

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES

Nro. DE INFORME : GT-NAC-2022-001

FECHA DE INFORME: 19/07/2022

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :
OSCAR PATRICIO LOPEZ MOSCOSO

PUESTO : GERENTE TECNICO

CIUDAD - PAÍS : Ambato - Riobamba

NOMBRE DE LA UNIDAD DE LA O EL SERVIDOR :
Gerencia Técnica

SERVIDORAS/ ES QUE INTEGRAN LA COMISION
MARIA CRISTINA RIVADENEIRA - GERENTE GENERAL
OSCAR LOPEZ - GERENTE TECNICO
PRISCILA QUILUMBANGO - COMUNICACIÓN
BELEN HEREDIA - DIRECTORA DE MERCADEO

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

Participación en la Caravana Turística "Tu Historia comienza en Quito" que se llevo a cabo en las ciudades de Ambato, Riobamba, Cuenca y Loja del 12 al 15 de julio 2022.

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA Estos datos se refieren al tiempo efectivamente utilizado en el cumplimiento de tareas oficiales o servicios institucionales desde la salida hasta la llegada al lugar de residencia o trabajo habitual o de cumplimiento de las mismas según sea el caso .
FECHA dd-mm-aaa	12/07/2022	13/07/2022	
HORA hh:mm	6:00	18:00	
TRANSPORTE UTILIZADO			
TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	ruta	
TERRESTRE		Quito-Ambato	
TERRESTRE		Ambato - Riobamba	
TERRESTRE		Riobamba - Quito	

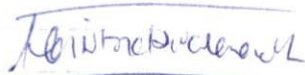
NOTA : En caso de haber utilizado: 1) transporte público aéreo, fluvial o terrestre, se deberá adjuntar obligatoriamente los pases a bordo o pasajes y 2) vehículos institucionales, se adjuntará la hoja de ruta con tipo de vehículo, número de placa, kilometraje recorrido y los nombres apellidos del conductor

OBSERVACIONES

Oscar López - GERENTE TECNICO



FIRMAS DE APROBACIÓN



Maria Cristina Rivadeneira

Gerente General



Quito, 19 de julio de 2022

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS "CARAVANA TURÍSTICA"

1. ANTECEDENTES

Mediante la Ordenanza Metropolitana N°309, contenida en el Código Municipal Metropolitano, se crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico "Quito Turismo", entidad jurídica de derecho público cuyos objetivos parten del principio de la ejecución de políticas, planes, programas y proyectos para el posicionamiento de la ciudad de Quito como destino turístico sostenible a nivel nacional e internacional, así como el mejoramiento y difusión de los lugares turísticos y actividades culturales de Quito y sus áreas aledañas.

En los últimos años la estrategia de marketing para el destino Quito, se ha articulado al Plan Estratégico al 2021, realizado en 2016, que consistía en identificar las acciones promocionales en función de los mercados internacionales prioritarios para la ciudad. Sin embargo, debido a todos los acontecimientos derivados a raíz de la pandemia, la dinámica ha tenido que flexibilizarse y adaptarse a las nuevas realidades, y no solamente para Quito sino a nivel mundial, razón por la que, la nueva estrategia de promoción y difusión turística del destino Quito ha definido tres escenarios de recuperación, iniciando desde el turismo interno, luego el regional y finalmente el internacional, de acuerdo a como se han identificado las proyecciones de reactivación turística dadas por la OMT.

El Municipio de Quito, a través de Quito Turismo, desarrolla en el mes de junio 2020 en conjunto con la industria turística local, la academia y otros actores, el Plan Emergente para la reactivación del Sector Turístico del DMQ que contiene estrategias y acciones para impulsar la actividad turística que tan fuertemente fue afectada por la crisis sanitaria Covid-19. Entre las estrategias, detalladas en el plan se encuentran los protocolos de bioseguridad, a través de su diseño, asesoría e implementación para actividades turísticas; capacitaciones focalizadas en el desarrollo de capacidades locales de la nueva realidad; desarrollo de enfoques y tendencias turísticas post pandemia; y fundamentalmente, la reestructuración y enfoque de acciones a los mercados prioritarios, iniciando como base por estrategia e importancia en el mercado interno (local y nacional) y luego el internacional.

2. ESTRATEGIA DE MERCADO NACIONAL

En relación a la estrategia de marketing para el mercado nacional de acuerdo con los antecedentes mencionados y la situación actual producto de la pandemia por COVID-19 a nivel mundial, es de suma importancia continuar con las acciones promocionales para reactivar el turismo a la ciudad de Quito principalmente en los mercados local y nacional.

El enfoque y directrices de la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito continuarán con la priorización de generar mayor número de acciones para la promoción de la ciudad de Quito en este mercado.

Es por esta razón que el turismo local y nacional adquiere un protagonismo necesario y priorizado por el gran potencial de desarrollo que tiene debido a que el enfoque de recuperación turística de toda la industria en general estará inclinado hacia estos mercados, para adaptar productos y servicios hacia el quiteño y más adelante hacia el ecuatoriano; todos estos orientados en realzar el valor de consumir primero lo nacional y ser solidarios con el destino para su debida recuperación.



Es trascendental que el destino trabaje con la industria turística local, proveedores, experiencias, 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 un proceso de adaptación y flexibilización de la oferta enfocada hacia un viajero post-covid.

La recuperación del turismo inicialmente se está dando por un mercado de oportunidad como es el local, los primeros viajes que se han reactivado son aquellos destinos cercanos, viajes de un día (excursionismo) o de fin de semana, por tanto, es importante trabajar en estrategias y experiencias turísticas dirigidas para el turista local, ofertar viajes por carreteras, brindar valores agregados de extrema higiene y seguridad en el destino, conectar con los turistas en mayor grado y principalmente promocionar el destino y sus recursos de forma constante a través de medios tradicionales y no tradicionales.

3. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS

Una de las estrategias del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo de Quito la "Especialización de Marketing por grandes públicos.- persigue maximizar el aprovechamiento de los recursos con un marketing dirigido al B2B (Directo Business to business)". Es precisamente a través de la organización o participación de eventos como ferias, workshops, roadshows y capacitaciones, en donde la promoción de un destino se realiza directamente entre empresas y actores turísticos que ofrecen el servicio y/o destino; y acciones de impacto enfocadas al consumidor final directo que busquen como eje primordial la inspiración de viaje aprovechando oportunidades de promoción turística de los productos.

4. ANÁLISIS TÉCNICO DE ACTIVIDADES

La realización de LA CARAVANA TURISTICA "TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" representa una gran oportunidad de repotenciar la cadena de valor turística de la ciudad de Quito, a través de la presentación y promoción de productos y experiencias creadas por la ciudad y dirigidas a promover el turismo interno permitiendo así dinamizar la reactivación turística del destino y la generación de negocios a través del incremento del volumen de visitantes y turistas a nivel nacional.

La estrategia de este evento consiste en presentar en cinco días, al mercado objetivo de visitantes de la sierra centro y sierra sur del país, en las ciudades de Quito, Ambato, Riobamba, Cuenca, Loja y Quito, una actualización de la oferta turística de la ciudad, la agenda de eventos enfocadas en los hitos de temporada de verano, la reactivación de la ciudad, posterior a lo sucedido durante la crisis política de junio, la nueva APP turística y todas las novedades que la ciudad de Quito tiene para ofrecer al segmento interno de visitantes en marco del inicio de la temporada de vacaciones de la sierra del país.

La participación de la delegación de Quito, conformada por el equipo técnico de la Oficina de Promoción Turística, representada y liderada por la presencia de la máxima autoridad de Quito Turismo, será la clave para generar toda la interacción, difusión y presencia de la ciudad ante la industria turística y medios de comunicación de cada una de las ciudades.



DETALLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS:

AMBATO ✓

Martes 12 julio:

LA ROKA HOTEL

10h00 a 12h00 – 30 pax <https://www.hotelrokaplaza.com/>

RIOBAMBA ✓

Miércoles 13 julio QUINDELOMA

10h00 a 12h00 – 30 pax <https://www.quindeloma.com/>

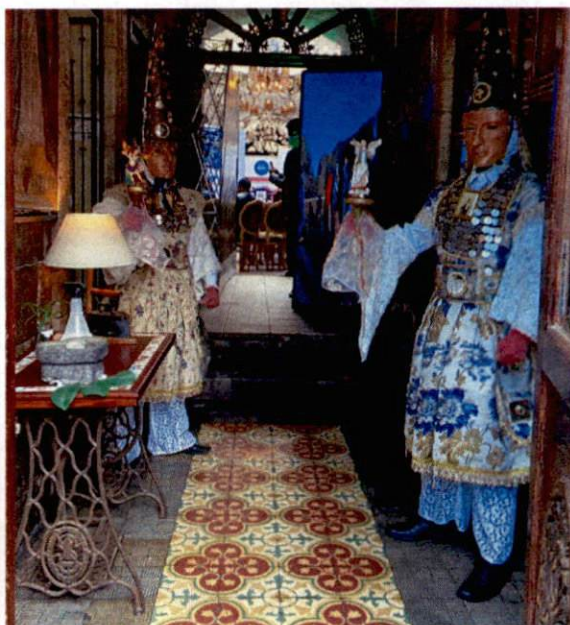
Se cumplieron con dos días de actividades varias, de acuerdo con el siguiente detalle:

- Día 1: 12 de Julio de 2022 ✓
 - Traslado Quito – Ambato, salida desde oficinas Quito Turismo a las 06h00 am
 - Coordinación de actividades programadas para la presentación de destino en la ciudad de Ambato
 - Atención de agenda de trabajo con medios de prensa y TTOO.
 - Supervisión del desarrollo del evento
 - Coordinación y logística durante la Presentación de Destino
 - Traslado Ambato – Riobamba
 - Alojamiento en Riobamba





Municipio de Quito



- Día 2: 13 de Julio de 2022

- Coordinación de actividades programadas para la presentación de destino en la ciudad de Riobamba
- Atención de agenda de trabajo con medios de prensa y TTOO.
- Supervisión del desarrollo del evento
- Coordinación y logística durante la Presentación de Destino
- Traslado Riobamba – Quito



5. RESULTADOS Y OPORTUNIDADES GENERADAS

- Presencia de marca ciudad en los diferentes destinos visitados, a cada uno de ellos asistieron varios medios de prensa tradicional y digital.
- Se obtuvo data para alimentar base de datos con los medios y asistentes a las diferentes ruedas de prensa.
- Se realizará gestión de acciones de promoción conjuntas que permitan el desarrollo turístico de las ciudades visitadas.



6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se confirmó la importancia de las Caravanas Turísticas donde se puede repotenciar la cadena de valor turística de la ciudad de Quito, se promocionó servicios y productos que el DMQ tiene para ofrecer a ciudades cercanas.
- La participación de Quito Turismo como entidad responsable de promoción y difusión turística de la ciudad fue una excelente oportunidad para el fortalecimiento promocional de las innovaciones que Quito ha desarrollado como la nueva APP turística y todas las novedades que la ciudad de Quito tiene para ofrecer al segmento interno de visitantes en marco del inicio de la temporada de vacaciones de la sierra del país.

7. ANEXOS AL INFORME

- Factura de hotel y transporte
- Base de datos de medios de prensa.

Atentamente,

Oscar López
Gerente Técnico