos de manera que se adecuen ciertos alcances en los criterios y sean beneficiosos para ambas partes.

Fotos: Charlas, enero 2020.

Febrero:
Se efectuaron 06 charlas de socialización del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, dirigidas a establecimientos turísticos con la actividad de Alimentos y Bebidas, (restaurantes y cafeterías).

No. CHARLAS	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
2	Charla de normativa técnica A&B	06 de febrero de 2020	35
2	Charla de normativa técnica A&B	14 de febrero de 2020	32
2	Charla de normativa técnica A&B	20 de febrero de 2020	29

Foto: Charlas de normativa técnica de alimentos y bebidas de febrero 2020.

Marzo:
Se efectuaron 04 charlas de Normativa Técnica para Establecimientos de Alimentos y Bebidas: 02 charlas a los establecimientos turísticos del Centro Histórico y 02 charlas sobre esta temática a establecimientos ubicados en la Zona Especial Turística de la Mariscal.

No. CHARLAS	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
2	Charla de normativa técnica A&B, Centro Histórico	11 de marzo de 2020	32

2	Charla de normativa técnica A&B, Mariscal	13 de marzo de 2020	73

Fotos: Charlas de normativa técnica de alimentos y bebidas marzo 2020.

En este mismo mes el día jueves 12 de marzo se desarrolló el curso Anfitrión Turístico para los socios de la Cooperativa de Taxis San Blas, con la asistencia de 26 propietarios de taxis, con el objetivo de brindar a los socios de esta cooperativa de taxis, información turística y de atención cálida, que les permita ofrecer un servicio de calidad que supere las expectativas del turista.

Fotos: Charla de anfitrión turístico, marzo 2020.

Abril:
Se efectuaron 13 webinars de autogestión, por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo, dirigidos al sector turístico del Distrito Metropolitano de Quito, con la participación de 2160 personas en representación de distintos establecimientos turísticos.

De estos 05 webinars, dirigidos a establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito, son:

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Revenue en tiempos de crisis	01 de abril de 2020	238
2	Calidad en la atención al cliente, renovando en tiempos de crisis	09 de abril de 2020	186
3	Marketing en crisis, adaptarse o morir	10 de abril de 2020	277
4	Sanitización, sinónimo de prevención frente al COVID-19	16 de abril de 2020	158
5	Cocina Lógica	29 de abril de 2020	114

El total de asistentes a estas capacitaciones fue de 973 personas en representación de distintos establecimientos turísticos.

Fotos: Webinars, Calidad en atención al cliente, Revenue en tiempos de crisis, abril 2020.

En este mes se llevó a cabo la semana MICE, en la que, la Dirección MICE 06 webinars, en los que participaron 738 personas en representación de distintos establecimientos turísticos.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Conversatorio con líderes de opinión internacionales	14 de abril de 2020	**184**
2	Cambios de la industria MICE post COVID19. Los aprendizajes, retos y oportunidades de esta crisis	15 de abril de 2020	**141**
3	Experiencias, conocimientos y reflexiones sobre los eventos desde la Academia.	16 de abril de 2020	**145**
4	Turismo MICE: Análisis y proyecciones	17 de abril de 2020	**97**
5	El rol de los hoteles en la cadena de valor del turismo MICE	17 de abril de 2020	**94**
6	Los eventos deportivos en la oferta del turismo MICE. Caso Roger Federer	17 de abril de 2020	**77**

Fotos: Webinars, Semana MICE, abril 2020.

La Dirección de Comercialización con el apoyo de la Dirección de Calidad, ejecutó los siguientes webinars:

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Repensando un macro entorno para el desarrollo del turismo post COVID-19	23 de abril de 2020	**193**

2	Modelos de Negocios sostenibles para proyectos turísticos adaptados a tiempos al COVID-19	30 de abril de 2020	**256**

En total se contó con la asistencia de 449 espectadores, en representación de distintos establecimientos turísticos.

Fotos: Webinars, Repensando un macro entorno, Modelos de negocios sostenibles, abril 2020.

Asesorías Abril:
Se efectuaron 03 asesorías enfocadas en el análisis y re invención de un restaurante frente a la emergencia sanitaria por COVID-19, con la colaboración del crítico gastronómico Ignacio Medina, estas asesorías se generaron a través de reuniones por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo.

Fotos: Reuniones-Asesorías abril 2020.

Mayo:
En este mes se llevó a cabo la semana MICE, en la que, la Dirección MICE 06 webinars, en los que participaron 738 personas en representación de distintos establecimientos turísticos.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Conversatorio con líderes de opinión internacionales	14 de abril de 2020	**184**
2	Cambios de la industria MICE post COVID19. Los aprendizajes, retos y oportunidades de esta crisis	15 de abril de 2020	**141**
3	Experiencias, conocimientos y reflexiones sobre los eventos desde la Academia.	16 de abril de 2020	**145**
4	Turismo MICE: Análisis y proyecciones	17 de abril de 2020	**97**
5	El rol de los hoteles en la cadena de valor del turismo MICE	17 de abril de 2020	**94**
6	Los eventos deportivos en la oferta del turismo MICE. Caso Roger Federer	17 de abril de 2020	**77**

Fotos: Webinars, Semana MICE, abril 2020.

La Dirección de Comercialización con el apoyo de la Dirección de Calidad, ejecutó los siguientes webinars:

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Repensando un macro entorno para el desarrollo del turismo post COVID-19	23 de abril de 2020	**193**
2	Modelos de Negocios sostenibles para proyectos turísticos adaptados a tiempos al COVID-19	30 de abril de 2020	**256**

En total se contó con la asistencia de 449 espectadores, en representación de distintos establecimientos turísticos.

Fotos: Webinars, Repensando un macro entorno, Modelos de negocios sostenibles, abril 2020.

Asesorías Abril:

Se efectuaron 03 asesorías enfocadas en el análisis y re invención de un restaurante frente a la emergencia sanitaria por COVID-19, con la colaboración del crítico gastronómico Ignacio Medina, estas asesorías se generaron a través de reuniones por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo.

Fotos: Reuniones-Asesorías abril 2020.

Mayo:

Se efectuaron 03 webinars de autogestión, por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo, dirigidos a los establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito, con la participación de 59,052 personas.

De estos, 03 webinars de autogestión, por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo, dirigidos a los establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Innovación y re estructuración de un establecimientos de venta de bebidas en tiempos de COVID-19	20 de mayo de 2020	175
2	Prevención de riesgos	22 de mayo de 2020	130
3	Legislación Laboral e Inquilinato	29 de mayo de 2020	136

Fotos: Webinars, Innovación y re estructuración, Prevención de riesgos y Legislación Laboral e Inquilinato, mayo 2020.

La Dirección de Desarrollo, con el apoyo de la Dirección de Calidad, a las que asistieron en total 892 espectadores, durante los 05 días.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Turismo Cultural	04 de mayo de 2020	178
2	Turismo Rural	05 de mayo de 2020	180
3	Turismo Gastronómico	06 de mayo de 2020	248
4	Turismo Creativo	07 de mayo de 2020	159
5	Turismo Religioso	08 de mayo de 2020	127

Fotos: Webinars, semana de turismo, mayo 2020.

La Dirección de Mercadeo por su parte en este mes, realizó 10 webinars, en el tema Destino Quito, capacitando a un total de 520 personas.

La Gerencia Técnica de Quito Turismo, lideró la ejecución de dos eventos en línea, internacionales, Quito Gastronómica y El Foro Virtual sobre los retos en la gestión, promoción y posicionamiento turístico del destino. Estos eventos fueron transmitidos a través de Facebook Live @VisitQuito y se alcanzó un total de 57.051 espectadores, durante su transmisión.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Quito Gastronómica	12 de mayo de 2020	26105
		13 de mayo de 2020	9144
		14 de mayo de 2020	7232
		15 de mayo de 2020	7081
2	Foro Virtual sobre los retos en la gestión, promoción y posicionamiento turístico del destino	28 de mayo de 2020	7489

Fotos: Webinars, Eventos internacionales, mayo 2020.

La Dirección MICE, durante este mes organizó el webinar, *"Eventos y turismo; Atrae visitantes gracias a eventos sorprendentes, Caso del Festival Flora"*, contaron con 148 espectadores, durante el desarrollo del mismo.

Fotos: Webinar, Caso del festival Flora, mayo 2020.

Asesorías Mayo:

Se efectuaron 07 asesorías enfocadas en el análisis y re invención de un restaurante frente a la emergencia sanitaria por COVID-19, con la colaboración del crítico gastronómico Ignacio Medina, estas asesorías se generaron a través de reuniones por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo.

Foto: Reuniones-Asesorías mayo 2020.

Junio:
En el mes de junio se efectuaron 36 webinars de autogestión, por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo, con la participación de 2313 personas de la ciudad de Quito.

De estos 22 fueron específicamente sobre protocolos de bioseguridad, dirigidos a los establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito, a funcionarios de la Agencia Metropolitana de Control y a comerciantes del patio de comidas del mercado San Roque, considerados también como actores indirectos del turismo. Se capacitó a un total de 1246 personas El detalle se encuentra en la tabla consolidada del subtitulo "charlas protocolos de bioseguridad"

Fotos: Webinar, Implementación de protocolos de bioseguridad, junio 2020.

Así también en este mes se efectuaron 03 webinars de autogestión, por medio de la plataforma Zoom de Quito Turismo, dirigidos a los establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito y comerciantes del mercado San Roque, A estas capacitaciones en línea, asistieron en total 218 espectadores.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Innovación para establecimientos turísticos ante la nueva normalidad	05 de junio de 2020	75
2	Calidad en atención al cliente y relaciones humanas	18 de junio de 2020	56
3	Estrategias de comercialización para la re activación de los establecimientos turísticos de Quito	19 de junio de 2020	87

Fotos: Webinars, Innovación para establecimientos turísticos, Calidad en la atención al cliente, junio 2020.

La Dirección de Comercialización ejecutó, las siguientes capacitaciones on line, en la que se conectaron en total 442 personas en representación de los establecimientos turísticos de la ciudad capital.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Reactívate Ecuador	04 de junio de 2020	164
2	Ley de Emprendimiento	10 de junio de 2020	98
3	¿Cómo aplicar al crédito Reactívate Ecuador para el sector Turístico?	23 de junio de 2020	180

Fotos: Webinars, Reactívate Ecuador, Ley de Emprendimiento y ¿Cómo aplicar al crédito Reactívate Ecuador?, junio 2020.

Por su parte la Dirección de Desarrollo, ejecutó un total de 08 webinars durante el mes de junio, dos de estas capacitaciones fueron en cooperación con la Secretaría de Cultura, (Patrimonio Rural y sus experiencias), con la participación de 407 personas en total.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Coronavirus y restaurantes medidas preventivas y protocolos de bioseguridad	08 de junio de 2020	21
2	Coronavirus y restaurantes medidas preventivas y protocolos de bioseguridad	09 de junio de 2020	32
3	Coronavirus y restaurantes medidas preventivas y protocolos de bioseguridad	10 de junio de 2020	34
4	Coronavirus y restaurantes medidas preventivas y protocolos de bioseguridad	11 de junio de 2020	29

5	Coronavirus y restaurantes medidas preventivas y protocolos de bioseguridad	12 de junio de 2020	36
6	Patrimonio rural y sus experiencias	22 de junio de 2020	51
7	Patrimonio rural y sus experiencias	23 de junio de 2020	36
8	Proceso para obtener el Registro Único de Actividades Culturales, RUAC	30 de junio de 2020	168

Fotos: Webinars, Coronavirus y restaurantes, Patrimonio rural, junio 2020.

Julio:
Durante el mes de julio se realizaron 30 webinars de auto gestión a través de la plataforma zoom de Quito Turismo, durante los cuales se contó con un total de 1346 espectadores pertenecientes a establecimientos turísticos de la ciudad de Quito y a comerciantes de los mercados municipales de Calderón, Iñaquito, La Floresta, Santa Clara, Arenas, Central, San Roque y San Francisco.

De estos 11 fueron específicamente sobre protocolos de bioseguridad, dirigidos a las empresas turísticas de la ciudad capital así como a funcionarios de la Fundación Museos de la Ciudad y a gestores culturales de las parroquias rurales de Quito, considerados también como actores indirectos del turismo, participaron 196 personas.

Fotos: Webinars, Implementación de protocolos de bioseguridad, julio 2020.

Durante el mes de julio se organizaron 04 capacitaciones dirigidas a gestores culturales de las parroquias rurales de Quito, incluida una charla de Implementación de protocolos de bioseguridad, cuyos datos constan en la tabla relacionada específicamente a este tema.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
2	Promotores turísticos dirigido a gestores culturales de las parroquias rurales de Quito	17 de julio de 2020	24

3	Emprendimiento dirigido a gestores culturales de las parroquias rurales de Quito	23 de julio de 2020	55
4	Marketing digital dirigido a gestores culturales de las parroquias rurales de Quito	30 de julio de 2020	36

En las capacitaciones de Promotores turísticos, Emprendimiento y Marketing digital se conectaron un total de 115 espectadores, en la capacitación de Implementación de protocolos de bioseguridad se conectaron 36 espectadores, esta cantidad no hace parte del total debido a que se reportó en la tabla de Implementación de protocolos de bioseguridad.

Fotos: Webinars dirigidos a gestores culturales de las parroquias rurales de Quito, julio 2020.

En este mismo mes se organizaron capacitaciones para los mercados con enfoque turístico de la ciudad capital: San Francisco, Central, San Roque, Arenas, La Floresta, Santa Clara, Iñaquito y Calderón.

No. CHARLAS	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
2	Calidad en la atención al cliente y relaciones humanas dirigido a comerciantes de los mercados	22 y 29 de julio de 2020	150
2	Marketing digital básico dirigido a comerciantes de los mercados del DMQ	23 y 30 de julio de 2020	199
2	Mercados como Anfitriones Turísticos	24 y 31 de julio de 2020	168

En las 06 capacitaciones ejecutadas se contó con la participación de 517 señores y señoras comerciantes de los mercados mencionados.

Fotos: Webinars dirigidos a comerciantes de los mercados municipales de Quito, julio 2020.

La Dirección de Comercialización organizó 03 capacitaciones el mes de julio, en las que se conectaron en total 220 personas

No. DE CHARLAS	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
2	Ejemplo práctico de cómo realizar el flujo de caja proyectado por el plazo del crédito, como requisito para aplicar al crédito Reactívate Ecuador para empresas del sector turístico	09 y 16 de julio de 2020	145
1	Líneas de crédito de la CFN aplicables al sector turístico	29 de julio de 2020	75

Fotos: Webinars, Flujo de caja crédito Reactívate Ecuador, Líneas de crédito CFN, julio 2020.

La Dirección de Desarrollo por su parte ejecutó un total de 04 capacitaciones en cooperación con la Secretaría de Cultura, se conectaron un total de 229 personas.

No.	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Comunicadores virtuales con identidad rural	06 de julio de 2020	64
2	Talleres y ponencias Patrimonio Rural	07 de julio de 2020	57
3	Turismo rural comunitario con identidad cultural	20 de julio de 2020	61
4	Comunicadores virtuales con identidad rural	21 de julio de 2020	47

Fotos: Webinars, Comunicadores virtuales con identidad, julio 2020.

La Dirección de Mercado ejecutó también durante este mes 03 capacitaciones en el tema de Socialización de la campaña Camino de los Andes y verano, se contó con 69 espectadores en total.

No. DE CHARLAS	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
3	Socialización de la campaña Camino de los Andes y verano (tour operadoras/hoteles/restaurantes)	08, 09 y 10 de julio de 2020	69

Fotos: Webinars, Socialización de la campaña Camino de los Andes y verano, julio 2020

Agosto:

En el mes de agosto se ejecutaron 41 webinars de auto gestión a través de la plataforma zoom de Quito Turismo, durante los cuales se contó con un total de 2175 espectadores pertenecientes a empresas turísticas de la ciudad de Quito y a comerciantes de los mercados municipales de Calderón, Iñaquito, La Floresta, Santa Clara, Arenas, Central, San Roque, San Francisco, Magdalena, Chiriyacu, Cotocollao, Comité del Pueblo y Plaza comercial Michelena.

De los webinars mencionados 04 fueron específicamente sobre protocolos de bioseguridad, dirigidos a las empresas de transporte turístico agremiados en la FENATTURE así como a establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento y agencias de viaje de la ciudad capital en cooperación con la Casa Somos Quito, en total a estas charlas acudieron 107 personas.

Fotos: Webinars, Implementación de protocolos de bioseguridad, agosto 2020.

Durante el mes de agosto se desarrollaron 05 capacitaciones dirigidas a los socios de la FENATTURE en los temas de Información Turística, Conducción a la defensiva, Marketing promocional y Calidad en la atención se conectaron en total 242 personas se incluyó el tema de Implementación de protocolos de bioseguridad, cuyos datos constan en la tabla relacionada específicamente a este tema.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Información turística para empresas de transporte turístico	10 de agosto de 2020	17h30 a 19h00	46
2	Conducción a la defensiva para empresas de transporte turístico	17 de agosto de 2020	17h30 a 20h00	75
3	Marketing promocional para empresas de transporte turístico	24 de agosto de 2020	17h30 a 19h00	66
4	Calidad en la atención al cliente para empresas de transporte turístico	31 de agosto de 2020	17h30 a 19h00	55

Fotos: Webinars, Información turística, Conducción a la defensiva, agosto 2020.

En este mismo mes se ejecutaron 03 capacitaciones dirigidas a los mercados de Iñaquito, La Floresta, Calderón, San Roque, Central, Arenas, San Francisco, Santa Clara, Magdalena, Comité del Pueblo, Chiriyacu y Plaza comercial Michelena. Durante estas tres capacitaciones se conectaron un total de 234 señoras y señores comerciantes.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Calidad en la atención al cliente y relaciones humanas dirigidas a comerciantes de los mercados.	05 de agosto de 2020	19h00 a 20h00	113
2	Mercados como anfitriones turísticos.	06 de agosto de 2020	19h00 a 20h00	50
3	Marketing digital básico dirigido a comerciantes de los mercados del DMQ.	07 de agosto de 2020	18h00 a 19h00	71

Fotos: Webinars, Calidad en la atención al cliente y Marketing digital básico, agosto 2020.

En coordinación con la Dirección de Servicios Ciudadanos se ejecutó el curso de Facilidades y convenios de pago/Patente y LUAE en total se conectaron 226 personas.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Facilidades y convenios de pago/Patentes y LUAE	26 de agosto de 2020	17h30 a 18h30	126
2	Facilidades y convenios de pago/Patentes y LUAE	27 de agosto de 2020	17h30 a 19h30	100

Fotos: Webinar, Facilidades y convenios de pago/Patente y LUAE, agosto 2020.

Adicionalmente la Dirección de Calidad efectuó una capacitación de Buenas prácticas de manufactura para establecimientos de Alimentos y Bebidas a esta capacitación se conectaron 100 espectadores

Fotos: Webinar, Buenas prácticas de manufactura, agosto 2020.

En atención a las necesidades de las parroquias que integran la Ruta Escondida se ejecutó el curso de Liderazgo, en esta capacitación se contó con la asistencia de 20 personas.

Fotos: Webinar, Liderazgo dirigido a las parroquias que integran la Ruta Escondida, agosto 2020.

La Dirección de Desarrollo en cooperación con la SECU desarrolló 24 webinars en el marco de la agenda Agosto mes de las artes y las iniciativas culturales desde los territorios. En estas capacitaciones se contó con un total de 1034 personas conectadas.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Académico cultural; "La Masacre del 02 de Agosto 210 años después".	02 de agosto de 2020	11h00 a 13h00	57
2	Ciclo de conversatorios virtuales-medios de vida y emprendimientos culturales con identidad.	03 de agosto de 2020	15h30 a 17h20	39
3	Ponencias y talleres virtuales de emprendimientos con identidad.	04 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	24
4	Conversatorio virtual expresiones del patrimonio inmaterial rural.	09 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	30
5	Práctica corporal yoga	10 de agosto de 2020	08h00 a 09h00	39
6	Quito Luz de América/Mujeres insurgentes	10 de agosto de 2020	11h00 a 12h15	130
7	Conversatorio virtual proceso festivo de la ruralidad	10 de agosto de 2020	15h30 a 17h20	34
8	Conversatorio virtual de referentes simbólicos rurales	11 de agosto de 2020	15h30 a 17h10	41
9	Conversatorio procesos festivos de las parroquias de la Zona Valle de los Chillos	11 de agosto de 2020	17h30 a 19h30	119
10	Intercambio virtual de saberes y conocimientos. Turismo Rural	12 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	34

11	Intercambio virtual de saberes y conocimientos: Emprendedores rurales con identidad	13 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	39
12	Intercambio de artes y oficios rurales	14 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	39
13	Ciclo de conversatorios virtuales experiencias culturales desde los territorios	17 de agosto de 2020	15h30 a 17h20	29
14	Ponencias y talleres virtuales de experiencias de fortalecimiento organizativo de gestión cultural	18 de agosto de 2020	15h30 a 17h10	28
15	Conversatorios procesos festivos de las parroquias de la zona valle de los Chillo (Tingo y la Merced)	18 de agosto de 2020	17h30 a 19h30	65
16	Intercambio virtual de sanadores y sanadoras de la ruralidad	20 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	45
17	Conversatorio virtual de producciones audiovisuales de la ruralidad	21 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	17
18	Conversatorio de procesos culturales de la ruralidad	24 de agosto de 2020	15h30 a 17h20	22
19	Concierto virtual musical andino de la ruralidad	25 de agosto de 2020	15h30 a 17h10	22
20	Conversatorio procesos festivos de las parroquias de la Zona Valle de los Chillos	25 de agosto de 2020	17h30 a 19h30	85
21	Tarde de gala virtual de la ruralidad	26 de agosto de 2020	15h30 a 17h30	21
22	Diálogo virtual de los gestores rurales y su aporte a la cultura rural	27 de agosto de 2020	15h30 a 17h20	17
23	Muestra virtual de expresiones ancestrales	28 de agosto de 2020	15h30 a 17h20	30
24	Experiencias de gestión cultural con identidad	31 de agosto de 2020	15h30 a 17h20	28

Fotos: Webinars, SECU-Agosto mes de las artes y las iniciativa culturales desde los territorios, agosto 2020.

La Dirección de Comercialización ejecutó el webinar Innovación para las empresas turísticas durante el mes de agosto a esta capacitación se conectaron 67 representantes de las empresas turísticas.

Fotos: Webinars, Innovación para las empresas turísticas, agosto 2020.

La Dirección de Mercadeo por su parte ejecutó el workshop Camino de los Andes, en este workshop se contó con la asistencia de 145 espectadores.

Fotos: Webinars, Workshop Camino de los Andes, agosto 2020.

Septiembre:

En el mes de septiembre se ejecutaron en total 32 eventos de capacitación de los cuáles 30 eventos fueron virtuales y 02 eventos se ejecutaron de manera presencial. En total se capacitaron 1178 personas de las cuales 1154 fueron espectadores en los eventos virtuales y 24 asistentes en las capacitaciones presenciales.

De los eventos mencionados 09 se ejecutaron en el tema de Implementación de protocolos de bioseguridad para diferentes sectores turísticos entre los que se incluyeron el segmento MICE, alojamiento turístico urbano y rural, alimentos y bebidas, guías turísticos, bares y discotecas en estos eventos participaron en total 268 personas.

Fotos: Webinars, Implementación de protocolos de bioseguridad, septiembre 2020.

Por otra parte se ejecutaron 04 capacitaciones en diferentes temáticas para diversos actores directos e indirectos del sector, a estos cuatro eventos virtuales se conectaron en total 114 personas.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Empoderamiento	04 de septiembre de 2020	17h30 a 19h00	10
	Ley Orgánica de Apoyo Humanitario y su aplicación en los sistemas del MRL e IESS	17 de septiembre de 2020	16h00 a 17h30	56
2	Homenaje a la Bandera	26 de septiembre de 2020	09h00 a 10h30	27
3	Vinculación de su negocio a la cadena de valor del Turismo	29 de septiembre de 2020	15h00 a 16h30	21

En el transcurso de este mes la Dirección de Desarrollo en cooperación con la Secretaría de Cultura ejecutó 14 eventos virtuales, durante las cuales se conectaron 546 personas.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES

1	Jóvenes y Quito Patrimonio de la Humanidad	09 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	120
2	La ruta de las artesanías del valle de los Chillos	10 de septiembre de 2020	17h30 a 19h30	49
3	Día de la ruralidad retrospectiva fotográfica del encuentro de las culturas de las parroquias rurales	11 de septiembre de 2020	10h00 a 12h00	39
4	Día de la ruralidad conmemorando historias de vida de gestores y gestoras rurales en la memoria 27 años	11 de septiembre de 2020	14h30 a 16h30	41
5	Ciclo de diálogos de patrimonio rural, Saberes y conocimientos de los museos en la ruralidad	14 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	26
6	Talleres y ponencias mujeres en la cultura y su incidencia en su territorio	15 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	24
7	Sabidurías ancestrales de las comunas de Calderón	16 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	31
8	¿Cómo afrontar los retos en tiempos de cambio?	16 de septiembre de 2020	18h30 a 20h00	108
9	Manos creativas de los artesanos de Pifo	22 de septiembre de 2020	11h00 a 13h00	22
10	Saberes ancestrales de las comunas del Chocó Andino	23 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	13
11	Sabiduría ancestrales de las comunas de la zona Eugenio Espejo	24 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	27
12	El caminar de los Yumbos	27 de septiembre de 2020	16h30 a 18h30	14
13	Conversatorio: Memorias y tradiciones de la ruralidad	28 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	20
14	Medicina ancestral saberes que sanan el cuerpo y el alma	30 de septiembre de 2020	15h30 a 17h30	12

Fotos: Webinars, SECU mes del Patrimonio y los diálogos creativos del Patrimonio Intangible de los territorios, septiembre 2020.

La Dirección de Mercadeo por su parte ejecutó tres webinars en el mes de septiembre en estos eventos se conectaron 148 personas.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Capacitación agentes de viaje-México	02 de septiembre de 2020	12h00 a 14h00	75
2	Workshop México	28 de septiembre de 2020	10h00 a 13h00	10
3	Workshop Colombia	30 de septiembre de 2020	09h00 a 12h00	63

Fotos: Webinars, Workshop Colombia, septiembre 2020.

La Dirección MICE ejecutó un evento virtual con motivo de la firma del Convenio de la Alianza Sudamérica se conectaron 99 personas.

Fotos: Webinar, Convenio Alianza MICE Sudamérica, septiembre 2020.

La Dirección de Planificación ejecutó el webinar de Cultura turística al cual se conectaron 03 personas.

Fotos: Webinar, Cultura Turística, septiembre 2020.

Octubre:

En el mes de octubre se ejecutaron en total 36 eventos de capacitación de los cuáles 34 eventos fueron virtuales y 02 eventos se ejecutaron de manera presencial. En total se capacitaron 857 personas de las cuales 841 fueron espectadores en los eventos virtuales y 16 asistentes en las capacitaciones presenciales.

De los eventos mencionados 07 se ejecutaron en el tema de Implementación de protocolos de bioseguridad para diferentes sectores turísticos entre los que se incluyeron, alojamiento turístico urbano y rural, alimentos y bebidas, organizadores de eventos y wedding planners, representantes de establecimientos turísticos y otros giros de negocio de la Administración Zonal de Calderón en estos eventos participaron en total 96 personas.

Fotos: Webinars, Implementación de protocolos de bioseguridad, octubre 2020.

Por otra parte se ejecutaron 05 capacitaciones en diferentes temáticas para diversos actores directos e indirectos del sector, incluyendo en esta oportunidad a señoras y señores comerciantes de los mercados municipales de Andalucía, Cotocollao, Carcelén, San Antonio, Calderón, Carapungo y Comité del Pueblo, en estos eventos virtuales se conectaron en total 239 personas.

TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
Regulación Turística	07 de octubre de 2020	09h00 a 10h30	52
Asesoría de procedimientos para la obtención y renovación de la LUAE	21 de octubre de 2020	19h00 a 20h30	8
Buenas prácticas de manufactura para alimentos y bebidas	23 de octubre de 2020	16h00 a 17h30	23
Calidad en la atención al cliente y relaciones humanas mercados de Quito	27 de octubre de 2020	18h00 a 19h30	144
Calidad en la atención al cliente para establecimientos turísticos	30 de octubre de 2020	16h00 a 17h30	12

Fotos: Webinars, Calidad en la atención al cliente y Buenas prácticas de manufactura, octubre 2020.

Durante el mes de Octubre la Dirección de Desarrollo ejecutó 23 webinars en cooperación con la Secretaría de Cultura, durante la ejecución de los mismos se conectaron 508 personas.

TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
Ciclo de Conversatorios virtuales: El trueque y el comercio justo como símbolo de identidad rural, cohesión social y reafirmación de pertenencia cultural.	05 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	25
Talleres y Ponencias Saberes y Conocimientos de semillas y productos con identidad cultural	06 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	26
Mujer afro tradiciones y costumbres fiestas populares	08 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	16

Conversatorio Virtual "Riqueza Ancestral de las Comunas del Valle de Los Chillos"	08 de octubre de 2020	18h00 a 20h00	21
Conversatorio Virtual "Chagras Pinteños"	10 de octubre de 2020	17h00 a 19h00	15
Ciclo de Conversatorios virtuales; Mujeres Rurales referentes en sus territorios	13 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	23
Talleres y Ponencias virtuales: Mujeres tejiendo saberes y conocimientos	14 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	24
Conversatorio Virtual "Riqueza Ancestral de las Comunas del Valle de Los Chillos"	15 de octubre de 2020	18h00 a 20h00	13
Conversatorio sobre los Miradores y Senderos Ecológicos de la Zona Centro	16 de octubre de 2020	18h30 20h30	37
Patrimonio de los barrios tradicionales de Quitumbe	17 de octubre de 2020	15h00 a 17h00	18
Ciclo de conversatorios virtuales : Tarde de gala de la interculturalidad en el DMQ	19 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	21
Talleres y ponencias - Historias de las bandas de pueblo- Saberes y conocimientos	20 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	20
Arte y cultura de la experiencia	21 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	39
Procesos en los géneros musicales en la cultura afro	22 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	12
Conversatorio virtual "Riqueza ancestral de las comunas del Valle de Los Chillos"	22 de octubre de 2020	18h00 a 20h00	18
Historia, patrimonio ancestral y urbano de la Zona Eloy Alfaro	24 de octubre de 2020	18h00 a 19h00	38
Guayllabamba, sede del encuentro de las culturas de las parroquias rurales, Guayllabamba 2021- Diversidad Cultural	26 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	11
Saberes y modos de vida en comunas	26 de octubre de 2020	17h30 a 19h30	10
Perucho relicario de leyenda y tradición	27 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	41
El grafiti expresión de arte urbano visual	28 de octubre de 2020	15h30 a 17h30	8
Encuentro virtual de la mujer calderonense y rol en la cultura	28 de octubre de 2020	17h30 a 19h30	33
Conversatorio sobre patrimonio inmaterial de la zona centro	30 de octubre de 2020	18h30 a 19h30	27
Narraciones	30 de octubre de 2020	17h00 a 19h00	12

Fotos: Webinar, Narraciones, octubre 2020.

Por otra parte la Dirección MICE ejecutó el webinar Perspectivas sobre la industria de reuniones a esta charla se conectaron en total 14 personas.

Fotos: Webinar, Perspectivas sobre la industria de reuniones, octubre 2020.

Es así, que de enero a octubre de 2020 se ha capacitado a un total de 69.766 personas de establecimientos turísticos y actores indirectos del turismo, ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. Además, se realizó asesorías a 72 establecimientos turísticos con el objetivo de orientar a los representantes de los establecimientos de las actividades turísticas en materia de Normativa Turística.

Noviembre:
En el mes de noviembre se ejecutaron en total 29 eventos de capacitación de los cuáles 27 eventos fueron virtuales y 02 eventos se ejecutaron de manera presencial. En total se capacitaron 719 personas de las cuales 693 fueron espectadores en los eventos virtuales y 26 asistentes en las capacitaciones presenciales.

De los eventos mencionados 04 se ejecutaron en el tema de Implementación de protocolos de bioseguridad para diferentes actores turísticos entre los que se incluyeron, alimentos y bebidas, guía de turismo, otros giros de negocio de Nayón y los miembros de la Unidad de Policía Comunitaria y de Turismo en estos eventos participaron en total 108 personas.

Fotos: Webinar, Implementación de protocolos de bioseguridad, noviembre 2020.

Por otra parte, se ejecutaron 11 capacitaciones en diferentes temáticas para diversos actores directos del sector, tales como agencias de viaje, establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, así como colaboradores de instituciones públicas como la Agencia Metropolitana de Control y la Policía Comunitaria y de Turismo en estos eventos virtuales se conectaron en total 261 personas.

Fotos: Webinars, Turismo Cultural y Atención al turista con discapacidad, noviembre 2020.

En el mes de Noviembre la Dirección de Desarrollo ejecutó 11 webinars en cooperación con la Secretaría de Cultura, durante la ejecución de estos se conectaron 171 personas.

Fotos: Webinar, Jóvenes emprendedores con identidad en la ruralidad y Homenaje a la Virgen del Quinche, noviembre 2020.

Por otra parte, la Dirección MICE ejecutó 02 webinars, se conectaron a los mismos 99 espectadores

Fotos: Webinar, Quito, un destino seguro para la industria de reuniones y MICE Talks, noviembre 2020.

La Dirección de Mercadeo ejecutó el webinar Workshop de destino Perú en el cual se conectaron 80 espectadores.

Fotos: Webinar, Workshop de destino Perú, noviembre 2020.

Diciembre:

En el mes de diciembre se ejecutaron en total 29 eventos de capacitación de los cuáles 27 eventos fueron virtuales y 02 eventos se ejecutaron de manera presencial. En total se capacitaron 687 personas de las cuales 662 fueron espectadores en los eventos virtuales y 25 asistentes en las capacitaciones presenciales.

De los eventos mencionados 06 se ejecutaron en el tema de Implementación de protocolos de bioseguridad, 04 de manera virtual para diferentes actores turísticos entre los que se incluyeron, agencias de viajes, alojamiento, alimentos y bebidas, guía de turismo, en los que participaron en total 28 espectadores y 02 de manera presencial en las parroquias rurales de San José de Minas, Chavezpamba, Perucho y Púellaro en estos eventos participaron en total 25 personas.

Fotos: Webinar, Implementación de protocolos de bioseguridad, diciembre 2020.

Por otra parte, se ejecutaron 17 capacitaciones en diferentes temáticas para representantes de los establecimientos turísticos del sector, tales como agencias de viajes, alimentos y bebidas, alojamiento, así como comerciantes de los mercados municipales de Quito en estos eventos virtuales se conectaron en total 439 personas.

No.	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Calidad en la atención al cliente-Policía de Seguridad Turística	01 de diciembre de 2020	16h00 a 17h30	25
2	Buenas prácticas de manufactura para establecimientos de alimentos y bebidas-AGREPI	02 de diciembre de 2020	15h00 a 16h30	45
3	Innovación para agencias de viajes ante los nuevos retos del turismo	03 de diciembre de 2020	16h00 a 17h30	10
4	Calidad en la atención al cliente-AGREPI	08 de diciembre de 2020	15h00 a 16h30	33
5	Marketing digital enfocado en el cierre de ventas	09 de diciembre de 2020	09h30 a 11h00	18
6	Anfitriones turísticos-Policía Comunitaria y de Turismo	11 de diciembre de 2020	16h00 a 17h30	30
7	Embudos de ventas	14 de diciembre de 2020	16h00 a 17h30	14
8	Marketing digital-AGREPI	15 de diciembre de 2020	15h00 a 16h30	19
9	Calidad en la atención al cliente para alimentos y bebidas	17 de diciembre de 2020	16h00 a 17h30	3
10	Calidad en la atención al cliente para agencias de viajes y operadoras	18 de diciembre de 2020	09h30 a 11h00	13
11	Calidad en la atención al cliente para alimentos y bebidas	21 de diciembre de 2020	16h00 a 17h30	1
12	Calidad en la atención al cliente y relaciones humanas dirigido a los mercados de Quito.	21 de diciembre de 2020	18h30 a 19h30	99
13	Atención al turista con discapacidad	22 de diciembre de 2020	09h30 a 11h00	36
14	Promotores Turísticos-AGREPI	22 de diciembre de 2020	15h00 a 16h30	5
15	Calidad en la atención al cliente para alojamiento	23 de diciembre de 2020	09h30 a 11h00	8
16	Calidad en la atención al cliente para alojamiento	28 de diciembre de 2020	16h30 a 17h00	5
17	Atención al turista con discapacidad	29 de diciembre de 2020	09h30 a 11h00	75

Fotos: Webinars, Marketing digital y Atención al cliente enfocado a los mercados municipales de Quito, diciembre 2020.

En el mes de diciembre la Dirección de Desarrollo ejecutó 06 webinars en cooperación con la Secretaría de Cultura, durante la ejecución de estos se conectaron 195 personas.

No	TEMA	FECHA	HORARIO	NÚMERO DE ASISTENTES
1	Cuentos, leyendas y narrativas tradicionales	01 de diciembre de 2020	12h00 a 14h00	119
2	Serenatas a las parroquias	04 de diciembre de 2020	17h00 a 18h00	29
3	Fiestas de Quito: historias y anécdotas de músicos de bandas de pueblo de la administración La Delicia.	04 de diciembre de 2020	18h00 a 19h00	17
4	Ciclo de conversatorios: "Leyendas, mitos, sitios tradicionales de la Ruralidad"	07 de diciembre de 2020	15h30 a 17h30	4
5	Ponencias y talleres: Emprendedores de Comunas con identidad	14 de diciembre de 2020	10h00 a 12h00	9
6	Ponencias y Talleres: Kapak Raymi de los Pueblos y nacionalidades, comunas y comunidades	16 de diciembre de 2020	10h00 a 12h00	17

Fotos: Webinar, Leyendas, sitios, mitos tradicionales de la ruralidad y Emprendedores de comunas con identidad, diciembre 2020.

Es así, que de enero a diciembre de 2020 se ha capacitado a un total de 71.172 personas de establecimientos turísticos y actores indirectos del turismo, ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. Además, se realizó asesorías a 72 establecimientos turísticos con el objetivo de orientar a los representantes de los establecimientos de las actividades turísticas en materia de Normativa Turística.

Charlas Protocolos de Bioseguridad:

Los datos informativos referentes a las charlas de Implementación de protocolos de bioseguridad de junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre se detallan en la siguiente tabla:

No. CHARLAS	TEMA	FECHA	NÚMERO DE ASISTENTES
16	Charla Implementación de protocolos de bioseguridad, alimentos y bebidas	01, 03,08,10,12,16,24 de junio 03, 09,31 de julio, 12 de agosto, 19 de septiembre, 16 de octubre, 27 de octubre, 25 de noviembre y 23 de diciembre de 2020	682
12	Charla Implementación de protocolos de bioseguridad, alojamiento	02 ,04,09,11,18, de junio, 01 de julio, 19 de agosto, 29, 30 de septiembre, 01 de octubre y 16 de diciembre de 2020.	426
1	Charla Implementación de protocolos de bioseguridad, Mercado de San Roque	13 de junio de 2020	55
8	Charla Implementación de protocolos de bioseguridad, agencias de viajes	15, 17,19,22,26 de junio, 24 de julio, 26 de agosto, 09 de diciembre de 2020 de 2020	216
5	Charla Implementación protocolos de bioseguridad, transporte turístico	23, 29 de junio y 21 de julio 03 de agosto, 16 de septiembre de 2020	153
1	Charla Implementación Protocolos de Bioseguridad/Cuerpo de Bomberos/Agencia Metropolitana de Control	24 de junio de 2020	74
5	Charla Implementación Protocolos de Bioseguridad para establecimientos de alojamiento, zonas rurales, Haciendas turísticas, Hosterías, Lodges, Campamento turístico.	25 de junio, 08, 13 de julio, 09 de septiembre, 12 de octubre de 2020	86
4	Protocolo general de bioseguridad para la industria de reuniones (MICE y eventos sociales) Quintas	10, 22 de julio, 25 de septiembre, 12 de octubre de 2020	115
1	Implementación de protocolos de bioseguridad dirigido a Gestores Culturales	10 de julio de 2020	36
3	Protocolos de bioseguridad dirigido a guías de turismo	15 de septiembre, 12 de noviembre de y 30 de diciembre de 2020	38
2	Protocolos de bioseguridad dirigido a bares y discotecas	23 y 24 de septiembre de 2020	120
5	Implementación de protocolos de bioseguridad dirigido a otros giros de negocio	28 de octubre de 2020, 12, 13 de noviembre, 16 de diciembre, 23 de diciembre de 2020.	73

Es así que de julio a diciembre se han ejecutado en total 63 charlas de implementación de protocolos de bioseguridad para establecimientos turísticos en las que se han capacitado en total 2.074 personas.

1. **DISTINTIVO Q**

Distintivo Q, es el reconocimiento que otorga el Municipio a través de la Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico -Quito Turismo- a establecimientos que implementan sistemas de gestión de turismo sostenible y de calidad.

Gestión Mensual

Durante los primeros meses del año 2020, el programa Distintivo Q, generó varias acciones de posicionamiento de la marca tales como la reunión del 27 de enero, a cual se convocó a los 287 establecimientos que integran el Distintivo Q, en la que se acordaron unificar descuentos desde 15% al 25% en los productos o servicios que ofertan los establecimientos de Alimentos y bebidas, Alojamiento y Operadores Turísticos para el evento de "Carnavalff 2020"

Reunión – Establecimientos Distintivo Q, enero 2020.

Es así que se realizaron activaciones a través de los medios comunicacionales institucionales y medios de comunicación masivos. Dentro de estas publicaciones se motivó al público en general, el consumo de los productos y servicios en los establecimientos con Distintivo Q quienes voluntariamente aplicaron descuentos desde 15% al 25% durante el la ejecución del evento.

Publicaciones en medios de comunicación masiva de la capital, ofertas Establecimientos Distintivo Q.

En el mes de marzo, se notificó y envío a 38 establecimientos el informe correspondiente de resultados de la visita de cumplimiento de la norma de Distintivo Q del mes de febrero, de los cuales 35 establecimientos continúan en el programa de Calidad Turística y 3 establecimientos no cumplieron con el porcentaje mínimo requerido, por lo que se planificó realizar una segunda y última vista para el cumplimiento de acuerdo a lo estipulado en el Reglamento de General Distintivo Q. Sin embargo una vez que se declaró el estado de emergencia en el territorio, esta actividad ha sido suspendida, por lo que se ha realizado gestiones encaminadas en el soporte de los establecimientos con el reconocimiento y que se describen en el numeral 5 de esta sección denominado "ACCIONES DIRECCIÓN DE CALIDAD MODALIDAD TELETRABAJO"

Verificaciones Distintivo Q 2020

En el año 2020 inició con 287 establecimientos con el reconocimiento de la Calidad Turística Distintivo Q, de los cuales:

- 183 establecimientos son alimentos y bebidas;
- 08 huecas patrimoniales;
- 36 operadores turísticos; y

- 60 alojamientos.

De acuerdo a la planificación institucional, en el mes de febrero se inició con las verificaciones de renovación 2020 correspondiente, por lo que se realizaron 38 visitas técnicas a 38 establecimientos que forman parte del programa de Calidad Turística, distribuidos de la siguiente manera en 30 establecimientos de alimentos y bebidas; 08 huecas patrimoniales. El resto de actividades se han realizado en formato teletrabajo.

Relanzamiento Distintivo Q:
El 12 de junio, se desarrolló mediante la plataforma Zoom, la segunda reunión del "Comité de Calidad", en la que se abordaron directrices y temas de interés para la mejora del programa de Calidad Turística Distintivo Q, con la siguiente temática:

1. Reforma del Reglamento del programa Distintivo Q
2. Parámetros técnicos de bioseguridad
3. Inclusión de la normativa técnica del segmento MICE
4. Análisis de los reconocimientos especiales "Oro" y "Platino"
5. Asuntos varios

El 04 de julio de 2020, se aprobó la reforma del REGLAMENTO PARA LA ENTREGA, USO, RENOVACIÓN Y APLICACIÓN DEL "DISTINTIVO Q" A LA CALIDAD TURÍSTICA", mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-035, en la que se actualizó la norma técnica para las actividades que incorporan el Distintivo Q, se incorporó la Industria de Reuniones – Venues del segmento MICE al programa y se modificó el proceso de renovación para la permanencia de los establecimientos del Distintivo Q en el año 2021.

Asesorías Norma técnica Distintivo Q
Dese el 29 de julio, se inició con el proceso de socialización de la reforma del Reglamento y la norma técnica actualizada a los establecimientos con el reconocimiento a la Calidad Turística Distintivo Q, de los cuales se realizaron 266 asesorías a establecimientos a través de la plataforma de reuniones Zoom.

Fuente: Indicadores Dirección de Calidad, diciembre 2020.

Entrega de certificados "Establecimiento Confiable y Saludable"
Del 15 al 18 de septiembre, las autoridades de Quito Turismo iniciaron con la entrega presencial del certificado "Establecimiento Confiable y Saludable" a 25 establecimientos con Distintivo Q en el Centro Histórico.

Así mismo, el 27 de septiembre por conmemorarse el día mundial del Turismo, en la capilla del Museo de la Ciudad se entregaron 06 certificados de "Establecimiento Confiable y Saludable", de

los cuales 03 fueron representantes de establecimientos del Centro Histórico y 03 representantes de las parroquias rurales.

Además, en los meses de noviembre y diciembre, se continuó con la entrega de los certificados a 214 establecimientos que cuentan con el reconocimiento Distintivo Q en los diferentes sectores del Distrito Metropolitano de Quito.

Fuente: Dirección de Calidad, diciembre 2020.

Es decir que en el año 2020, se entregó a los establecimientos que cuentan con el reconocimiento a la calidad Turística, 245 certificados como “Establecimiento Confiable y Saludable”.

2. REGULACIÓN

La regulación turística, acapara el 90% del personal de la Dirección de Calidad, y su misión es atender a los trámites de licenciamiento ingresados por los propietarios de establecimientos turísticos, a través de las ventanillas municipales para obtener su LUAE o a través de la ventanilla de Quito Turismo para obtener su Registro Turístico. Hasta el 31 de diciembre 2020, se contabilizan 2229 solicitudes de inspección a establecimientos, y fueron atendidas 2168 con visitas de inspección. Cabe recalcar que desde el 16 de marzo durante aproximadamente 04 meses, no se realizaron inspecciones de ningún tipo debido a la declaratoria de emergencia sanitaria en nuestro país, por lo que se tomaron acciones para alinearse a la situación actual y cumplir con los requerimientos de los establecimientos turísticos por medio del teletrabajo, retomando las inspecciones en campo de manera intermitente desde el mes de julio. Es así que los datos referentes a inspecciones se mantienen de acuerdo a lo siguiente:

Fuente: Indicadores Regulación Dirección de Calidad, diciembre 2020.

En el siguiente gráfico se puede observar la cobertura de inspecciones en el Distrito Metropolitano de Quito, es así que la Dirección de Calidad ha realizado 4286 inspecciones a establecimientos turísticos hasta el 31 de diciembre 2020, debido a la suspensión de inspecciones por la emergencia sanitaria; estas verificaciones son segregadas en Zonas Especiales Turísticas y Zonas de Distrito, con el objetivo de evidenciar que todas las zonas del Distrito Metropolitano de Quito son atendidas.

Fuente: Indicadores Regulación Dirección de Calidad, diciembre 2020.

Solicitudes de Usuarios.

La Dirección de Calidad ha contestado y orientado a 4491 usuarios que mediante atención presencial, correo electrónico y/o llamada telefónica, han solicitado información o requerimientos como:

- Solicitud de información por cese de actividades.
- Solicitud de información sobre tasas de turismo.
- Solicitud de información sobre el estado de trámites LUAE.
- Solicitud de información sobre la emisión del Registro Turístico.
- Consultas varias.

Se atendió a un total de 2084 peticiones de usuarios de establecimientos turísticos hasta el mes de diciembre 2020 en modalidad de teletrabajo.

Al 31 de diciembre del año 2020 se atendieron de manera presencial a 2407 usurarios en las ventanillas de atención al cliente de la Dirección de Calidad. El 96% de los usuarios de la ventanilla de la Dirección de Calidad, calificaron como excelente la información y trato recibido. El 3% como muy buena, 1% como buena.

3. CATASTRO TURÍSTICO:

El Catastro Turístico, es la base de datos de establecimientos regulados por la EPMGDT Quito Turismo. Esta base está sujeta a las necesidades de información y regulación del Ministerio de Turismo. Gracias al catastro turístico, Quito Turismo a través de la Gerencia Financiera cuenta con información para la emisión de tasas de turismo y tasas de facilidades turísticas.

El catastro turístico actualizado con 4827 establecimientos y la distribución por actividades, por lo que hasta el mes de diciembre del año 2020, existe un decrecimiento del 2% del catastro respecto diciembre de 2019, esto como resultado de la crisis económica consecuencia de la pandemia COVID-19.

Fuente: Indicadores Catastro Dirección de Calidad, diciembre 2020.

<u>Cabe mencionar que en el año 2020, han 416 establecimientos turísticos han obtenido el Registro Turístico, mientas que 241 han notificado el cese de su actividad económica conforme lo establece el artículo 47 del Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.</u>

Actualmente la Dirección de Calidad, ha georeferenciado el 91% del catastro de establecimientos turísticos, lo que permite visualizar los sectores con mayor concentración de establecimientos turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito, zonas turísticas y zonas con potencial turístico.

Adicionalmente al adquirir el software ArcGIS, se ha implementado productos como herramienta de gestión para los procesos de regulación como: la georeferenciación a los establecimientos denominados "Quintas" en el Valle de Tumbaco y además a los establecimientos ubicados en la zona implementación del proyecto "Quito activo 24 horas".

Fuente: Catastro Turístico "georeferenciado" diciembre 2020.

Asesorías gratuitas de protocolos de bioseguridad para establecimientos turísticos.
La Dirección de Calidad, se encuentra en continua comunicación con los establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito, esto con el objeto de realizar asesorías gratuitas y técnicas de

una correcta implementación de protocolos de bioseguridad para la reapertura de establecimientos turísticos emitidos por el Ministerio de Turismo.

Estas asesorías han tenido una gran acogida por parte del sector, es así que en las zonas especiales turísticas se ha realizado 770 asesorías en campo y 294 asesorías por tele conferencia, mientras que en el DMQ, se han realizado 938 asesorías en campo y 207 asesorías por tele conferencia, generando un total de 2209 asesorías realizadas hasta el 31 de diciembre de 2020.

Fuente: Indicadores Dirección de Calidad, diciembre 2020.

4. ACCIONES CONJUNTAS PROGRAMAS DE LA DIRECCIÓN DE CALIDAD MODALIDAD TELETRABAJO

El 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS), declaró el brote de Corona Virus COVID-19, como pandemia, debido a que esta enfermedad epidémica se estaba expandiendo a varios países del mundo y solicitó a los países se intensifique las acciones para mitigar su propagación.

El 12 de marzo de 2020, el presidente de la República del Ecuador declaró estado de emergencia sanitaria en el país, misma que fue respaldada por la alcaldía de Quito a través de Resolución A-020 de 12 de marzo de 2020, en la que se declaró en estado de emergencia grave en todo el territorio del Distrito Metropolitano de Quito.

Las medidas que se están tomando internacionalmente y a las que se suma el Ecuador para evitar la propagación del COVID-19, son adecuadas y necesarias, sin embargo estas ocasionan la cuarentena y el teletrabajo por parte del personal que labora en la Dirección de Calidad, lo que ocasionó que las metas planificadas para el año 2020 no se pudieran cumplir.

Sin embargo, se continuó realizando diferentes actividades que el personal de la Dirección de Calidad ha ejecutado desde sus domicilios, entre las que se encuentran:

Invitación a capacitaciones impartidas por Quito Turismo.
Se enviaron correos electrónicos y llamadas telefónicas a establecimientos turísticos con el objeto de que participen en capacitaciones, es así que hasta el mes de diciembre se invitó a un total de 10.748 personas de los diferentes establecimientos turísticos.

Solicitud de participación a establecimientos turísticos.
Dada la buena acogida a la solicitud de información que realizan los funcionarios de la Dirección de Calidad, se solicitó mediante llamadas telefónicas a los establecimientos de Alimentos y Bebidas,

fotografías, videos y artes digitales para la promoción de sus negocios en las redes sociales de Quito Turismo en temas como:

- Envío de fotografías de establecimientos con la modalidad de delivery.
- Envío de video promocional de clases virtuales de cocina como parte de la campaña "Tu Historia Comienza en Casa"
- Solicitud de artes promocionales de establecimientos con Distintivo Q y establecimientos de La Mariscal, para incluir en la sección cuponera de la nueva página institucional.
- Solicitud de artes promocionales a establecimientos turísticos para cuponeras de páginas institucionales (Mariscal y Centro Histórico).
- Escapadas Quiteñas.
- Rutas turísticas "Colada Morada" por finados.
- Envío de artes con promociones y/o beneficios validas hasta enero 2021.

Estas acciones son de apoyo a las Direcciones de Mercadeo y Desarrollo, realizando hasta el mes de diciembre 2020 un total de 2.019 llamadas solicitando la información a los diferentes establecimientos de Distintivo Q y establecimientos de la Mariscal, Centro Histórico y Noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito.

Levantamiento y actualización, alojamientos con disponibilidad de hospedar a "APO" y Médicos.
Dada la situación de emergencia que está atravesando el país en la actualidad, se realizó el levantamiento de información de los establecimientos de alojamiento que tienen su disponibilidad para hospedar a personas con aislamiento preventivo obligatorio y a médicos.

En el transcurso de los meses, varios establecimientos manifestaron su interés de formar parte de esta iniciativa y solicitaron que se los tome en cuenta, es así que se mantiene actualizada la información a través de llamadas y envío de correos electrónicos a todos los establecimientos de alojamiento turístico registrados en el Distrito Metropolitano de Quito.

Desde el inicio de estas acciones se realizaron 1.012 llamadas, además del respectivo envío de correos electrónicos.

Muestreo Cese de Actividades de establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.
La Dirección de Calidad realiza bimensualmente, un análisis del porcentaje de cese de actividades de establecimientos turísticos registrados, que debido a la crisis económica consecuencia de la pandemia COVID-19, decidieron cerrar sus negocios; es así que obteniendo un nivel de confianza del 99% con un margen de error del 10% considerando a un universo de 4835 establecimientos catastrados, se tomó una muestra de 2.160 establecimientos de todas las actividades contempladas en la Ley de Turismo.

Como resultado de este análisis se desprende que un 14% de establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito han cesado sus actividades durante esta crisis.

Protocolos de bioseguridad para actividades turísticas.
Quito Turismo, recibió 203 solicitudes vía correo electrónico y/o llamadas telefónicas de los propietarios con los cuales coordinó el día y hora de la asesoría a su local.

El equipo técnico de la Dirección de Calidad, investigó y desarrolló borradores de los protocolos de medidas preventivas de bioseguridad frente al COVID-19 para el sector turístico de alojamiento, alimentos y bebidas, operación e intermediación turística, transporte turístico, bares, discotecas y

además revisó y adecuó el protocolo de bioseguridad para organización de eventos segmento MICE, Guías de Turismo para el Distrito Metropolitano de Quito, los mismos que fueron remitidos al Ministerio de Turismo con el fin de que sean considerados como insumos en los protocolos que está generando la cartera de estado.

Guías de Protocolos de bioseguridad para actividades turísticas.
Se elaboró guías para la aplicación de los protocolos emitidos por el Ministerio de Turismo, con el fin que estos sean publicados y socializados a los ciudadanos de Quito a través de las redes sociales y páginas institucionales como promocionales de Quito Turismo.

Encuestas a establecimientos turísticos en feriados.
Con el fin de obtener información que permita tener un panorama de la situación económica de los establecimientos turísticos y sus ingresos en días festivos (feriados), el equipo de la Dirección de Calidad realizó encuestas a establecimientos turísticos que tienen la certificación de Distintivo Q.

Es así que a la fecha se han realizado 924 encuestas que han permitido realizar el análisis de la situación de los establecimientos turísticos en feriados y con los datos obtenidos se puedan realizar estrategias de mejora en las próximas festividades.

Acciones operativas diarias:

- Participación a reuniones varias por teleconferencias tanto con usuarios internos y externos.
- Generación de cronogramas de charlas en línea con participación de actores y ponentes del sector privado.
- Generación de informes de necesidad para procesos de contratación e incorporación de observaciones.
- Gestión y acercamiento con instituciones bancarias, con el fin de promocionar al Distintivo Q.
- Generación de guías informativas, referente a la aplicación de protocolos de bioseguridad para establecimientos turísticos.
- Respuesta a solicitudes de verificación enviadas por parte de la Agencia Metropolitana de Control.
    - Se mantiene las coordinaciones con la Agencia Metropolitana de Control, sobre los pedidos de solicitudes recibidas por medio del sistema SITRA, unos días antes de empezar la emergencia sanitaria.
    - Actualmente estas solicitudes se están atendiendo normalmente con forme ingresan, una vez realizada la inspección por solicitud de la Agencia Metropolitana de Control se envía la respuesta mediante oficio al requirente de la información.
- Envío de Informes de infracción a la Agencia Metropolitana de Control.
    - Se coordinó con la Agencia Metropolitana de Control, el envío de 35 informes de infracción para que puedan ser procesados durante el periodo de emergencia sanitaria, así también se envían inmediatamente los informes levantados en operativos de control mediante SITRA.
- Revisión trámites pendientes en bandejas de sistema SICET.
    - Se verificó y consolidó una matriz con los trámites de licenciamiento pendientes de verificación, con el objeto de enviar un correo masivo informando el estado del mismo y solicitando la espera por parte del usuario, actualmente estas solicitudes están siendo atendidas normalmente por el equipo técnico de la dirección.
- Elaboración y revisión de documentación para emisión de Registros Turísticos.

- Se consolidó la información pertinente para la revisión y emisión de Registros Turísticos a establecimientos por actualización de datos, nuevos propietarios o ingreso de nuevos establecimientos.

- Revisión de trámites de renovación caducados para finalizar por base.
  - Se revisó y consolidó una matriz con trámites de renovación caducados, para finalizar por base y que se supriman de la bandeja del sistema SICET.
  - Se envió la Información a la Jefatura de Sistemas, quien es la encargada de la depuración masiva de la información enviada.
- Elaboración y revisión de documentación para emisión de Informes de bajas de tasa de turismo.
  - Se realizó la revisión pertinente a las solicitudes de baja realizados por parte de los contribuyentes y se emitió los informes respectivos, mismos que fueron remitidos a la Gerencia Jurídica de Quito Turismo.
- Informes de pertinencia para suscripción de convenios, respuesta y asesoría a usuarios, respuesta oficios, generación de presentaciones e informes, entre otros.
- Informes encaminados a la simplificación de trámites administrativos a través de la derogación de normativa obsoleta (Reglamento General de Actividades Turísticas), con el fin de realizar la reforma correspondiente al título de turismo y de LUAE del Código Municipal.
- Informes jurídicos sobre tributos y pertinencia de aplicación de normativa vigente.
- Informes relacionados a tributos municipales como son la tasa de turismo.
- Informe relacionados con la regulación turística.
- Informes y propuestas para la generación de una nueva tipología de alimentos y bebidas (Gastro Pub).
- Aportes al Manual de la LUAE.
- Entre otros.

5. CONCLUSIONES:

Durante el año 2020, la Dirección de Calidad ha ejercido sus funciones en dos modalidades como son el teletrabajo y el trabajo presencial:

- De enero a mediados del mes de marzo de 2020, el trabajo se desarrolló conforme la planificación anual, en la que se realizaban inspecciones de regulación y Distintivo Q, con normalidad. Además el proceso de capacitación era presencial.
- Una vez declarada la emergencia sanitaria, y al entrar en la modalidad de teletrabajo, la Dirección de Calidad tuvo que reinventar la forma de ejecutar sus funciones. Esto fue posible gracias a la implementación de medios digitales, como la plataforma Zoom, llamadas y correos a los usuarios. Además se implementó la recepción de documentos a través de correo electrónico, esto gracias a la aplicación de la Resolución Administrativa No. EPMGDT-GG-CC-2020-032, de 26 de abril de 2020.
- Gracias a las herramientas digitales se logró realizar webinars de capacitación en línea, para el apoyo del sector turístico.
- En base a la declaración de emergencia, el cumplimiento de las metas mensuales de la Dirección de Calidad se ha visto notablemente afectadas, ya que las mismas fueron planificadas sin que exista el condicionante de la Pandemia COVID-19.
- Una vez terminado el estado de emergencia, el personal de inspección regresó el trabajo de campo, normalizando las actuaciones de la Dirección de Calidad en el trabajo de campo, permitiendo de esta forma continuar con las metas planteadas para el año 2020.
- Se incrementó las verificaciones enfocadas a la implementación de protocolos de bio seguridad, se hizo en modalidad de asesorías.

- Pese a ser un año atípico se registraron 416 establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito.

6. RECOMENDACIONES:

- Fortalecer los procesos de atención al cliente digitales, propendiendo de esta manera a la simplificación de trámites.
- Continuar con las diferentes capacitaciones al sector turístico, buscando potencializar y coadyuvar a la reactivación económica.
- Continuar con los asesoramientos a establecimientos turísticos con el fin de que los mismos implementen las medidas de prevención y bioseguridad, para que se conviertan en establecimientos confiables y seguros.

Responsable:

Firmado electrónicamente por:
MONICA CATALINA DEL VALLE VIVANCO

MÓNICA DEL VALLE
Directora de Calidad

6. EVALUACIÓN DE PROYECTOS MÍ CIUDAD: GESTIÓN ADMINISTRATIVA y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

6.1. Avance Programático Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2020

Nombre del Programa	Nombre proyecto	% avance programático
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	100%
	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	100%

http://172.20.24.119/MiCiudad2020/

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PROYECTO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA
RESPONSABLE DEL PROYECTO	CARDENAS RAMIREZ CARLA PAOLA

Regresar Proyectos EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

PRODUCTO	OBRA	PRIORITARIO	% AVANCE DE LA PROGRAMACION	ESTADO	FECHA PROGRAMADA		FECHA REALIZADA		RESPONSABLE PRODUCTO
					INICIO	TERMINO	INICIO	TERMINO	
PLAN DE GESTION DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL ADMINISTRATIVO			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	RUALES MONCAYO LUIS EDUARDO
Páginas: [1]									
Productos Activos:	1		100 %						
Productos Inactivos:	0								

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PROYECTO	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
RESPONSABLE DEL PROYECTO	CARDENAS RAMIREZ CARLA PAOLA

Regresar Proyectos EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

PRODUCTO	OBRA	PRIORITARIO	% AVANCE DE LA PROGRAMACION	ESTADO	FECHA PROGRAMADA		FECHA REALIZADA		RESPONSABLE PRODUCTO
					INICIO	TERMINO	INICIO	TERMINO	
PLAN DE GESTION DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DE TALENTO HUMANO			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	RUALES MONCAYO LUIS EDUARDO
ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO FORTALECIMIENTO			100.00 %		2020-01-01	2020-12-31	2020-01-01	2020-12-31	RUALES MONCAYO LUIS EDUARDO
Páginas: [1]									
Productos Activos:	2		100 %						
Productos Inactivos:	0								

http://172.20.24.119/MiCiudad2020/

Metas Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2020

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PROYECTO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Regresar Proyectos

META POA	TIPO META	VALOR DISTRITAL	VALOR UNIDAD OPERATIVA	UNIDAD DE MEDICION	AVANCE	AVANCE DE METAS
ALCANZAR EL 100% DE APOYO INSTITUCIONAL PARA LA OPERATIVIDAD	Acumulativa	100.00	100	PORCENTAJE	88 %	Avance de Metas

Páginas: [1]

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
PROYECTO	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Regresar Proyectos

META POA	TIPO META	VALOR DISTRITAL	VALOR UNIDAD OPERATIVA	UNIDAD DE MEDICION	AVANCE	AVANCE DE METAS
ALCANZAR EL 100% DE APOYO INSTITUCIONAL PARA LA OPERATIVIDAD	Acumulativa	100.00	100	PORCENTAJE	90 %	Avance de Metas

Páginas: [1]

http://172.20.24.119/MiCiudad2020/

6.2. Principales resultados alcanzados por meta

Meta 1: Administrativo	ALCANZAR EL 100% DE APOYO INSTITUCIONAL PARA LA OPERATIVIDAD
Valor programado 2020:	100%
Valor ejecutado 2020:	88%
% de avance:	88%
Entidad(es) ejecutora(s):	EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO – QUITO TURISMO
1. Descripción de los resultados alanzados: - Dotación de la logística adecuada, completa y en plazos adecuados para el correcto funcionamiento de la empresa Quito Turismo	

Meta 1: Talento Humano	ALCANZAR EL 100% DE APOYO INSTITUCIONAL PARA LA OPERATIVIDAD
Valor programado 2020:	100%
Valor ejecutado 2020:	90%
% de avance:	90%

Entidad(es) ejecutora(s):	EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO – QUITO TURISMO
1. Descripción de los resultados alanzados: - Optimización del talento humano y cumplimiento apropiado de la resolución A049 expedida por el Señor alcalde del Distrito Metropolitano de Quito el 16 de julio de 2020.	

6.3. EVALUACIÓN POA 2020 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO

6.3.1. EVALUACIÓN PROGRAMA FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Fortalecimiento Institucional en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2020, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2020: **88% de eficacia** en Administrativo y un **90% de eficacia** en Gestión de Talento Humano; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por la Gerencia)

Eficiencia. - Lo cual ha sido realizado con un **97% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL) en Gestión Administrativa

Y con un **99% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL en Gestión del Talento Humano, según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2020: FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado % TECNICO del proyecto ANUAL	CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
F. ADMINISTRATIVO	88%	0,02%	97%	69%	100%	88%
F. TTHH	90%	0,17%	99%	95%	100%	90%
Promedio QT total	94%	0,14%	96%	81%	100%	94%
	Promedio QT sin TTHH	0%	95%	68%		
	GESTION	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO	% PAGADO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)

Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT - Fortalecimiento Institucional

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido
GESTION ADMINISTRATIVA DE QUITO TURISMO MC: PLAN DE GESTION DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL ADMINISTRATIVO	GESTION ADMINISTRATIVA MC: Plan de gestión administrativa ejecutado	01 GESTION ADMINISTRATIVA	93%	383.071,00	259.526,53	-	255.414,26
	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA TIC´s MC: Plan de gestion informatica ejecutado	03 INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA	53%	262.034,00	77.547,68	-	69.297,43
	GESTIÓN DE COMPRAS PUBLICAS MC: Plan de gestion de compras públicas ejecutado	04 GESTION DE COMPRAS PUBLICAS	100%	1.000,00	-	-	-

	GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA Y ESTRATÉGICA DE QT MC: Plan de gestion de planificación y control interno ejecutado	PLANIFICACIÓN OPERATIVA Y ESTRATÉGICA DE QT					
	GESTION FINANCIERA MC: Plan de gestion financiera ejecutado	05 GESTION FINANCIERA		45.200,00	63.990,79	9,43	63.220,17
	GASTOS COMUNES GESTION ADMINISTRATIVO MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)	01 GASTOS COMUNES DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	99,45%	83.283,00	35.000,00	-	34.808,51
	GESTION JURÍDICA MC: Plan de gestion legal ejecutado	01 GESTION JURIDICA	86%	2.720,00	2.020,00	67,20	900,63
		Sub Total Fortalecimiento Adm		**777.308,00**	**438.085,00**	**76,63**	**423.641,00**
		Total Fortalecimiento ADM	**87,53%**	**777.308,00**	**438.085,00**	**76,63**	**423.641,00**
GESTION DEL TALENTO HUMANO DE QUITO TURISMO MC: PLAN DE GESTION DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DE TALENTO HUMANO	GESTION DEL TALENTO HUMANO MC: Plan de gestiòn de TTHH ejecutado	01 GESTION DEL TALENTO HUMANO	90%	35.037,00	12.381,96	-	10.550,86
		Sub Total Fortalecimiento		**35.037,00**	**12.381,96**	**-**	**10.550,86**
	GASTOS COMUNES GESTION DE TALENTO HUMANO MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)	01 GASTOS COMUNES GESTION TALENTO HUMANO FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	43,50%	4.731,90	2.231,90	-	970,85
	Administración del Talento Humano de FORTALECIMIENTO	01 TALENTO HUMANO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	98,93%	1.097.948,36	980.696,64	1.648,05	970.251,77
		Total Gestión de Talento Humano + TH	**90,08%**	**1.137.717,26**	**995.310,50**	**1.648,05**	**981.773,48**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2020

6.3.1.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

6.3.1.1.1. INFORME DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

ANTECEDENTES

La Jefatura Administrativa tiene como objetivo en base a la normatividad vigente, gestionar la dotación racional de los recursos materiales que posee la Institución, cumplir con las normas y procedimientos para el manejo y control de los activos, brindar un servicio de transporte eficiente, gestionar contrataciones inherentes al área, dotar y mantener en buen estado la infraestructura y

las instalaciones de Quito Turismo, acciones encaminadas a lograr una gestión eficiente y eficaz de la empresa.

ACCIONES REALIZADAS

1. **Contratación del servicio de seguridad y vigilancia**

Se contrató el servicio de seguridad hasta febrero 2021 para el Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, Centro de Eventos Bicentenario, Tienda El Quinde y oficinas de Quito Turismo, garantizando la seguridad de los bienes y personal que allí se encuentran.

Se ha mantenido constante comunicación con los guardias tanto de las oficinas de Quito Turismo como con los guardias del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, por las diferentes actividades que se están realizando por las diferentes empresas a cargo ante la emergencia sanitaria.

Se detectaron ciertas irregularidades en la documentación presentada por la empresa Sandovalín, razón por la cual, el 14 de octubre de 2020 a las 18h01, la administradora del contrato No. 001 cuyo objeto fue la contratación del "SERVICIO DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA PARA LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA PUBLICA QUITO TURISMO Y SUS DEPENDENCIAS, suscrito con la Empresa de Seguridad e Investigación Privada Sandovalín Cía. Ltda., notificó la Resolución Administrativa N° EPMGDT-GG-CC-2020-045 con el objetivo de proceder con la terminación unilateral del mencionado contrato.

Con fecha 22 de octubre de 2020, se realiza la contratación del servicio de seguridad a través de dos procesos de ínfima cuantía, considerando la necesidad de contar con el servicio tanto para las oficinas administrativas como para las unidades de negocio de Quito Turismo.

Con fecha 17 de noviembre de 2020 se da inicio al proceso de contratación del servicio de seguridad y vigilancia para las instalaciones de Quito Turismo y sus dependencias por subasta inversa.

Se realizó la suscripción del Contrato No. EPMGDT-2020-07 el 18 de diciembre de 2020 con la empresa ALDASEG CIA. LTDA, por un plazo de 560 días.

2. **Contratación del servicio de limpieza**

La contratación del servicio de limpieza para las oficinas de Quito y Tienda El Quinde ha permitido mantener las instalaciones en condiciones adecuadas que permiten tener un ambiente cómodo y limpio para el desarrollo eficiente de las labores diarias de los funcionarios.

El servicio de limpieza se mantuvo hasta el 16 de abril. Actualmente este servicio ha retomado sus actividades y se ha coordinado con la empresa de limpieza la dotación de insumos como gel, jabón y la utilización de productos que permitan una desinfección de los puestos de trabajo, áreas de uso común y servicios higiénicos para garantizar la seguridad de los funcionarios y personal.

Adicionalmente, con el afán de precautelar la salud de los funcionarios y de mantener en condiciones adecuadas las instalaciones, se realiza una fumigación mensual en oficinas principales y tienda el Quinde.

Se da inicio al proceso de contratación de limpieza por catálogo electrónico para el período enero – diciembre 2021.

3. Contratación de seguros de bienes

Se ha mantenido una extensión del contrato actual con una vigencia hasta el 28 de abril bajo el convenio de Asociatividad con entidades del Municipio.

Se suscribió el Convenio de Asociatividad para la contratación de seguros con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, sin embargo, el Alcalde dio por desierto el mencionado proceso, por lo que se está iniciando un proceso de manera independiente.

La Administración General autorizó un mes más de ampliación de las pólizas de seguro que se mantienen con Seguros Alianza, teniendo cobertura hasta el 28 de mayo.

Se mantuvo reunión con Quito Honesto y siguiendo sus recomendaciones se solicitó la ampliación de pólizas de seguro con Seguros Alianza hasta el 28 de septiembre mientras se realiza el proceso de licitación para esta contratación. Se han excluido los bienes inmuebles del CEB y CCMQ ya que son parte de los compromisos adquiridos con EMGIRS y Secretaria de Salud es asegurar los mismos.

Se procedió con el respectivo proceso de licitación, en el cual participaron tres empresas:

- Seguros Sucre
- Seguros Alianza
- Hispana de Seguros S.A.

Mediante Resolución Administrativa No. EPMGDT-GG-CC-2020-043 de fecha 23 de septiembre de 2020, se adjudicó a la empresa Seguros Alianza para la Contratación de Pólizas de Seguros Generales con coberturas múltiples para los bienes muebles e inmuebles de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

4. Mantenimiento preventivo y correctivo de los vehículos y motocicleta

El mantenimiento a los vehículos y motocicleta ha permitido mantenerlos en condiciones adecuadas y brindar un buen servicio a los funcionarios de Quito Turismo cumpliendo con el objetivo de trasladarlos oportunamente.

Se mantuvo una capacitación con la empresa del rastreo satelital, lo cual ha permitido mantener un control en tiempo real a través de la aplicación instalada en el teléfono celular. Se mantiene la verificación de la movilización y la información correspondiente al mantenimiento de vehículos.

E n base a informe del administrador del mantenimiento de vehículos autorizado por la máxima autoridad, se coordinó y comunicó a la mecánica Chevytech la ampliación del plazo del contrato en base al saldo disponible.

Una vez que las mecánicas fueron autorizadas para retomar su actividad, se realizó el mantenimiento de los vehículos PMF-813, PMA-1530, PMD-904, PMA-1527.

Se coordinó con Talento Humano la disponibilidad de los vehículos institucionales para el traslado del personal que está apoyando en la entrega de kits de alimentos. Los vehículos cuentan con el salvoconducto de la Contraloría General del Estado para su movilización.

Al retorno parcial de los funcionarios a la actividad laboral, se está brindando el apoyo para la movilización de los técnicos del área de Calidad para las inspecciones conforme cronograma aprobado por la máxima autoridad.

El 24 de agosto se realizó el mantenimiento del vehículo GRAND VITARA SZ PMA-7736, con la finalidad de tenerlo en condiciones adecuadas para el cumplimiento de actividades de Gerencia General.

Se realizó el mantenimiento correctivo del vehículo PMA1530 y los mantenimientos preventivos de los vehículos PMD 904, PMF 813, PMA 7736, PMA 1527.

5. Mantenimiento de instalaciones

Se han realizado mantenimientos programados y no programados a las diferentes instalaciones a cargo de Quito Turismo como oficinas principales, Centro de Convenciones Bicentenario, Tienda el Quinde, Centro de Convenciones Metropolitano de Quito dando soporte y soluciones oportunas a los diferentes problemas que han surgido debido al uso de los bienes inmuebles.

Durante la emergencia sanitaria se ha brindado facilidades para la inspección del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito y Centro de Eventos Bicentenario, para que las empresas encargadas de dar soporte en el objetivo de instalar un centro de atención para pacientes, puedan realizar las adecuaciones necesarias y cumplir con este fin.

Se autorizó la ampliación de plazo del contrato actual de mantenimiento hasta diciembre 2020 o hasta utilizar el saldo disponible.

Se realizó la remodelación de los puntos de información y seguridad turística de la Casa de los Alcaldes y La Ronda, en conjunto con el área de mercadeo, donde se realizaron trabajos de mantenimiento de las instalaciones y mobiliario.

Se realizó el cambio de luz led en la Gerencia Técnica, Mice, Mercadeo y Financiera. Se realizó la revisión y mantenimiento del techo en el área cercana al baño de la cafetería.

Se realizaron arreglos en baños de las oficinas principales y se iniciaron los trabajos para la instalación de los puntos de información y seguridad turística en Quitumbe conforme requerimiento del área de Desarrollo.

6. Constatación física de bienes

La constatación física realizada en el último trimestre del 2019, permitió obtener la información sobre bienes que pueden ser contemplados para procesos de baja o de remate, lo que permitirá contar con un inventario actualizado una vez que se ejecuten dichos procesos.

Entre las actividades realizadas por Quito Turismo en la instalación del centro de atención para pacientes en los Centros de Eventos, se dio en comodato a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión Integral de Residuos Sólidos, 35 mesas y 35 sillas, las cuales fueron entregadas bajo un contrato firmado por las autoridades de ambas empresas.

Se realizó la constatación física de los bienes que se quedaron como parte del CCEE para la transferencia hacia el IMP, se etiquetaron los bienes y se envió informe con la información actualizada para que puedan realizar la transferencia a la Biblioteca Nacional.

En el mes de julio se inició la constatación física correspondiente al año 2020, la cual se realizó en la Tienda el Quinde y los puntos de seguridad e información turística de la Ronda y Casa de los Alcaldes.

Se inició con la constatación de los bienes que pertenecían al CCEE, mismos que se encuentra en la bodega principal y en las mangas.

Se realizó la constatación física anual correspondiente al año 2020. Se emitió el informe el 11 de enero de 2021.

7. Entrega del Centro de Convenciones Eugenio Espejo.

Se firmó el acta para la terminación del mencionado convenio posterior a la elaboración del respectivo informe de cumplimiento de obligaciones.

Se procedió al traslado de bienes del Centro de Convenciones Eugenio Espejo hacia las instalaciones de Quito Turismo coordinando con gestores ambientales para el retiro de materiales inservibles y desechos. Se adecuaron las mangas y la bodega de planta baja para la organización de los mencionados bienes.

Se realizó la constatación física con el IMP y Biblioteca Nacional, de los bienes que se quedaron como parte del CCEE para la transferencia hacia el IMP, se etiquetaron los bienes y se envió informe con la información actualizada para que puedan realizar la transferencia a la Biblioteca Nacional.

8. Gestión documental

Con la finalidad de cumplir con la Norma Técnica de Gestión Documental y Archivo, se solicitó a todas las áreas de Quito Turismo la entrega del archivo pasivo correspondiente al período 2015 – 2017. Esto permitirá que la documentación se maneje únicamente desde el archivo central, evitando pérdidas o mal uso de la información.

Se ha dado soporte en la búsqueda y recopilación de la documentación solicitada por el Consejo Metropolitano de Quito para revisión de las contrataciones y procesos realizados desde Quito Turismo.

Se facilitó la búsqueda y entrega de toda la documentación correspondiente a los convenios solicitados por las distintas áreas de la empresa.

CONCLUSIONES

La gestión administrativa dentro de su ámbito de acción, ha permitido a la empresa contar con acciones oportunas y de apoyo para el cumplimiento adecuado y eficiente de los objetivos institucionales.

Durante la emergencia sanitaria se brindó todo el apoyo para la adecuación del centro de atención temporal "Quito Solidario" en el Centro de Convenciones Metropolitano de Quito y Centro de Eventos Bicentenario, dando cumplimiento a la solicitud realizada por la Alcaldía de Quito.

RECOMENDACIONES

Para alcanzar las metas planteadas conforme las normas y leyes establecidas, es importante dar el debido uso a los recursos con los que la empresa cuenta para el desarrollo de sus actividades diarias. Por ello, se recomienda mantener un control adecuado de los mismos y actuar de manera oportuna y efectiva frente a las necesidades de las diferentes áreas que conforman Quito Turismo o de nuestros clientes externos.

Responsable:

Acciones ejecutadas e informe elaborado por:
Cristina Viteri, Jefe Administrativa a diciembre de 2020

Informe revisado por:
Ibonnet Viera

CARMEN IBONNET VIERA MOLINA

Firmado digitalmente por CARMEN IBONNET VIERA MOLINA
Fecha: 2021.02.18 12:09:06 -05'00'

Jefe Administrativa

6.3.1.1.2. INFORME DE GESTIÓN DE COMPRAS PÚBLICAS

PROYECTO QT	ACTIVIDAD QT ACTIVIDAD MC	PRODUCTO PRODUCTO QT	METAS DEL PRODUCTO
GESTIÓN DE COMPRAS PUBLICAS MC: Plan de gestión de compras públicas ejecutado	**GESTIÓN DE COMPRAS PUBLICAS**	Plan de gestión de compras públicas ejecutado	100% de ejecución de contrataciones solicitadas dentro del PAC

ELABORACIÓN DE PLAN ANUAL DE CONTRATACIÓN 2020 Y REFORMAS

Mediante Resolución Administrativa N° EPMGDT-CC-01 de 7 de enero de 2020 se aprobó Plan Anual de Contrataciones de Quito Turismo, para el cumplimiento de los objetivos institucionales durante el ejerció fiscal 2020, cabe señalar que mediante Decreto Ejecutivo Nro. 1017 de 16 de marzo de 2020, el Presidente Constitucional de la República del Ecuador, declaró el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por la pandemia del coronavirus (COVID-19), esta situación ha imposibilitado el normal desenvolvimiento de la empresa ya que el sector turístico ha sido el más afectado lo que ocasionó una baja presupuesto de la empresa.

Durante el año 2020 se autorizaron doce reformas PAC, mismas que se encuentran publicadas y registradas en el sistema SOCE del SERCOP.

REGLAMENTOS INTERNOS

En el contexto de la emergencia sanitaria provocada con la pandemia del COVID-19 y con el fin de dar continuidad a los procesos de contratación se elaboró el "Reglamento Especial Interno para la Recepción de Documentos a través de la página web institucional de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico –Quito Turismo- para la Gestión Interna de Trámites durante la Emergencia Sanitaria Nacional" mismo que fue aprobada por Gerencia General.

EJECUCIÓN DE CONTRATACIONES SOLICITADAS:

Se ha ejecutado el 100 % de las contrataciones solicitadas por las diferentes áreas requirentes como se detalla a continuación:

PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN ADJUDICADOS:

	GIRO DE NEGOCIO	
RE-GEN-EPMGDT-01-20	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DEL EVENTO DESFILES DE CARNAVAL EN EL DMQ 2020	246.330,00
		246.330,00

	COMUNICACIÓN SOCIAL CONTRATACIÓN DIRECTA	
CSCD-EPMGDT-001-20	CONTRATACIÓN DE UNA EMPRESA QUE EJECUTE EL SERVICIO DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL DESTINO QUITO EN EL MERCADO LOCAL Y NACIONAL DURANTE EL PERIODO 2020	208.625,09
		208.625,09

	COMUNICACIÓN SOCIAL CONTRATACIÓN POR SELECCIÓN	
CSPS-EPMGDT-002-20	CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA DE COMUNICACIÓN Y/O PUBLICIDAD PARA FORTALECER LA DIFUSIÓN DE ACCIONES DE QUITO TURISMO EN EL MERCADO LOCAL Y NACIONAL	102.025,60
		102.025,60

	SUBASTA INVERSA ELECTRÓNICA	
SIE-EPMGDT-007-2019	SERVICIO DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA PARA LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA PÚBLICA QUITO TURISMO Y SUS DEPENDENCIAS	115.000,00
SIE-EPMGDT-02-2020	SERVICIO DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA PARA LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO Y SUS DEPENDENCIAS.	231.178,00
		346.178,00

	CATALOGO ELECTRÓNICO	
CE-EPMGDT-01-20	SERVICIO DE LIMPIEZA DE ESPACIOS CULTURALES	11.700,00
CEI-EPMGDT-01-20	CHALECO MULTIFUNCIÓN SIN CINTA REFLECTIVA	2.311,96
CE-EPMGDT-03-20	SERVICIO DE LIMPIEZA OFICINAS QUITO TURISMO 2021	44.535.96
		58.547,92

	ÍNFIMAS CUANTÍAS	
30	ÍNFIMAS REALIZADAS ENERO - DICIEMBRE	116.877,63
		116.877,25

LICITACIÓN

LCS-EPMGDT-001-2020	CONTRATACIÓN DE PÓLIZAS DE SEGUROS GENERALES CON COBERTURAS MÚLTIPLES PARA LOS BIENES MUEBLES E INMUEBLES DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO.	117.861,72
		117.861,72

	CONSULTORÍA	
CDC-001-EPMGDT-2020	CONTRATAR EL SERVICIO DE PERITAJE FINANCIERO AL PROCESO DE ALIANZA ESTRATÉGICA N° AE-EPMGDT-001-2018, ADJUDICADO AL CONSORCIO PROSTATUS VITELSA; A TRAVÉS DE UN PERITO ACREDITADO POR EL CONSEJO DE LA JUDICATURA.	10.000,00
CDC-002-EPMGDT-2020	CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE AUDITORÍA PARA DICTAMINAR LA RAZONABILIDAD DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO, POR LOS EJERCICIOS ECONÓMICOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019, 2018 y 2017.	31.440,00
		41 440,00

PUBLICACIÓN ESPECIAL DE CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

Durante el año 2020 se realizó la publicación especial del proceso adjudicado de contratación internacional realizado por la Gerencia Jurídica.

	CONTRATACIÓN INTERNACIONAL	
PEI-EPMGDT-02-2020	SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUITO A NIVEL INTERNACIONAL EN LOS MERCADOS DE AMÉRICA ESTADOS UNIDOS, CANADÁ, MÉXICO, BRASIL, COLOMBIA Y PERÚ	736,150.00
		736,150.00

PROCESOS DE VERIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN NACIONAL

	VERIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN NACIONAL	
VPN-EPMGDT-001-2020	RENOVAR LA LICENCIA PARA EL FIREWALL SOPHOS FW GUARD XG-230 POR UN PERIODO DE UN AÑO	0,00

VPN-EPMGDT-002-2020	ADQUISICIÓN DE LA APLICACIÓN PARA EFECTUAR EL CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE LA CGE	0,00

DESBLOQUEO DE CPC

El Servicio Nacional de Contratación Pública, cuenta con un listado CPC, restringidos o catalogados, por lo que para las adquisiciones de varios servicios se han realizado 8 solicitudes de desbloqueo de CPC, misma que han sido autorizadas conforme se indica a continuación:

Solicitudes Autorizadas

No.	Código Solicitud	Estado Solicitud	Usuario creacion solicitud	Fecha de creación	Fecha de envio	Fecha de aprobación	Entidad aprobacion
1	AUTCE-12-20-1114	Autorizado	MAJOVALDIVIEZO	2020-12-08 13:54:44.582477	2020-12-08 15:32:56.433818	2020-12-09 15:13:29.34625	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA
2	AUTCE-12-20-1113	Autorizado	MAJOVALDIVIEZO	2020-12-08 13:37:36.048217	2020-12-08 13:46:35.383217	2020-12-09 15:11:24.122129	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA
3	AUTCE-12-20-1112	Autorizado	MAJOVALDIVIEZO	2020-12-08 13:31:30.059404	2020-12-11 10:50:30.380068	2020-12-15 17:17:58.661453	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACIÓN PUBLICA
4	AUTCE-11-20-1176	Autorizado	MAJOVALDIVIEZO	2020-11-13 10:25:42.007933	2020-11-13 10:45:30.438378	2020-11-18 14:34:53.601294	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA
5	AUTCE-08-20-1279	Autorizado	MAJOVALDIVIEZO	2020-08-27 14:34:18.806292	2020-08-27 15:28:12.197024	2020-09-02 15:44:44.663996	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA
6	AUTCE-03-20-1184	Autorizado	IESIVINTA	2020-03-06 10:08:46.521041	2020-03-06 10:19:39.10987	2020-03-10 17:33:26.39042	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA
7	AUTCE-02-20-1136	Autorizado	IESIVINTA	2020-02-07 11:28:23.835397	2020-02-07 15:09:07.649356	2020-02-14 14:38:00.887283	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA
8	AUTCE-02-20-1111	Autorizado	IESIVINTA	2020-02-06 15:14:36.850247	2020-02-06 15:23:00.453166	2020-02-10 14:17:46.007619	SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA

COMPRAS INCLUSIVAS

El Código Municipal, respecto a las compras inclusivas señala que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y sus dependencias destinarán para el año 2020 el 7% de su presupuesto anual de contrataciones, Quito Turismo destinó el 8.47 % de su presupuesto PAC como se detalla a continuación:

VALOR ADJUDICADO	SECTOR PRODUCTIVO	MODALIDAD DE COMPRA	No. DE PROCESO O CÓDIGO	DATOS DEL PROVEEDOR ADJUDICADO
$ 52.012,80	ACTIVIDADES DE LIMPIEZA	CATÁLOGO DINÁMICO INCLUSIVO	CE-20190001756648	MATHBRAN ECUADOR S.A.
$ 2.311,96	TEXTIL FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	CATÁLOGO DINÁMICO INCLUSIVO	CE-20200001775422	ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN TEXTIL NEIVA "ASOPROTEXNEI"
$ 11.700,00	ACTIVIDADES DE LIMPIEZA	CATÁLOGO DINÁMICO INCLUSIVO	CE-20200001786831	ASOCIACIÓN MUJERES FORMANDO UN FUTURO
$ 1.471	MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS	FERIA INCLUSIVA	FI-EPMEGDT-001-2019.	SIGCHA QUITO HENRRY ALEXANDER
$ 6.600,00	JARDINERÍA	ÍNFIMA CUANTÍA	004-IC	CAIZA PAUCAR MARÍA MARTHA
$ 1.416,00	TEXTIL	ÍNFIMA CUANTÍA	011-IC	BEDOYA ORTIZ VERÓNICA PAOLA
$ 27.065,11	MANTENIMIENTO DE EDIFICIO	FERIA INCLUSIVA	FI-EPMEGDT-002-2019.	CONSORCIO MANTENIMIENTO QUITO TURISMO
				CONSORCIO LEIVA CHACÓN
$ 4.300,00	MANTENIMIENTO DE EDIFICIO	CONTRATO COMPLEMENTARIO	CONTRATO COMPLEMENTARIO	CONSORCIO LEIVA CHACÓN

Total de Compras Inclusivas	106.876,8700
Presupuesto PAC	1.261.819,6380
Porcentaje Cumplido	8,47%

Es importante señalar que Quito Turismo no ha declarado emergencias en el marco del Estado de emergencia sanitaria de la pandemia del Covid -19, en consecuencias no ha realizado contrataciones de esta naturaleza.

Responsable:

MARIA JOSE VALDIVIEZO ARMIJOS

Firmado digitalmente por MARIA JOSE VALDIVIEZO ARMIJOS
Nombre de reconocimiento (DN): c=EC, o=SECURITY DATA S.A., ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, serialNumber=0704201714 66, cn=MARIA JOSE VALDIVIEZO ARMIJOS
Fecha: 2021.02.17 17:40:47 -05'00'

María José Valdiviezo
Jefe de Compras Públicas

6.3.1.1.3. INFORME DE GESTIÓN DE SISTEMAS

ANTECEDENTES

El área de sistemas se encarga de integrar, administrar y mantener la infraestructura tecnológica de la institución como soporte a las funciones adjetivas y sustantivas para el desarrollo de la ciudad a través de las TIC's.

ACCIONES REALIZADAS Y RESULTADOS ALCANZADOS

SOPORTE TÉCNICO

- Se realizó el primer mantenimiento preventivo de impresoras de Quito Turismo.
- Renovación de firewall
- Renovación de Conectividad a través del Internet para Quito Turismo y sus Dependencias

DESARROLLO

DESARROLLO

- Implementación de las Nuevas funcionalidades en el Sistema de Catastros.
- Actualización de la web promocional y App Guía de Quito correspondiente a Carnaval porque ahora paso a la administración del área de Mercadeo.
- Actualización de la Ley de Transparencia
- Implementación de nueva página Institucional
- Actualización de Boletines
- Actualización de Webinars
- Implementación de Biblioteca Virtual en la Web Institucional
- Actualización de Protocolos de establecimientos Turísticos
- Actualización Lotaip
- Actualización de Resoluciones
- Actualización de Art. 12 y 7
- Actualización de usuarios en el sistema Sitra de acuerdo a la nueva guía de administración
- Actualización de información para la Rendición de Cuentas 2019 en el sistema del Concejo de Participación Ciudadana
- Renovación de Licencias Adobe Cloud
- Afinamiento en la actualización de la versión de Firewall
- Actualización CRM
- Actualización normativa SICET
- Cierre de Proceso de Rendición de Cuentas 2019
- Monitoreo a LOTAIP con Quito Honesto

SERVIDORES / BACK UPS /

Quito Turismo cuenta con los siguientes servidores, el mismo que se monitorea diario y se obtiene respaldos con el fin de salvaguardar la información.

- Olympo (Sistema Financiero)
- Zimbra (Correo Electrónico)
- Catastros
- SIIT(Planificación)
- CRM
- VPN

- Antivirus
- Documents
- Active Directory
- OTRS
- Seguimiento a la Seguridad de la información en todos los servidores de Quito Turismo

Contamos con la virtualización de cuatro servidores que es una tecnología probada de software que permite ejecutar múltiples sistemas operativos y aplicaciones simultáneamente en un mismo servidor.

- Antivirus
- Documents
- Scanner por áreas
- Active Directory
- VPN
- Zimbra

El cual han venido trabajando sin ningún problema y con el mejor rendimiento cada uno.
Con esto hemos logrado optimizar el hardware y recursos económicos

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar aire acondicionado en los cuartos secundarios de sistemas.
- Se recomienda realizar un estudio de cargas eléctricas con el fin de prevenir inconvenientes en el equipamiento técnico de Quito Turismo.
- Se recomienda la certificación de todos los puntos de red, para un mejor desenvolvimiento de la infraestructura tecnológica.
- Se recomienda el cambio de baterías de los UPS de acuerdo al mantenimiento preventivo realizado
- Se recomienda mantenimiento al servidor de respaldos NASS, cableado y servidores.

Responsable:

KARLA BELEN ARELLANO ARREGUI

Firmado digitalmente por KARLA BELEN ARELLANO ARREGUI

Karla Arellano
Jefe de Sistemas

6.3.1.1.4. INFORME DE GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN

ANTECEDENTES

En concordancia con la conceptualización definida para la gerencia Técnica de Quito Turismo, en la que se le encarga el: "Coordinar de manera sinérgica y eficiente los procesos agregadores de valor que permitan posicionar y desarrollar al Distrito Metropolitano de Quito como un destino turístico a nivel nacional e internacional. Gestionar la ejecución de proyectos turísticos emblemáticos de cuidad, alianzas estratégicas; público, privadas y comunitarias; con orientación al plan estratégico de turismo de la ciudad", y en base a las atribuciones del área de planificación que se encarga de; "acompañar, seguir y evaluar la gestión y desarrollo operativo a mediano y largo plazo de la empresa", esta gerencia y área de planificación han desarrollado, de acuerdo a sus competencias, los siguientes trabajos a nivel interno y externo:

1. Monitoreo del desempeño de las direcciones del área técnica a través de un sistema de indicadores. Coordinar las acciones requeridas para el monitoreo, evaluación y control de avances técnicos durante el ciclo de los programas y proyectos de inversión pública.

   Se han realizado monitoreos y evaluaciones de ejecución técnica y presupuestaria en cada una de las áreas (gerencias - direcciones) de la empresa de manera mensual, emitiendo informes a las autoridades y la información que se sube al sistema Mi Ciudad está pendiente por la falta de conexión desde la Quito Turismo con la plataforma de la alcaldía, lo cual ha sido solicitado a la jefatura de sistemas y a la Gerencias Financiera Administrativa.

   Los monitoreos y evaluaciones se los realiza en la matriz de seguimiento de metas intermedias, generada desde cada una de las direcciones de la empresa y a cargo de la jefatura de planificación, con el fin de identificar el cumplimiento de lo planificado en el Plan Operativo Anual - POA. Esta matriz permite evaluar numéricamente los avances mensuales y acumulados anuales de cada área en lo relacionado a avances técnicos de cada programa, proyecto, producto y actividad; el mismo contiene datos de ejecución presupuestaria con corte mensual emitido desde la Gerencia Financiera Administrativa de acuerdo a cada periodo y área. Con ello se realiza un cruce entre estas dos variables con el fin de identificar la eficiencia y eficacia de cada área en el desempeño de y ejecución del POA identificado con semáforos de avance.
   (Se remiten matrices con avance técnico y el avance presupuestario.)

2. Sistemas de indicadores generados. Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT.- dentro de las metas del plan de turismo de ciudad se enuncia el "mejorar los indicadores turísticos", para lo cual se ha desarrollado una investigación, recopilación y análisis de indicadores turísticos de ciudad para apoyar a la consecución de los objetivos planteados tanto para la ciudad como para la empresa Quito Turismo; esto con el fin de conservar y acrecentar el acervo estadístico de la ciudad, disponer de indicadores, planificar y medir de manera continua las metas estratégicas programadas para la ciudad de Quito, con lo cual se dota a la empresa y a la ciudad de información continua, útil y veraz para la

gestión integral de la actividad turística, la planificación, seguimiento y evaluación de la actividades y metas turísticas en general de Quito. (Se remiten datos en la presentación de empresa)

Además de dar el seguimiento y administración del contrato con la EPN-TECH Escuela Politécnica Nacional, de lo cual se desarrolló el Anexo al Informe de Avance Parcial: Encuesta Emergente sobre la Afectación al Segmento de Alojamiento en el Distrito Metropolitano de Quito debido a la pandemia COVID-19- PERIODO: Marzo 2020

Datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera:

En relación a cifras turísticas:

Datos de llegadas de enero a diciembre 2019: 684,390 visitantes no residentes
Datos de llegadas de enero a diciembre 2019: 684,390 visitantes no residentes
Datos de llegadas de enero a diciembre 2020: 190.417 visitantes no residentes

- En el mes de enero 2020 hubo un +9,1% respecto al mismo mes en 2019.
- En el mes de febrero 2020 hubo un +5,7 % respecto al mismo mes en 2019.
- En el mes de marzo 2020 hubo un -59,4 % respecto al mismo mes en 2019.
- En el mes de abril 2020 hubo un -99,3 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de mayo 2020 hubo un -98,8 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de junio 2020 hubo un -98,0 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de julio 2020 hubo un -95,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de agosto 2020 hubo un -92,1 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de septiembre 2020 hubo un -89,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de octubre 2020 hubo un -78,6 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de noviembre 2020 hubo un -78,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)
- En el mes de diciembre 2020 hubo un -71,2 % respecto al mismo mes en 2019. (por efecto Covid19)

- En el acumulado de ENE-MAR 2020 existió una variación de un -15,5% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-JUN 2020 existió una variación de un -29,3% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-OCT 2020 existió una variación de un -71,7% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-NOV 2020 existió una variación de un -72,3% respecto al mismo período en 2019
- En el acumulado de ENE-DIC 2020 existió una variación de un -72,2% respecto al mismo período en 2019

Existe una disminución de al menos un -72% en las llegadas en este año 2020 por efecto Covid19

Llegada de turistas no residentes a Quito

meses de alta demanda

Datos mayo a DICIEMBRE 2019; ene-DIC 2020: MinTur y SIIT QT

3. Propuesta del Estatuto de Gestión Organizacional por Procesos
   Trabajo en conjunto con el área de Talento Humano, en el que se está plasmando la realizada de la gestión institucional para definir su estatuto de gestión por procesos. En ejecución.

Responsable:

HUGO RUBEN BANDA DIAZ

Firmado digitalmente por HUGO RUBEN BANDA DIAZ
Fecha: 2021.02.17 17:09:13 -05'00'

Rubén Banda
JEFE DE PLANIFICACIÓN

6.3.1.1.5. INFORME DE GESTIÓN DE LA GERENCIA JURÍDICA

GESTIÓN REALIZADA DE ENERO A DICIEMBRE DEL 2020

1. **ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES**

1.1 ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES COMPRAS PÚBLICAS
- 28

1.2 ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES ADMINISTRATIVAS
- 15

1.3 ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES DE TASAS DE TURISMO
- 65

2. **ELABORACIÓN DE CONTRATOS.**

2.1 CONTRATOS COMERCIALES
- 7

2.2 CONTRATOS DE USO TEMPORAL CEB
- 4

2.3 CONTRATOS DE USO TEMPORAL CCMQ
- 3

2.4 CONTRATOS DE USO PUBLICITARIO
- 1

2.5 CONTRATOS DE CONSIGNACIÓN
- 24

2.6 CONTRATOS BAJO LEY ORGÁNICA SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA
- 6

2.7 CONVENIOS
- 15

2.8 COMODATOS
- 1

3. **MEMORANDOS Y OFICIOS**

3.1 MEMORANDOS CONTRATACIÓN PÚBLICA Y TEMAS ADMINISTRATIVOS
- 168

3.2 OFICIOS DE GERENCIA GENERAL
- 54

3.3 OFICIOS DE GERENCIA JURÍDICA
- 16

4. **REGISTRO DE MARCAS SENADI.**

Mediante trámite SENADI_2020_TI_13992, notificado el 5 de junio del 2020, en el casillero virtual 4354, se otorgó el título que acredita el registro MARCA DE SERVICIOS, con la DENOMINACIÓN: “QUITO, CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE”.

5. PATROCINIO.

5.1 PROCESOS JUDICIALES

Causa 17233-2018-02847 de 25 de octubre de 2018, interpuesta por el señor José Andrés Riera Campos, en contra de Quito Turismo, el Juez de la Unidad Judicial de Civil, en sentencia de 13 de febrero de 2019, resolvió negar la demanda propuesta, por improcedente.

La Corte Provincial de Pichincha, con sentencia de 6 de junio de 2019 desestimó el recurso de apelación y ratificó lo actuado en primera instancia.

El 13 de noviembre de 2019, ante la Corte Nacional de Justicia la Sala de lo laboral, se realizó la calificación del recurso, disponiendo los jueces que, Quito Turismo conteste al mismo, se elaboró la contestación y se presentó el 26 de diciembre de 2019, en la misma se solicitó audiencia para sustentar al defensa institucional.

La audiencia se convocó para el 28 de septiembre de 2020, sin embargo, se suspendió por incapacidad de uno de los Jueces Nacionales.

El 27 de octubre de 2020 la Sala Especializada de lo Laboral de la Corte Nacional resolvió a favor de Quito Turismo, sentenciando no casar la sentencia recurrida dictada por el tribunal de la Sala Laboral de la Corte Provincial de Pichincha.
Causa 17371-2019-4276 de 24 de octubre de 2019, interpuesta por la señora Gladys Cedeño Mendoza, en contra de Quito Turismo.

Se trabajó de manera conjunta con la Procuraduría General del Estado en la contestación a la demanda y el 21 de enero de 2020 se presentó en la Unidad Judicial de Trabajo, con sede en la parroquia Iñaquito; y, se espera su calificación.

La Unidad Judicial ha fijado audiencia de juicio para el 08 de diciembre de 2020.

En la referida causa y en audiencia de 08 de diciembre de 2020, la defensa técnica de Quito Turismo, consiguió una sentencia favorable a la Institución, desechándose la demanda interpuesta por la accionante Gladys Cedeño Mendoza.

Acción de Protección 17985-2020-00500 de 26 de octubre de 2020, presentada por la empresa Seguridad e Investigación Privada SANDOVALIN CIA, LTDA.

La audiencia pública se realizó el 28 de octubre de 2020 a las 12h00 en la Unidad Judicial de la Familia, Mujer, Niñez y Adolescencia del Distrito Metropolitano de Quito, resolviendo el Juez a favor de Quito Turismo, concluyendo que, no existió derechos constitucionales vulnerados en la terminación unilateral del contrato.

Acción de Protección 17204-2020-02880 de 18 de diciembre de 2020, interpuesta por el Procurador Común del Consorcio Prostatus Vitelsa, en contra de Quito Turismo.

La audiencia respectiva para atender la demanda de acción de protección se celebró en una primera instancia el 22 de diciembre de 2020, continuando la misma, el 29 de diciembre de 2020, el resultado

de la presente audiencia fue una sentencia que dispone la nulidad de la Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-048 del 27 de octubre de 2020, así como la suscripción del contrato de alianza estratégica, devenido de la Resolución de Adjudicación EPMGDT-GG-VS-2018-403 del 27 de noviembre de 2019, la cual está siendo apelada, en espera de su notificación por escrito.

5.2 PROCESOS FISCALÍA

Expediente Fiscal 170101820100940: el 06 de octubre de 2020, se presentó la denuncia por falsificación y uso de documentos falsos en contra de la empresa Seguridad e Investigación Privada SANDOVALIN CIA. LTDA.

El 05 de noviembre de 2020, a las 09H00 por ZOOM se fijó la versión, sin embargo, el denunciado no pudo conectarse.

El 02 de diciembre de 2020 se dio la diligencia respectiva, en donde el denunciado Vinicio Sandovalín, rindió su versión y de la cual la defensa técnica de Quito Turismo, compareció a realizar las preguntas correspondientes.

El 10 de diciembre de 2020, presentó escrito de defensa.

6. REGLAMENTOS INTERNOS

La Gerencia Jurídica elaboró la Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-029 de 18 de marzo de 2020, en la que suspende los términos y plazos de: 1) procedimientos coactivos y convenios de pago de obligaciones tributarias, y no tributarias 2) impugnaciones o reclamos en contra de obligaciones de obligaciones tributarias, y no tributarias, y 3) peticiones, trámites o procedimientos administrativos de ser pertinente.

La Gerencia Jurídica elaboró el "REGLAMENTO ESPECIAL INTERNO PARA LA RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO -QUITO TURISMO, PARA LA GESTIÓN INTERNA DE TRÁMITES DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA NACIONAL", expedido mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-032, de 26 de abril de 2020.

La Gerencia Jurídica elaboró la reforma al "REGLAMENTO PARA LA ENTREGA, USO, RENOVACIÓN Y APLICACIÓN DEL ´DISTINTIVO Q´ A LA CALIDAD TURISTICA", expedido mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-035, de 04 de julio de 2020.

La Gerencia Jurídica asesoró en la elaboración del "CÓDIGO DE ÉTICA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS QUE LABORAN EN LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO", expedido mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-036, de 05 de julio de 2020.

La Gerencia Jurídica asesoró en la elaboración de las "POLÍTICAS Y NORMATIVAS DE LA TIENDA EL QUINDE-EL QUINDE SHOP AND VISITOR CENTER", expedidas mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-037, de 28 de julio de 2020.

La Gerencia Jurídica elaboró los lineamientos para la planificación y ejecución presupuestaria, expedido mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-038, de 29 de julio de 2020.

La Gerencia Jurídica elaboró la reanudación de términos y plazos en la sustanciación de procedimientos administrativos, impugnaciones, entre otros, expedido mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2020-042, de 15 de septiembre de 2020.

7. TELETRABAJO

Mediante Acuerdo Ministerial 126, publicado en el Suplemento del Registro Oficial 160 de 12 de marzo de 2020, el Ministerio de Salud Pública, declaró el Estado de Emergencia Sanitaria en todos los establecimientos del Sistema Nacional de Salud, en los servicios de laboratorios, unidades de epidemiología y control, ambulancias aéreas, servicios de médicos y paramédicos, hospitalización y consulta externa, por la inminente posibilidad del efecto provocado por el coronavirus COVID-19, y prevenir un posible contagio masivo de la población.

Mediante Resolución A-020 de 12 de marzo de 2020, el Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, declaró en estado de emergencia grave a todo el territorio del Distrito Metropolitano de Quito, en razón de la declaratoria del COVID-19 como pandemia por la Organización Mundial de la Salud, y de la emergencia sanitaria nacional decretada por el Presidente de la República.

Mediante Acuerdo Ministerial MDT-2020-076 de 12 de marzo de 2020, el Ministro del Trabajo expidió las directrices para la aplicación de teletrabajo emergente durante la declaratoria de emergencia sanitaria que fue declarada por la Ministra de Salud Pública a través del Acuerdo Ministerial Nro. 00126-2020, de 11 de marzo de 2020.

Mediante Decreto Ejecutivo 1017 de 16 de marzo de 2020, el Presidente Constitucional de la República declaró el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por los casos de coronavirus confirmados, así como suspender el derecho a la libertad de tránsito y el derecho a la asociación o reunión.

Mediante Resolución de 16 de marzo de 2020, el Comité de Operaciones de Emergencia (COE) Nacional, dispuso la suspensión total de la jornada laboral presencial en el sector público y privado a partir del martes 17 de marzo de 2020.

Mediante resolución EPMGDT EPMGDT-GG-CC-2020-026 de 16 de marzo de 2020, la Gerente General de Quito Turismo, dispuso la suspensión de la jornada laboral por el plazo de siete (7) días, contados desde el 16 hasta el 22 de marzo del 2020, para todos los servidores, siempre que, no puedan efectuar sus labores mediante el Teletrabajo o cuya presencia sea indispensable para garantizar el cumplimiento de los objetivos de Quito Turismo.
Mediante Decreto Ejecutivo 1052 de 15 de mayo de 2020, el Presidente de la República del Ecuador, renovó por treinta días el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, dispuesto en el Decreto Ejecutivo 1017.

Mediante Decreto Ejecutivo 1074 de 15 de junio de 2020, el Presidente de la República declaró nuevamente el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio Nacional por la presencia de la COVID-19.

El COE Nacional en sesión permanente del 19 de junio de 2020 resolvió *"Mantener suspendida la jornada laboral presencial de los funcionarios públicos relacionadas con actividades no esenciales, hasta el 26 de junio de 2020, en el Distrito Metropolitano de Quito. A partir del 29 de junio de 2020,*

el reinicio de actividades presenciales para este sector será progresivo y dando cumplimiento a la "Guía y Plan General para el retorno progresivo a las actividades laborales."

Mediante Decreto Ejecutivo 1126, de 14 de agosto de 2020, el Presidente Constitucional de la República renovó el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional por presencia de la COVID-19 en el Ecuador.

Por lo expuesto, y de conformidad con la normativa que precede, la Gerencia Jurídica de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, ha realizado una planificación semanal a través de la modalidad de Teletrabajo, la cual es reportada periódicamente a la Jefatura de Talento Humano para el seguimiento y control pertinente.

No obstante, del reporte semanal de los productos realizados por la Gerencia Jurídica, el mes de diciembre laboró presencialmente en la empresa.

Responsable del área:

LIDIA GABRIELA NARVAEZ GALLARDO

Firmado digitalmente por LIDIA GABRIELA NARVAEZ GALLARDO
Fecha: 2021.02.18 12:29:59 -05'00'

Gabriela Narváez
Gerente Jurídico

6.3.1.1.6. INFORME DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

ANTECEDENTES

La Unidad de Talento Humano, tiene la misión de buscar el desarrollo profesional, técnico y personal de los servidores, funcionarios y trabajadores con la finalidad de alcanzar un trabajo eficiente, eficaz y de calidad, a través de una apropiada administración del talento humano, que fomente un ambiente ético desarrollando el profesionalismo y fortaleciendo la transparencia en las prácticas diarias.

ACCIONES REALIZADAS

1. Capacitación al personal

Durante el mes de diciembre se han ejecutado los siguientes cursos:

- Varios temas, organizados por La Cámara de Comercio de Bogota y la Alcaldía del Distrito Metrolitano de Quito, en los que participaron personal del área técnica.
- IDENTIFICACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO EN ÉPOCAS DE RECESIÓN ECONÓMICA, con la Empresa IKONS ATN ECUADOR, que participó personal de la Dirección de Comercialización, Gerencia Financiera Administrativa y de las unidades administrativas de la Gerencia Técnica.

2. Seguridad y salud ocupacional

Desde el mes de marzo de 2020, una vez declarada la emergencia sanitaria por la pandemia provocada por el Covid 19, la Unidad de Talento Humano realizó las gestiones necesarias para adquirir mascarillas, gel antiséptico y alcohol para dotar a los informadores turísticos que laboran en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, debido a la existencia de casos de ciudadanos con coronavirus y la susceptibilidad de contagio al mantener contacto con turistas que arriban al país Además, se adquirió de equipo de bioseguridad para el personal de primera línea, y mascarillas y guantes para todo el personal.

En concordancia con las disposiciones emitidas por el COE Nacional, la institución cuenta con el Protocolo de Retorno para las actividades laborales presenciales, el mismo que fue socializado mediante reunión virtual a todo el personal y enviado mediante correo electrónico con la finalidad de recordar al personal las medidas a seguir antes, durante y después de la jornada laboral.

Se ha colocado señalética para el estricto cumplimiento de las medidas de bioseguridad como son: Distanciamiento interpersonal de 2 metros, Lavado de manos, Uso de mascarilla, Áreas restringidas, Control de Temperatura.

El comedor dispone de las debidas seguridades sanitarias en la manipulación de los alimentos y el correcto distanciamiento de mesas individuales, para lo cual se ha solicitado el protocolo de bioseguridad y asepsia aplicado por el proveedor de los alimentos y el estricto cumplimiento de las mismas.

Se ha habilitado la sala de reuniones de Recepción como "Área de Aislamiento" en caso que un servidor o usuario externo presente síntomas durante la jornada presencial, hasta que sea evaluado por un médico o se reciban las instrucciones de la línea 171 o 911.

En trabajo conjunto y permanente entre la Unidad de Talento Humano y el Servicio Médico Ocupacional Norte – Eugenio Espejo, se han venido coordinando las acciones y direccionamientos para los casos sospechosos, probables y confirmados de COVID-19 del personal, dando el correspondiente seguimiento, así como la implementación de las recomendaciones emitidas por la Médica Ocupacional.

Además se ha realizado al personal, una evaluación médica a través de una encuesta enviada desde la médica ocupacional y conocer el estado de salud de los servidores.

Cabe mencionar que desde el 15 de diciembre de 2020, el personal de Quito Turismo, retornó a sus actividades laborales de manera presencial, bajo estrictas medidas de bioseguridad, permitiendo el teletrabajo al personal calificado por la médica ocupacional como vulnerable.

3. Plan de Clima Laboral

Durante el mes de noviembre de 2020 se ha dado cumplimiento al Plan de Clima Laboral aprobado, con la finalidad de procurar un equipo humano motivado a pesar de la crisis provocada por la emergencia sanitaria.

Se compartió con el personal comida tradicional de Quito, en las fiestas de la capital, las mismas que fueron entregadas en el domicilio de los servidores y financiado con los fondos del personal.

Gracias al valor acumulado, producto del aporte mensual voluntario de cada uno de los servidores y trabajadores, se logró realizar un convenio con la Empresa Pronaca, para la entrega de pavos, y así motivar a nuestro personal a que el trabajo en equipo también se verá reflejado en nuestros hogares.

4. Prácticas Pre Profesionales

Se ha ejecutado practicas pre profesionales, del Convenio Interinstitucional entre Quito Turismo y la Universidad de las Américas, para todas las áreas técnicas y la Dirección de Comunicación.

5. PROCESOS DE CONTRATACIÓN

En cumplimiento a las recomendaciones del examen de Auditoría y del pronunciamiento de la Procuraduría General del Estado, se concluyó con el proceso de contratación de un procesamiento de datos para conocer el valor de jubilación patronal y desahucio de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, cuyo informe fue entregado a la Unidad Financiera para el respectivo registro.

Se concluyó con el proceso de contratación de mantenimiento del equipo biométrico.

6. PROCEDIMIENTOS DE TALENTO HUMANO

Se elaboró el procedimiento de Nómina, se encuentra pendiente la revisión de la Gerencia Financiera Administrativa previo aprobación de Gerencia General

CONCLUSIONES TTHH

La gestión de Talento Humano, ha brindado el apoyo oportuno con la finalidad de realizar una adecuada administración del talento humano.

RECOMENDACIONES TTHH

Las metas de Talento Humano, durante el mes de diciembre de 2020, han sido cumplidas de conformidad a lo que la normativa legal vigente prescribe.

Se recomienda realizar un control permanente, que nos permita cumplir con los principios de la administración pública, de eficacia, eficiencia y calidad.

Responsable del área:

MARIA DEL CARMEN CARRERA ECHEVERRIA

Firmado digitalmente por MARIA DEL CARMEN CARRERA ECHEVERRIA
Nombre de reconocimiento (DN): c=EC, o=SECURITY DATA S.A., ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE INFORMACION, serialNumber=070420174721, cn=MARIA DEL CARMEN CARRERA ECHEVERRIA
Fecha: 2021.02.17 22:21:34 -05'00'

María del Carmen Carrera
Jefe de Talento Humano

Quito al mes de febrero, 2021

Consolidado por:	Revisado por:	Revisado por:
Firmado electrónicamente por: **HUGO RUBEN BANDA DIAZ**	Firmado electrónicamente por: **PATRICIO ALEXANDER VELASQUEZ SERRANO**	Firmado electrónicamente por: **LUIS EDUARDO RUALES MONCAYO**
Rubén Banda Jefe de Planificación Quito Turismo	**Patricio Velásquez** Gerente Técnico Quito Turismo	**Luis Ruales** Gerente Financiero Administrativo Quito Turismo

Aprobado por:
Firmado electrónicamente por: **CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ**
Carla Cárdenas Gerente General Quito Turismo

Se acoge el informe. Para conocimiento del Directorio CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ Firmado digitalmente por CARLA PAOLA CARDENAS RAMIREZ Fecha: 2021.02.18 12:51:16 -05'00'

MEMOR A N D O N° EPMGDT-QT-GJ-2021-021
Quito D.M., 17 de febrero de 2021

PARA: Carla Cárdenas
GERENTE GENERAL

Luis Ruales Moncayo
GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

DE: Gabriela Narváez
GERENTE JURÍDICA

ASUNTO: INFORME JURÍDICO – INFORME ANUAL DE LA GERENTE GENERAL Y ESTADOS FINANCIEROS (EJERCICIO FISCAL 2020)

En atención a los enunciados normativos que, prescriben la atribución del Directorio de las empresas públicas para conocer y resolver sobre el Informe Anual de la Gerente General, así como los Estados Financiero de la empresa cortados al 31 de diciembre de 2020; y, evaluar su ejecución; manifiesto:

I.- BASE LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

"Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.
[…]
8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción […]*"*

"*Art. 226.- Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución*."

"*Art. 227.- La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación."*

"*Art. 233.- Ninguna servidora ni servidor público estará exento de responsabilidades por los actos realizados en el ejercicio de sus funciones o por omisiones, y serán*

responsable administrativa, civil y penalmente por el manejo y administración de fondos, bienes o recursos públicos.
Las servidoras o servidores públicos y los delegados o representantes a los cuerpos colegiados a las instituciones del Estado, estarán sujetos a las sanciones establecidas por delitos de peculado, cohecho, concusión y enriquecimiento ilícito. La acción para perseguirlos y las penas correspondientes serán imprescriptibles y en estos casos, los juicios se iniciarán y continuarán incluso en ausencia de las personas acusadas. Estas normas también se aplicarán a quienes participen en estos delitos, aun cuando no tengan las calidades antes señaladas.
Las personas contra quienes exista sentencia condenatoria ejecutoriada por los delitos de peculado, enriquecimiento ilícito, concusión, cohecho, tráfico de influencias, oferta de realizar tráfico de influencias, y testaferrismo; así como, lavado de activos, asociación ilícita, y delincuencia organizada relacionados con actos de corrupción; estarán impedidos para ser candidatos a cargos de elección popular, para contratar con el Estado, para desempeñar empleos o cargos públicos y perderán sus derechos de participación establecidos en la presente Constitución."

"Art. 315.- El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.
Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley; funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.
Los excedentes podrán destinarse a la inversión y reinversión en las mismas empresas o sus subsidiarias, relacionadas o asociadas, de carácter público, en niveles que garanticen su desarrollo. Los excedentes que no fueran invertidos o reinvertidos se transferirán al Presupuesto General del Estado.
La ley definirá la participación de las empresas públicas en empresas mixtas en las que el Estado siempre tendrá la mayoría accionaria, para la participación en la gestión de los sectores estratégicos y la prestación de los servicios públicos."

"Art. 316.- El Estado podrá delegar la participación en los sectores estratégicos y servicios públicos a empresas mixtas en las cuales tenga mayoría accionaria. La delegación se sujetará al interés nacional y respetará los plazos y límites fijados en la ley para cada sector estratégico.
El Estado podrá, de forma excepcional, delegar a la iniciativa privada y a la economía popular y solidaria, el ejercicio de estas actividades, en los casos que establezca la ley."

CÓDIGO ORGÁNICO DE PLANIFICACIÓN Y FINANZAS PÚBLICAS

"Art. 4.- Ámbito. - Se someterán a este código todas las entidades, instituciones y organismos comprendidos en los artículos 225, 297 y 315 de la Constitución de la República.
Se respetará la facultad de gestión autónoma, de orden político, administrativo, económico, financiero y presupuestario que la Constitución de la República o las leyes establezcan para las instituciones del sector público. […]"

"Art. 91.- Recursos de actividades empresariales. - Los recursos provenientes de actividades empresariales públicas nacionales ingresarán al Presupuesto General del Estado una vez descontados los costos inherentes a cada actividad y las inversiones y reinversiones necesarias para el cumplimiento de la finalidad de cada empresa. Los

procedimientos y plazos para la liquidación y entrega de los recursos serán determinados en la normativa que dicte el ente rector de las finanzas públicas en coordinación con la empresa correspondiente.

Los recursos provenientes de actividades empresariales públicas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados ingresarán a los respectivos Presupuestos de cada Gobierno Autónomo Descentralizado conforme a la ley."

"Art. 96.- Etapas del ciclo presupuestario. - El ciclo presupuestario es de cumplimiento obligatorio para todas las entidades y organismos del sector público y comprende las siguientes etapas:
[…]
6. Clausura y liquidación presupuestaria. […]"

"Art. 121.- Clausura del presupuesto. - Los presupuestos anuales del sector público se clausurarán el 31 de diciembre de cada año. Después de esa fecha no se podrán contraer compromisos ni obligaciones, ni realizar acciones u operaciones de ninguna naturaleza, que afecten al presupuesto clausurado.

Los compromisos del presupuesto anual que al último día de diciembre de cada año no se hayan transformado total o parcialmente en obligaciones, se tendrán por anulados en los valores no devengados. Los compromisos plurianuales de ejercicios fiscales no clausurados no se anulan, pero podrán ser susceptibles de reprogramación de conformidad con los actos administrativos determinados por las entidades.

Corresponderá, en el caso del Presupuesto General del Estado, al ente rector de las finanzas públicas, la convalidación de los compromisos de ejercicios fiscales anteriores para el nuevo ejercicio fiscal en los términos que el Reglamento del presente Código establezca.

Una vez clausurado el presupuesto se procederá al cierre contable y liquidación presupuestaria, de conformidad con las normas técnicas dictadas por el ente rector de las finanzas públicas".

REGLAMENTO AL CÓDIGO ORGÁNICO DE PLANIFICACIÓN Y FINANZAS PÚBLICAS

"Art. 123.- Clausura. - El ejercicio presupuestario del año fiscal se clausurará el 31 de diciembre de cada año.

Las entidades como requisito previo para el cierre contable del ejercicio fiscal correspondiente, efectuarán los ajustes y regulaciones que permitan depurar los saldos de las cuentas que utilizan, entre otras: la de anticipos de fondos (incluidas las de fondos rotativos, cajas chicas fondos a rendir cuentas y fondos para fines específicos), las provisiones para incobrables, amortización de inversiones diferidas y prepagos, consumos de existencias, depreciaciones, acumulaciones de costos en proyectos y programas de inversión".

"Art. 127.- Liquidación. - La liquidación del presupuesto comprende el conjunto de operaciones que realizan las instituciones para expresar y presentar a las autoridades y a la ciudadanía, la información financiera consolidada sobre la ejecución presupuestaria realizada en el transcurso de un ejercicio fiscal hasta la fecha de su clausura, sustentada en las transacciones de caja y los estados financieros.

Para el caso de las instituciones que forman parte del Presupuesto General del Estado, la liquidación presupuestaria la realizará el ente rector de las finanzas públicas hasta el 1 de marzo del año siguiente, con base en la información registrada por las instituciones. Para el resto de las instituciones del sector público, la liquidación la deberá realizar cada institución y será legalizada por su máxima autoridad financiera y remitida al ente rector de las finanzas públicas en el formato que éste disponga, como máximo el 1 de marzo del año siguiente."

"Art. 128.- Objetivos. - La liquidación del presupuesto cumple los siguientes objetivos:

1. Concluir el ciclo presupuestario de cada ejercicio fiscal;
2. informar sobre el resultado del movimiento presupuestario de ingresos y de gastos sobre la base de los estados financieros;
3. Establecer déficit o superávit y su respectivo financiamiento; y,
4. Determinar el cumplimiento de las normas que rigen el proceso de ejecución presupuestaria".

"Art. 162.- Estados financieros y reportes contables.- Todas las entidades del Sector Público deberán generar los siguientes estados financieros: Estado de Situación Financiera, Estado de Rendimiento Financiero (Resultados), Estado de Flujo de Efectivo, Estado de Cambios en el Patrimonio y de Ejecución Presupuestaria, con las notas que comprenden el resumen de las políticas de contabilidad importantes y otras notas explicativas y el Balance de Comprobación; así como los análisis y reportes adicionales que les sean solicitados por el ente rector de las finanzas públicas, que ayuden a evaluar el desempeño de las mismas y la administración de sus activos; así como a tomar y evaluar decisiones sobre la asignación de recursos. Esta información adicional puede incluir detalles sobre la producción y resultados de la entidad, bajo la forma de indicadores de medios y logros, revisión de programas y otros informes de gestión sobre los resultados alcanzados por la entidad durante el ejercicio presentado.

Los estados financieros y reportes contables serán debidamente suscritos para su legalización por el Contador, Director Financiero y la máxima autoridad de la entidad o su delegado.

El ente rector de las finanzas públicas implementará los mecanismos y normativa técnica para su cumplimiento."

CÓDIGO ORGÁNICO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN

"Art. 265.- Plazo de liquidación. - La unidad financiera o quien haga sus veces procederá a la liquidación del presupuesto del ejercicio anterior, hasta el 31 de enero, y a la determinación de los siguientes resultados:

1. El déficit o superávit financiero, es decir, la relación de sus activos y pasivos corrientes y a largo plazo. Si los recursos fueren mayores que las obligaciones, habrá superávit y en el caso inverso, déficit.

Si existiere déficit financiero a corto plazo que es el resultante de la relación de sus activos y pasivos corrientes, el ejecutivo local, bajo su responsabilidad y de inmediato regulará, para cubrir el déficit, la partida "Deudas Pendientes de Ejercicios Anteriores" con traspasos de créditos de acuerdo con los procedimientos señalados en los artículos 259 y 260 según el caso.

2. El déficit o superávit provenientes de la ejecución del presupuesto, se determinará por la relación entre las rentas efectivas y los gastos devengados. Si las rentas efectivas fueren mayores que los gastos devengados se considerará superávit, En el caso inverso habrá déficit.

La unidad responsable de las finanzas entregará al ejecutivo del gobierno autónomo descentralizado la liquidación del presupuesto del ejercicio anterior".

CÓDIGO MUNICIPAL PARA EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

"Art. I.2.80.- Deberes y atribuciones del Directorio. - Son deberes y atribuciones del Directorio de una empresa pública metropolitana: […]

e. Aprobar la planificación y el presupuesto de la empresa pública metropolitana, en concordancia con la planificación estratégica del Distrito Metropolitano de Quito, así como evaluar su ejecución; […]" (Subrayado añadido al texto citado)

f. Conocer y aprobar los balances de situación y de resultados, de conformidad con la ley de la materia;

i. Conocer los informes del Gerente General y los informes de auditoría; […]

LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS

"Art. 9.- Atribuciones del Directorio. - Son atribuciones del Directorio las siguientes: […]
5. Aprobar el Presupuesto General de la Empresa y evaluar su ejecución; […]
11. Conocer y resolver sobre el Informe Anual de la o el Gerente General, así como los Estados Financieros de la empresa pública cortados al 31 de diciembre de cada año: […]*"*

LEY ORGÁNICA DE LA CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO

"Art. 3.- Recursos Públicos.- Para efecto de esta Ley se entenderán por recursos públicos, todos los bienes, fondos, títulos, acciones, participaciones, activos, rentas, utilidades, excedentes, subvenciones y todos los derechos que pertenecen al Estado y a sus instituciones, sea cual fuere la fuente de la que procedan, inclusive los provenientes de préstamos, donaciones y entregas que, a cualquier otro título, realicen a favor del Estado o de sus instituciones, personas naturales o jurídicas u organismos nacionales o internacionales.
Los recursos públicos no pierden su calidad de tales al ser administrados por corporaciones, fundaciones, sociedades civiles, compañías mercantiles y otras entidades de derecho privado, cualquiera hubiere sido o fuere su origen, creación o constitución, hasta tanto los títulos, acciones, participaciones o derechos que representen ese patrimonio, sean transferidos a personas naturales o personas jurídicas de derecho privado, de conformidad con la ley."

NORMATIVA TÉCNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE LAS FINANZAS PÚBLICAS – SINFIP, Acuerdo No. 103 del Ministerio de Economía y Finanzas

[…] 2.3 NORMAS TÉCNICAS DE PRESUPUESTO

Las Normas Técnicas de Presupuesto contienen el conjunto de lineamientos, directrices, procedimientos, técnicas, instrumentos y mecanismos necesarios para la gestión de los presupuestos de las entidades públicas en el marco del Componente de Presupuesto del Sistema Nacional de las Finanzas Públicas (SINFIP).

[…] ***2.3.6*** **DE LA CLAUSURA Y LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA NTP 24. CLAUSURA PRESUPUESTARIA**

Definición
1. Es la fase del ciclo presupuestario que marca la finalización de la fase de ejecución del presupuesto y, consecuentemente, se inhabilitan las asignaciones del presupuesto que se clausura para contraer compromisos u obligaciones o cualquier otro tipo de acción o afectación.
2. Los presupuestos anuales de las entidades del sector público se clausurarán el 31 de diciembre de cada año. El ente rector de las finanzas públicas emitirá las directrices pertinentes para el cierre de la ejecución presupuestaria anual.

[…] **NTP 25. LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA**

Definición
1. Es la fase del ciclo presupuestario que comprende el proceso de elaboración y exposición de los resultados de la ejecución del presupuesto durante el ejercicio fiscal en correlación con las transacciones de caja y los estados financieros.
2. Las liquidaciones presupuestarias serán objeto de difusión para conocimiento de las autoridades institucionales y la ciudadanía.

Liquidación de los Presupuestos de las Entidades que Conforman el Presupuesto General del Estado
3. Las entidades que forman parte del Presupuesto General del Estado, con base en los estados de ejecución presupuestaria y el estado contable del flujo del efectivo, al 31 de diciembre del año correspondiente al ejercicio fiscal cerrado, elaborarán la liquidación del presupuesto clausurado dentro de los treinta días subsiguientes.
4. Para tal efecto, las UDAF institucionales consolidarán la información presupuestaria y financiera de la ejecución de los presupuestos de los centros gestores, generada por la plataforma informática del SINFIP y la expondrán según el siguiente contenido:

• Detalle de la ejecución presupuestaria de los ingresos al nivel de devengado, por rubro y naturaleza económica.
• Detalle de la ejecución de los gastos al nivel de devengado, por ítem de gasto, según la estructura programática del presupuesto clausurado.
• Expresión del resultado déficit/superávit presupuestario.
• Estado de transacciones de caja.
• Anexos de respaldo
5. LA UDAF elaborará un informe de la liquidación del presupuesto institucional clausurado con una breve exposición de sus aspectos relevantes y lo pondrá en consideración y aprobación de su máxima autoridad ejecutiva en forma previa a su envío al ente rector de las finanzas públicas antes del 31 de marzo del siguiente ejercicio

fiscal. Al informe se adjuntará el contenido de la liquidación y los anexos de respaldo correspondientes.

Liquidación del Presupuesto General del Estado

[…] *7. La elaboración de la liquidación del Presupuesto General del Estado se respaldará en la información presupuestaria y financiera contenida en la plataforma informática del SINFIP y se organizará según el siguiente contenido:*

• Detalle de la ejecución presupuestaria de los ingresos al nivel de devengado, por rubro y naturaleza económica.

• Detalle de la ejecución de los gastos al nivel de devengado, por sectorial/institución.

• Expresión del resultado déficit/superávit presupuestario.

• Estado de transacciones de caja, con la identificación de las fuentes y usos presupuestarios al nivel de grupo de ingresos y gastos y flujos no presupuestarios al nivel de cuentas contables de mayor.

• Cuenta Ahorro-Inversión-Financiamiento, con la identificación de ingresos y gastos presupuestarios al nivel de grupo y las variaciones patrimoniales al nivel de cuentas contables de mayor.

• Anexos de respaldo

8. La liquidación del Presupuesto General del Estado, consolidado, se expondrá a través de la expedición de un Acuerdo Ministerial del ente rector de las finanzas públicas hasta el 1 de marzo del año siguiente al de su clausura.

Liquidación de los Presupuestos de las Entidades del Resto del Sector Público

9. El resto de instituciones públicas elaborarán la liquidación de sus presupuestos tomando como referencia el contenido señalado para el caso de las liquidaciones de los presupuestos de las instituciones que forman parte del Presupuesto General del Estado, con ajuste a lo dispuesto en sus leyes expresas.

10. La liquidación presupuestaria, para ese tipo de entidades, será elaborada por sus áreas financieras y aprobada por sus órganos legislativos, en el caso de los GAD, y por la instancia de autoridad señalada en las leyes que las rigen, para el resto de entidades.

11. El acuerdo, resolución o similar por el que se aprueba o expide la liquidación del presupuesto de un determinado año, de las entidades que no conforman el Presupuesto General del Estado, será remitido al ente rector de las finanzas públicas hasta el 30 de abril del siguiente ejercicio fiscal." (Subrayado me corresponde)

[…] **NTCG 37. PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS**

Alcance

1. Esta norma establece los criterios para la presentación de la información financiera de propósito general de las Entidades del Sector Público.

2. La preparación de informes financieros de uso interno o externo, no regulados por la presente norma, se sujetará a la periodicidad, forma y condiciones determinadas por los usuarios, sustentados en el principio del Sistema Nacional de Finanzas Públicas "Exposición de Información".

3. La información comparativa se realizará sólo en los Estados Financieros anuales y se lo hará con referencia a las cifras correspondientes del ejercicio fiscal anterior.

4. En el mes de enero de cada año, con corte al 31 de diciembre, la información financiera y presupuestaria que se precisa a continuación, adicional a la indicada en el inciso anterior, se la entregará en forma digital, debidamente legalizada y con sus correspondientes revelaciones (notas aclaratorias):

• Estado de Situación Financiera

• Estado de Rendimiento Financiero (Resultados)

• Estado de Flujo del Efectivo

• Estado de Cambios en el Patrimonio

• Estado de Ejecución Presupuestaria y sus anexos (cédulas presupuestarias de ingresos y gastos)

• *Balance de Comprobación Acumulado (8 columnas)*
• *Revelaciones (Notas aclaratorias)*
[…]"

ACUERDO 039-CG (NORMAS DE CONTROL INTERNO PARA LAS ENTIDADES, ORGANISMOS DEL SECTOR PÚBLICO Y PERSONAS JURÍDICAS DE DERECHO PRIVADO QUE DISPONGAN DE RECURSOS PÚBLICOS)

100 NORMAS GENERALES
100-04 Rendición de cuentas

"*La máxima autoridad, los directivos y demás servidoras y servidores, según sus competencias, dispondrán y ejecutarán un proceso periódico, formal y oportuno de rendición de cuentas sobre el cumplimiento de la misión y de los objetivos institucionales y de los resultados esperados.*

La rendición de cuentas es la obligación que tienen todas las servidoras y servidores de responder, reportar, explicar o justificar ante la autoridad, los directivos y la ciudadanía, por los recursos recibidos y administrados y por el cumplimiento de las funciones asignadas. Es un proceso continuo que incluye la planificación, la asignación de recursos, el establecimiento de responsabilidades y un sistema de información y comunicación adecuado.
Las servidoras y servidores, presentarán informes periódicos de su gestión ante la alta dirección para la toma de decisiones, en los que se harán constar la relación entre lo planificado y lo ejecutado, la explicación de las variaciones significativas, sus causas y las responsabilidades por errores, irregularidades y omisiones.
La rendición de cuentas, se realizará en cumplimiento al ordenamiento jurídico vigente."

II.- ANÁLISIS

La Constitución de la República del Ecuador es clara en preceptuar que, es un deber y responsabilidad de las ecuatorianas y los ecuatorianos el acatar la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente, así como administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público; en concordancia la norma suprema preceptúa que, los servidores públicos y los organismos, ejercerán solamente las competencias y facultades atribuidas en el ordenamiento jurídico.

El Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas en concordancia con su Reglamento, y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, preceptúan que, los presupuestos se clausuran al 31 de diciembre de cada año; procediéndose con el cierre contable y liquidación presupuestaria de conformidad con las normas técnicas dictadas por el ente rector de las finanzas públicas.

El Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, precisa los deberes y atribuciones del Directorio de una empresa pública, entre los cuales constan, aprobar el presupuesto y su ejecución, así como, el conocimiento de los informes de la Gerente General; precisándose en la Ley Orgánica de Empresas Públicas que, el cuerpo colegiado conocerá y resolverá sobre el informe anual de la Gerente General, en este mismo sentido, procederá con los estados financieros.

En cuanto a la normativa dictada por el ente rector de las finanzas públicas, se dispone que la clausura del presupuesto es el 31 de diciembre de cada año y consecuentemente del cierre contable acorde a las normas técnicas vigentes; y, que las instituciones remitirán al Ministerio de Economía y Finanzas hasta el 30 de abril del siguiente ejercicio fiscal. Además, señala que, la liquidación de los presupuestos de las empresas y organismos seccionales, será de acuerdo al ordenamiento legal en materia presupuestaria.

Finalmente, en cuanto a la presentación de los estados financieros señala que en el ámbito público es obligatorio preparar y presentar periódicamente al Ministerio de Finanzas los reportes financieros.

III.- CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

En atención a los enunciados normativos citados, al análisis efectuado, se recomienda a la señora Gerente General que, en la próxima sesión del Directorio del año en curso, exponga para conocimiento y resolución del Directorio de Quito Turismo, su Informe Anual y los Estados Financieros de esta Empresa Pública, correspondientes al ejercicio fiscal del 2020.

Atentamente.

LIDIA GABRIELA NARVAEZ GALLARDO

Firmado digitalmente por LIDIA GABRIELA NARVAEZ GALLARDO
Fecha: 2021.02.17 17:22:50 -05'00'

Gabriela Narváez
GERENTE JURÍDICA
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
-QUITO TURISMO-

ACCIÓN	RESPONSABLE	SIGLAS
Elaborado por:	Ma. José Rosero	GJ
Revisado por:	Juan Ignacio Velasco	GJ