



**Municipio
de Quito**

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO - QUITO TURISMO

ACTUALIZACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO AL 2023

QUITO – ECUADOR

ABRIL 2022



Contenido

1. PRESENTACIÓN	4
2. ANTECEDENTES.....	6
3. METODOLOGÍA DEL TRABAJO.....	11
4. LA EMPRESA	12
4.1. Alineación Estratégica	12
4.1.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030 De Las Naciones Unidas	12
4.1.2. Plan Nacional De Desarrollo 2021 – 2025 - “Plan De Creación De Oportunidades”. ..	15
4.1.3. Ministerio de Turismo del Ecuador	15
4.1.4. Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito.	16
4.1.5. Plan de Gobierno del Alcalde	17
4.2. Institucionalidad - Estructura Orgánica.....	18
4.3. Cadena De Valor	18
4.4. Mapa De Procesos.....	19
4.5. Modelo de Gestión.....	19
4.6. Grupos de Interés de Quito Turismo (STAKEHOLDERS):.....	20
4.7. Proceso de Planificación.....	20
5. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	21
5.1.1. Misión de Quito Turismo (de acuerdo con las competencias de creación)	25
5.1.2. Visión de Quito Turismo	25
5.1.3. Declaración de valores y principios fundamentales de Quito Turismo.....	25
5.1.4. Objetivos Estratégicos Institucionales.....	26
5.1.4.1. Objetivo Operativo.....	27
5.1.4.2. Objetivos-competencias institucionales	27
5.1.5. Planteamiento Metas	29
6. PERSPECTIVAS Y RETOS.....	31
7. CONCLUSIÓN.....	33
8. ANEXOS	33
9. FIRMAS DE RESPONSABILIDAD	34



Índice de Gráficos

Gráfico No. 1. Alineación de instrumentos de planificación.....	12
Gráfico No. 2. Estructura Orgánica de Quito Turismo	18
Gráfico No. 3. Cadena de Valor	19
Gráfico No. 4. Mapa de Procesos	19
Gráfico No. 5. Modelo de Gestión.....	20
Gráfico No. 6. Grupos de interés.....	20
Gráfico No. 7. Sistema de Planificación Estratégica	21

1. PRESENTACIÓN

El Plan Estratégico Institucional - PEI, constituye una herramienta indispensable para alcanzar los objetivos establecidos por la Empresa Pública Quito Turismo, ya que clarifica el camino a seguir para toda la organización.

El Plan Estratégico de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión del Destino Turístico – Quito Turismo (parte integral del Plan de Desarrollo Turístico del DMQ), tuvo vigencia hasta diciembre del año 2021, por lo que su actualización hasta el año 2023 es fundamental para la consecución de las metas de esta administración y el cumplimiento de objetivos empresariales.

Cabe indicar que, en los últimos años acaecido un problema mundial el cual, según publicación de la FLACSO: “Quito: la ciudad que se disuelve - Covid 19 – de marzo 2021”, y según redacción de Víctor Llugsha G, dice en un acápite denominado: “El turismo urbano pos-COVID. Un nuevo escenario para el desarrollo turístico de Quito”, lo siguiente:

“Los efectos de la pandemia global están presentes a distintos niveles y en distinto grado, y atraviesan fronteras y estructuras económicas. Las ciudades se convirtieron en los espacios que concentraron la mayor cantidad de casos, lo cual llevó a que el confinamiento generalizado hiciera imposible el desplazamiento de las personas. Esto afectó de forma inmediata los servicios que forman parte del sector turístico: a) transporte, b) hospedaje, c) entretenimiento, d) alimentación. Fueron las primeras actividades en cerrar y se las identifica como las últimas que llegarán a reactivarse en un escenario pospandemia.

Frente a un escenario en el que los destinos turísticos urbanos no estaban contemplados, se presenta la necesidad de reflexionar acerca de la construcción de destinos planificados desde una perspectiva integral; de manera tal que los actores públicos y privados muestren no solo un destino atractivo para el mercado, sino también sostenible y que responda a los criterios de una economía turística anclada a la realidad del territorio y, sobre todo, a sus actores locales.

Los criterios de seguridad y sanidad se vuelven fundamentales; el mercado turístico internacional identifica que el turista pos-COVID otorgará gran importancia a los aspectos relacionados con su salud en el destino. Los visitantes confiarán en realizar su viaje siempre que la ciudad de destino cuente con normas sanitarias homologadas que establezcan protocolos de higiene y sanitización en todas las actividades turísticas del lugar [...].”

Por otra parte, en la misma publicación, Fernanda Sánchez, en su tema: “Impacto social y económico en las ciudades y destinos turísticos pos-COVID-19”, en sus conclusiones menciona:

“Las ciudades son las más afectadas debido a que el turismo urbano presenta una oferta de visita a museos, eventos y congresos internacionales, entre otros, llevados a cabo en espacios cerrados, lo cual no congenia con el distanciamiento social. El sector manifiesta una caída de



ingresos del 60%. Se prevé que el turismo lentamente recupere su demanda y sus ingresos al término del 2021 (Cabanilla, Molina, Lastra y Garrido, 2020: 42); sin embargo, este regreso no será un regreso a lo mismo que se ha conocido hasta hoy: la seguridad se ha convertido en el factor fundamental para asegurar la fidelidad del turista en los destinos. [...]”

Bajo este contexto y debido a las circunstancias presentadas en el mundo, en el país y en la ciudad, en donde primó (y prima aún) el distanciamiento social y en el cual ha existido limitaciones en la organización de actividades presenciales (reuniones, talleres, entrevistas personales, etc.), se han identificado diversos factores determinantes para la Institución, misma que fue afectada por la emergencia sanitaria causada por la pandemia que, a partir del año 2020 ocasionó una contracción en la economía mundial, y directamente al sector del turismo, el cual ha visto caer significativamente sus ingresos y llegada de visitantes - turistas. En el caso de la Ciudad de Quito, según estadísticas históricas, los visitantes no residentes disminuyeron de 684.390 en el año 2019 a 190.417 en el 2020 (con una disminución del -72% respecto al 2019) y con unos 280.996 visitantes no residentes en 2021 (con una disminución del -59% respecto al 2019).

Otros datos relevantes de la ciudad de Quito, antes de pandemia decían:

- El turismo en la ciudad de Quito genera más de USD. 1.000 millones de dólares (sumados turismo interno y receptivo o internacional) (antes de pandemia)
- El turismo es el 4to generador de empleo en el Distrito Metropolitano de Quito (entre 30.000 y 40.000 empleos directos y casi 170.000 indirectos – a la fecha) Alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, guías, aerolíneas, transporte turístico, etc.
- Por cada empleo directo que se genera en turismo en la ciudad, se generaran 4 – 5 empleos indirectos (según OMT y Mintur)
- 1 de cada 10 empleos generados en el DMQ provienen del sector turístico
- La actividad turística en la ciudad de Quito representa entre el 2.7% del PIB del DMQ (aproximadamente en 2018-2019)

Las autoridades sanitarias mundiales y nacionales, por su parte, no han logrado determinar una fecha estimada en la cual se pueda regresar a una ansiada “normalidad”, controlando esta emergencia; sin embargo, las medidas restrictivas se han ido flexibilizando, permitiendo un incremento de aforo para actividades esenciales que incluyen restaurantes, gimnasios, bares, playas, parques y eventos al aire libre, acciones que permitirán frenar parcialmente el impacto económico y dar visos de una recuperación a mediano plazo.

Por estas razones, y con el afán de tener una mayor claridad del comportamiento del sector turismo en el Ecuador y por consiguiente en la ciudad de Quito, se ha creído conveniente realizar esta actualización del Plan Estratégico con el fin de dar viabilidad a las acciones y al trabajo empresarial público, enfocando sus actividades de tal forma que permita cumplir con sus competencias de una manera organizada y eficiente en el marco de la nueva realidad “post-covid” hasta el 2023, tiempo estimado que permitirá contar con mayores elementos para toma de decisiones y así poder definir, en coordinación con los diferentes actores del sector, la ruta más adecuada que se adapte a la realidad del Turismo en la Ciudad en un futuro cercano.

2. ANTECEDENTES

Mediante Ordenanza No. 309, de 5 de mayo de 2010, se crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, de derecho público, cuya misión empresarial es “Desarrollar y promocionar turísticamente el Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con el sistema turístico, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación, y contando con talento humano especializado”. Lo que se ratifica en el Código Municipal de la Ordenanza Metropolitana 001-2021 (01sep2021), L1 De la Gobernanza e Institucionalidad, Capítulo VI, De la Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Art. L1, 198 – Art. 201, en el que menciona los objetos de Quito Turismo, 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

Convenios de transferencia y descentralización de competencias

A través de los convenios de “Transferencia de competencias” y “Descentralización de competencias” concernientes al otorgamiento del registro de turismo” suscritos entre el Ministerio de Turismo y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; el 8 de agosto de 2001; y, 9 de abril de 2008, respectivamente, Quito Turismo posterior a su creación asumió dichas competencias, estas son:

Convenios de “Transferencia y Descentralización de competencias”

N°	Atribución	Valoración (%)	Acciones Ejecutadas	Período	Anexos
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.					
A. Convenio de transferencia de competencias entre el Ministerio de Turismo y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; del 08 de agosto de 2001.					
1	1. Expedir las Ordenanzas y Resoluciones de carácter local que en forma específica contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del turismo, en base a su autonomía y consiguientemente conforme a la Constitución Política del Ecuador, Ley de Régimen Municipal, Ley Especial de desarrollo Turístico y demás leyes aplicables.	30%	Ordenanzas metropolitanas emitidas para el cumplimiento de los convenios de transferencias: O.M. N° 061/2002* O.M. N° 078/2002* O.M. N° 081/2002* O.M. N° 099/2003* O.M. N° 112/2004- O.M. N° 130/2004* O.M. N° 201/2007 O.M. N° 206/2007* O.M. N° 222/2007 O.M. N° 276 /2009* O.M. N° 309 ² / 2010 O.M. N° 321/2010 O.M. N° 170/2011 O.M. N° 236 /2012 O.M. N° 301/2009*	2002 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasparencia-oct2015

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

² Derogada y cambiada por ordenanza No. 001-2019 Código Municipal para el DMQ, 29mar2019 (Artículo I.2.131)



Municipio de Quito

			O.M. N° 308 /2012 O.M. N° 406 /2013 O.M. N° 164 /2005 * = Reformada - = Derogada		
2	2. La promoción turística del cantón, en coordinación con las normas y estrategias nacionales que existieren al respecto.	22%	Promoción turística del Distrito Metropolitano de Quito en mercados locales, nacionales e internacionales a través de acciones enfocadas en: industria turística, prensa y consumidor final.	2010 - actualidad	www.quito-turismo.gob.ec
3	3. La concesión y renovación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, de los establecimientos turísticos localizados en su jurisdicción cantonal.	5%	A través de la ordenanza vigente 308 la LUAF es parte integrante de la LUAE para lo cual Quito Turismo actúa como ente técnico de verificación y la LUAE es emitida por las administraciones zonales municipales. OM 276, 236, 308	2002 - actualidad	http://172.16.1.40:8089/Inspecciones/AdministracionLUAE.aspx
4	4. Conferir las Licencias para operadores de turismo a toda persona natural o jurídica que realice servicios turísticos, sujetándose para efecto de la Ley Especial de desarrollo Turístico, su Reglamento, las normas vigentes y el mecanismo expedido por el Ministerio de Turismo.	5%	Las agencias de viajes y turismo (intermediación) que va a iniciar actividades en el DMQ realiza una solicitud de licenciamiento en la administración zonal correspondiente y a través de la plataforma informática municipal el trámite es direccionado al componente turístico para el procedimiento respectivo. OM 276, 236, 308	2002 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
5	5. Regular el horario de funcionamiento de los establecimientos turísticos en el área de su jurisdicción.	2%	Mediante la OM 201 se estableció ciertos parámetros para la definición de horarios sin embargo el Ministerio del Interior ha argumentado tener esa competencia y han emitido los acuerdos ministeriales 1470, 1502 y 5910 e inclusive han establecido horarios a través del reglamento de intendentes que entró en vigencia a partir del acuerdo ministerial 5910.	2002 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
6	6. El control y vigilancia de la calidad de las actividades y establecimientos turísticos del cantón, que han obtenido las licencias de funcionamiento, sin que esto suponga categorización o re categorización, acción que es exclusiva y privativa del Ministerio de Turismo.	3%	Las potestades de control de todas las actividades económicas en el DMQ fueron delegadas a la Agencia Metropolitana de Control (AMC) mediante la OM 321. El registro de establecimientos turísticos su categorización y re categorización fue transferido por el MINTUR al DMQ mediante el Convenio de Descentralización de competencias concernientes al otorgamiento del registro de turismo.	2002 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
7	7. Dictar sanciones, en coordinación con el Ministerio de Turismo, a aquellos servicios o establecimientos turísticos que incumplieren las disposiciones de la Ley Especial de desarrollo Turístico y normas nacionales y locales vigentes.	1%	Las potestades de control de todas las actividades económicas en el DMQ fueron delegadas a la Agencia Metropolitana de Control mediante la OM 321 y las diferentes infracciones y sanciones se han establecido en función de la normativa turística nacional y las ordenanzas correspondientes	2002 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
8	8. La actualización y uso adecuado de los catastros e inventarios turísticos, que se entregan durante el proceso de capacitación y entrenamiento relacionado con estas herramientas técnicas.	5%	El registro de establecimientos turísticos su categorización y re categorización fue transferido por el MINTUR al DMQ mediante convenio del 2008 por lo que el Municipio de Quito a través de QT mantiene actualizado el catastro turístico del DMQ	2002 - actualidad	http://172.16.1.40:8089/Inspecciones/AdministracionLUAE.aspx
9	9. La protección y supervisión del patrimonio, cultural,	12%	Desarrollar una oferta innovadora que ponga en valor el patrimonio turístico y	2002 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/121-



	ambiental y turístico del cantón.		natural del DMQ y brinde una experiencia satisfactoria al turista		lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
10	10. Crear o fijar, conforme a las disposiciones de la Ley de Régimen Municipal, tasas o tributos de carácter local tendientes a fortalecer la actividad turística, en base a la realización del análisis técnico y la concertación con los actores vinculados a la actividad turística.	15%	Mediante OM 276 se establecieron las tasas de turismo y de facilidades y servicios turísticos para los establecimientos registrados en Quito Turismo.	2009 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
		100%			
B. Convenio de Descentralización de competencias concernientes al otorgamiento del registro de turismo desde el Gobierno central de la República de Ecuador al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; del 09 de abril 2008.					
11	Adecuar su estructura institucional y funcional para cumplir eficientemente la nueva competencia de otorgamiento del Registro de los establecimientos turísticos localizados en el área cantonal, mediante la expedición de ordenanza que permiten ejercer esta competencia de forma eficiente.	30%	La estructura institucional y funcional de la empresa permite tener los recursos físicos y humanos para ejercer sus competencias eficientemente mediante OM No. 309 ³ y Orgánico funcional.	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
12	Tal ordenanza deberá acatar estrictamente lo estipulado en este Convenio y lo dispuesto en las leyes, reglamentos, normas técnicas de turismo vigentes, para el buen cumplimiento de las competencias transferidas.	15%	Descrito en la ordenanza Metropolitana de creación de la EPMGDT: O.M. No. 309 ⁴	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
13	Designar uno o más responsables del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para que conjuntamente con el personal de la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos del Ministerio de Turismo ejecuten este convenio de acuerdo con la cláusula sexta.	5%	El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de la ordenanza 309 ⁵ crea la EPMGDT definiendo sus atribuciones y competencias	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
14	Observar y cumplir las disposiciones de la Ley de Turismo, su Reglamento, y los acuerdos y resoluciones emitidas por el Ministerio de Turismo.	5%	Se establece las concordancias con las OM 309 ⁶ , 276, 308, 301, 406, 164 y 236 que en su conjunto permite cumplir con la normativa de turismo.	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasporencia-oct2015
15	Impulsar procesos de participación ciudadana, tanto para el desarrollo de la competencia transferida como para la rendición de cuentas en el marco de la Ley.	15%	Constantemente se realizan talleres de trabajo con representantes de la industria. La rendición de cuentas se realiza cada año y es abierta al público. LOTAIP; Transparencia.	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/component/phocadownload/category/70-informe-de-gestion
16	La dependencia que el ilustre Municipio determine para que haga la transferencia	5%	Se mantiene fluidez permanente de manera mensual de información relacionada con el catastro turístico.	2008 - actualidad	http://172.16.1.40:8089/Inspecciones/AdministracionLUAE.aspx

³ Derogada y cambiada por ordenanza No. 001-2019 Código Municipal para el DMQ, 29mar2019 (Artículo I.2.131)

⁴ Derogada y cambiada por ordenanza No. 001-2019 Código Municipal para el DMQ, 29mar2019 (Artículo I.2.131)

⁵ idem

⁶ idem



Municipio de Quito

	mantendrá un flujo de información permanentemente con la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos del Ministerio de Turismo respecto de la prestación de los servicios descentralizados.		Además de la realización anual de la rendición de cuentas de QT, donde el MINTUR siempre es invitado.		
17	Reconocer al Ministerio de Turismo como Autoridad Nacional en la materia y rector del sector turístico.	5%	Ley de Turismo (concretamente el artículo 15) determina que el Ministerio del ramo es el organismo rector.	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasparencia-oct2015
18	Aplicar toda la legislación vigente para el sector turístico como la ley, reglamentos generales especiales, normas técnicas y de calidad.	5%	Todos los procesos administrativos tienen como base legal la legislación vigente y pertinente a la materia, cumpliendo a cabalidad lo establecido en la ley y su jerarquía.	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015
19	Enviar al Ministerio de Finanzas toda la información presupuestaria financiera y contable, en la forma y plazos establecidos en la Ley Orgánica de Responsabilidad Estabilización y Transparencia Fiscal, que deberá contener la información correspondiente transferidas.	5%	La información es ingresada mensualmente al sistema ESIGEF del Ministerio de Finanzas desde el 2010	2010 - actualidad	https://esigef.finanzas.gob.ec/eSIGEF/login/frmLoginESIGEF.aspx
20	Poner en conocimiento del Ministerio de Turismo a través de la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, los planes de acción, programas y proyectos a ser ejecutados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a fin de mantener un adecuado nivel de coordinación institucional, para guardar concordancia con las políticas y directrices definidas por el Gobierno Nacional.	5%	Se mantienen reuniones permanentes entre el MINTUR y Quito Turismo en el que se exponen y coordinan acciones y proyectos a ejecutarse.	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasparencia-oct2015
21	Coordinar con los ministerios del Ambiente y de Turismo y demás instituciones competentes el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas.	5%	Con el ministerio de turismo se coordina frecuentemente y se ha venido trabajando en la señalización turística de parroquias rurales del DMQ. Con el Ministerio de Ambiente se ha coordinado la promoción de las dos áreas protegidas que se encuentran en el DMQ Pululahua y Cayambe Coca, además de la realización de ferias y capacitaciones para el desarrollo de la actividad turística	2008 - actualidad	http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/transparencia/transparencia-2015/121-lotaip/transparencia-2015/684-trasparencia-oct2015
		100%			

En atribución a sus competencias, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - EPMGDT - Quito Turismo, cuenta y ha aplicado los lineamientos del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2016 – 2021 el cual fue ratificado y aprobado en sesión ordinaria del 26 de diciembre de 2017, con el fin de dinamizar el turismo de la ciudad aprovechando las bondades



y recursos que esta posee; buscando 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, el apoyo a la cultura y su vinculación con el turismo.

“El Plan Estratégico” tiene un alcance geográfico local – cantonal (Distrito Metropolitano de Quito); cuenta con un enfoque práctico, estratégico, programático y operativo que está encabezado por el equipo directivo y técnico de cada área que conforma la empresa, el cual lo trabaja articuladamente con la planificación local (PMDOT - Quito), articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y demás lineamientos estratégicos vigentes.

Considerando las necesidades de desarrollo, promoción y gestión del destino turístico y la inclusión socioeconómica de actores involucrados es preciso actualizar el Plan Estratégico, para desde Quito Turismo, apoyar al desarrollo turístico sostenible de la ciudad y sus habitantes, utilizándolo como un instrumento guía para la gestión empresarial.

3. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

La metodología del trabajo utilizada para la Actualización del Plan Estratégico al 2023 de la Empresa, se basó en dos momentos de trabajo:

Momento 1: Revisión integral del Plan Estratégico 2016-2021 de Quito Turismo, el cual formaba parte integral del “Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021” conocido como Plan Ciudad, el mismo que contenía actividades de varias instituciones relacionadas al sector turístico, las cuales por no ser de competencia de Quito Turismo no fueron consideradas.

En lo relacionado al direccionamiento estratégico de la Empresa, se mantiene tanto su misión, visión y objetivos estratégicos ya que permiten cumplir con las competencias y atribuciones de la Empresa, además que sostienen la ampliación de la planificación estratégica al 2023.

Momento 2: En el caso de la definición de las metas del Plan Estratégico Actualizado, se mantuvieron reuniones de trabajo, en la que participaron todas las unidades que conforman Quito Turismo, las que fueron responsables de revisar, verificar y validar los metas que se encontraban pendientes y que por motivos de pandemia no se pudieron concretar; por lo que fueron actualizados y ampliados



dependiendo de su necesidad con el fin de conseguir su ejecución para el período 2022-2023; además, se programaron actividades nuevas que pretenden apoyar la reactivación integral del sector turístico.

4. LA EMPRESA

4.1. Alineación Estratégica

Alinear los instrumentos de planificación, permite identificar la contribución de la Planificación estratégica al logro del Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (el cual contienen el plan de gobierno de la administración actual), este proceso permite alinear el sistema de monitoreo y seguimiento de la Empresa QT.

Gráfico No. 1. Alineación de instrumentos de planificación



Fuente: Empresa Pública Quito Turismo. 2022

4.1.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030 De Las Naciones Unidas

Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico

Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades deberán crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando la economía sin dañar el medio ambiente. También tendrá que haber oportunidades laborales para toda la población en edad de trabajar, con condiciones de trabajo decentes.

Metas

- Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos un 7% anual en los países menos adelantados
- Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

Objetivo 9. Industria Innovación e infraestructura

Las inversiones en infraestructura (transporte, riego, energía y tecnología de la información y las comunicaciones) son fundamentales para lograr el desarrollo sostenible y empoderar a las comunidades en numerosos países. Desde hace tiempo se reconoce que, para conseguir un incremento de la productividad y de los ingresos y mejoras en los resultados sanitarios y educativos, se necesitan inversiones en infraestructura.

El ritmo de crecimiento y urbanización también está generando la necesidad de contar con nuevas inversiones en infraestructuras sostenibles que permitirán a las ciudades ser más resistentes al cambio climático e impulsar el crecimiento económico y la estabilidad social.

Metas

- Promover una industrialización inclusiva y sostenible y, a más tardar en 2030, aumentar de manera significativa la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto, de acuerdo con las circunstancias nacionales, y duplicar esa contribución en los países menos adelantados
- Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo, entre otras cosas fomentando la innovación y aumentando sustancialmente el número de personas que trabajan en el campo de la investigación y el desarrollo por cada millón de personas, así como aumentando los gastos en investigación y desarrollo de los sectores público y privado para 2030
- Aumentar de forma significativa el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por facilitar el acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados a más tardar en 2020.



Objetivo 11. Ciudades y comunidades sostenibles

Las ciudades son hervideros de ideas, comercio, cultura, ciencia, productividad, desarrollo social y mucho más. En el mejor de los casos, las ciudades han permitido a las personas progresar social y económicamente.

Los problemas que enfrentan las ciudades se pueden vencer de manera que les permita seguir prosperando y creciendo, y al mismo tiempo aprovechar mejor los recursos y reducir la contaminación y la pobreza. El futuro que queremos incluye a ciudades de oportunidades, con acceso a servicios básicos, energía, vivienda, transporte y más facilidades para todos.

Metas

- Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo
- Para 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad
- Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales mediante el fortalecimiento de la planificación del desarrollo nacional y regional

Objetivo 12. Producción y consumo responsables

El consumo y la producción sostenibles consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la eficiencia energética, infraestructuras sostenibles y facilitar el acceso a los servicios básicos, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos. Su aplicación ayuda a lograr los planes generales de desarrollo, reducir los futuros costos económicos, ambientales y sociales, aumentar la competitividad económica y reducir la pobreza.

El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida. En ese proceso participan distintos interesados, entre ellos empresas, consumidores, encargados de la formulación de políticas, investigadores, científicos, minoristas, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo.

Metas

- Para 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales
- Para 2030, disminuir de manera sustancial la generación de desechos mediante políticas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización



- Promover prácticas de contratación pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales
- Para 2030, velar por que las personas de todo el mundo tengan información y conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza
- Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

4.1.2. Plan Nacional De Desarrollo 2021 – 2025 - “Plan De Creación De Oportunidades”

Objetivo. 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.

Política 2.3

- Fomentar el turismo doméstico receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional.
- Lineamiento territorial: Fomentar emprendimientos e iniciativas turísticas que permitan el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.

Meta

- 2.3.1. Aumentar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD. 704,67 millones a USD. 2.434,60 millones.
- 2.3.2. Incrementar las llegadas de extranjeros no residentes al país de 468.894 en 2020 a 2.000.000 en 2025.
- 2.3.3. Aumentar el empleo en las principales actividades turísticas de 460.498 a 495.820.

4.1.3. Ministerio de Turismo del Ecuador

Objetivos Estratégicos

1. Incrementar la oferta de servicios turísticos de calidad a nivel nacional.
2. Incrementar la participación del turismo en la economía nacional.
3. Incrementar la eficiencia operacional del Ministerio de Turismo.



4.1.4. Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito.

Eje Estratégico: Económico

Objetivo Estratégico 5. Por un Quito próspero: Impulsar la Productividad y Competitividad para un crecimiento económico, inclusivo y con responsabilidad social.

Políticas específicas del OE5:

- Fortalecimiento de cadenas productivas, desarrollo de clúster empresariales, impulso de cadenas de valor para la exportación, estrategias de negocios en turismo.
- Fortalecer el desarrollo de oferta turística sostenible y posicionamiento del DMQ a nivel local, nacional e internacional como un destino turístico, de reuniones y de eventos; enfocado en la reducción de desigualdades, la generación de empleo y crecimiento económico, el empoderamiento económico de las mujeres y niñas; y la producción y consumo responsable.
- 9. El impulso y la regulación, promoción, control y desarrollo de la actividad turística, con enfoque prioritario en el turismo comunitario y las parroquias rurales.
- 10. Preservar y resaltar el patrimonio geológico, natural, histórico, turístico y cultural del Distrito Metropolitano de Quito, e involucrar a las comunidades del DMQ, con el fin de promover el turismo responsable, la educación, la investigación, y el desarrollo económico sostenible.

Estrategias operativas del OE5.

- 8. Aprovechar los avances tecnológicos y la innovación en los procesos agroproductivos, la organización productiva, la inversión en infraestructuras y el turismo sostenible para alcanzar el desarrollo sostenible.
- 9. Facilitar y gestionar el desarrollo y promoción del turismo y la industria de reuniones del DMQ, en alianza con el sistema turístico y otros sectores productivos, bajo los lineamientos del PMDOT, de calidad sostenibilidad e innovación.
- 10. Fortalecer el sistema de microrregiones sostenibles con vocación agrícola y turística para promover la soberanía alimentaria y el desarrollo local de las comunidades agrícolas rurales.
- 11. Aprovechar los avances tecnológicos que permitan la creación y promoción de rutas turísticas comunitarias y de agroturismo, que conecten puntos turísticos principales de valor natural y paisajístico; y que los articulen mediante centros de turismo comunitario ubicados en todas las cabeceras parroquiales del DMQ.



- 12. Crear y promover rutas turísticas comunitarias, que conecten puntos turísticos principales de valor natural y paisajístico, y que articulen al turismo comunitario mediante centros de turismo comunitario ubicados en todas las cabeceras parroquiales del DMQ.
- 14. Impulsar la declaratoria del Distrito Metropolitano de Quito como Geoparque Mundial de la UNESCO, y gestionarlo como estrategia de educación y cultura para incentivar el conocimiento y empoderamiento del territorio considerado como patrimonio tangible e intangible único en el mundo; y como estrategia de desarrollo productivo en el marco de la sustentabilidad que contribuya directamente a las comunidades del DMQ.
- 15. Implementar o fortalecer proyectos de: Desarrollo económico local; Fortalecimiento de la competitividad; Productividad sostenible; y Turismo sostenible.

Líneas de acción del OE5.

Generar y promover espacios de intercambio urbano - rural con visión de desarrollo sostenible hacia la cultura, el comercio justo, desarrollo turístico y otros, con énfasis en sus vocaciones productivas y armonía ambiental de los ecosistemas.

Meta

- Habilitar el 100% de las rutas turísticas culturales (8 rutas).

4.1.5. Plan de Gobierno del Alcalde

Objetivo del Plan de Gobierno: Crear las condiciones a través de la implementación de políticas intersectoriales para hacer de Quito, un distrito más equitativo, solidario, seguro, inteligente, democrático, ambientalmente sostenible, generador de empleo, promotor de emprendimientos, turismo y cultura, potenciando el conocimiento, capacidades y destrezas de la comunidad.

Eje: Económico

Estrategias:

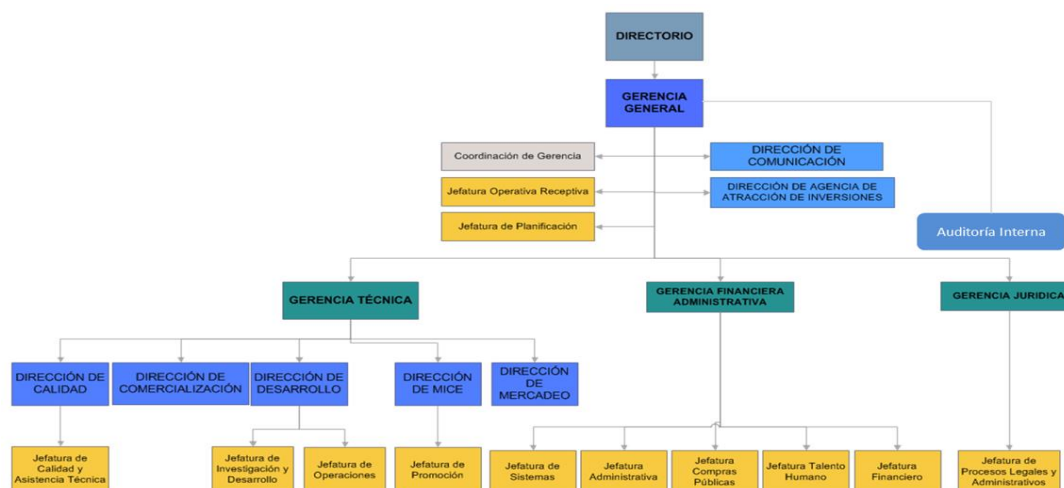
- 1.8: Potenciar el atractivo del DMQ, como un destino turístico patrimonial, de tradiciones, y cultura, desde una visión vivencial e histórica, que convoque a los turistas nacionales y extranjeros a visitar la capital del Ecuador, habilitando rutas turísticas seguras y sostenibles.
- 1.9: Recuperar el Centro Histórico de Quito y el Barrio La Mariscal, como íconos de la reactivación económica, cultural y turística de la ciudad.
- 1.14: Incentivar la producción de filmaciones nacionales e internacionales al DMQ, simplificando los trámites, facilitando la obtención de permisos, la coordinación logística, la seguridad, y los enlaces con actores locales, a través de la operación de la Comisión Fílmica de la ciudad.



4.2. Institucionalidad - Estructura Orgánica

A continuación, se presenta la estructura orgánica funcional de la empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico aprobado por directorio en el año 2016, misma que se encuentra vigente:

Gráfico No. 2. Estructura Orgánica de Quito Turismo



Fuente: Plan Estratégico Quito Turismo

Estructura por procesos de Quito Turismo

Estructura por Procesos	
Procesos Gobernantes	Directorio
	Gerencia General
	Gerencia Técnica
	Gerencia Jurídica
	Gerencia Financiera - Administrativa
Procesos Agregadores de Valor	Comercialización
	Mercadeo
	Desarrollo
	Calidad
	Agencia de Inversiones
	MICE
Procesos Apoyo	Planificación
	Comunicación
	Financiero - Administrativo

Fuente: Orgánico Funcional EMGDT

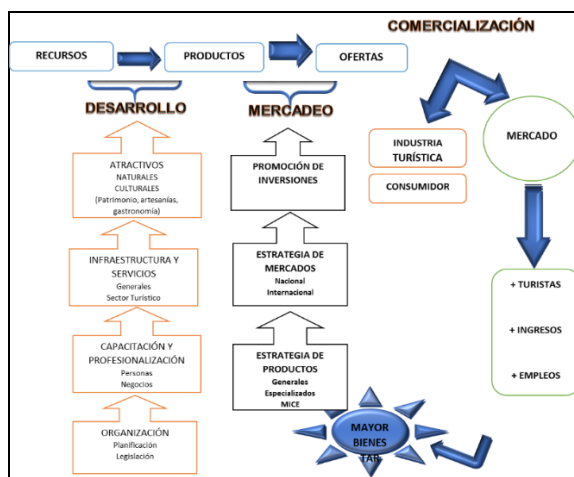
4.3. Cadena De Valor

Para su elaboración se han considerado las macro actividades estratégicas más relevantes que realiza la de la Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo, las cuales se desprenden del análisis realizado a los productos generados, sin que esto represente necesariamente



que son unidades administrativas, sino que identifica el aporte de valor que estas macro actividades permiten al cumplimiento de la misión institucional.

Gráfico No. 3. Cadena de Valor

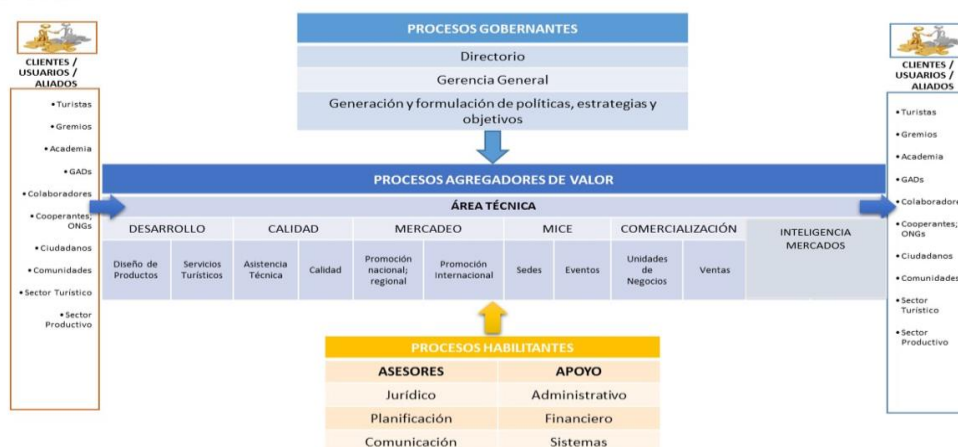


Fuente: Plan Estratégico Quito Turismo

4.4. Mapa De Procesos

El Mapa de Procesos de Quito Turismo presenta un diagrama de valor, de los procesos que gestionan la Empresa, mismos que se encuentran relacionados a su propósito y misión; además, el mapa de procesos representado gráficamente a continuación se mantendrá vigente.

Gráfico No. 4. Mapa de Procesos



Fuente: Plan Estratégico Quito Turismo

4.5. Modelo de Gestión

En lo relacionado al modelo de gestión, este se mantiene como se lo ha venido ejecutando en los últimos años, con el fin de dar continuidad a temas estratégicos, de cooperación y de trabajo en conjunto con todos los involucrados en el desarrollo turístico del DMQ.



Gráfico No. 5. Modelo de Gestión

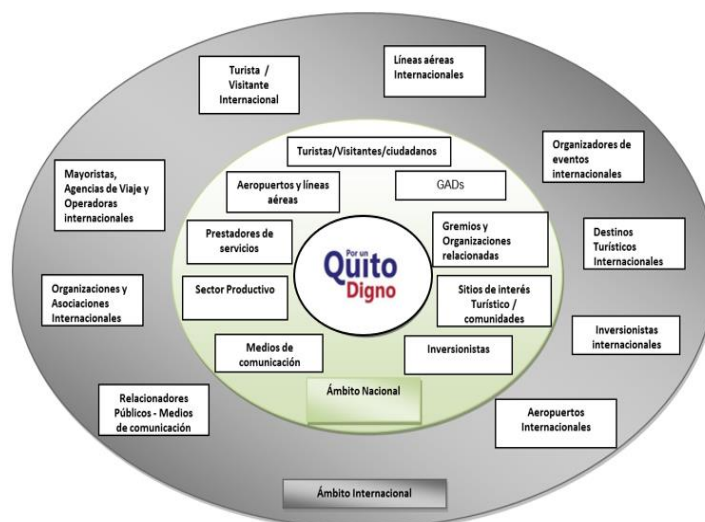


Fuente: Plan Estratégico Quito Turismo

4.6. Grupos de Interés de Quito Turismo (STAKEHOLDERS):

Se han identificado los grupos de interés o stakeholders con los que tiene interacción Quito Turismo, mismos que se seguirán fortaleciendo, concordando con lo realizado en los años anteriores.

Gráfico No. 6. Grupos de interés



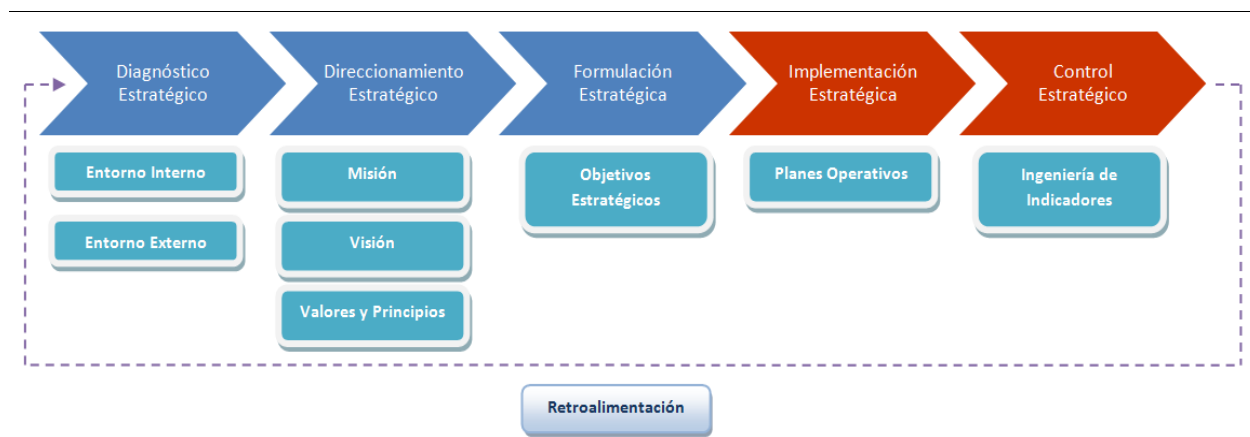
Fuente: Plan Estratégico Quito Turismo

4.7. Proceso de Planificación

La Planificación Estratégica de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, se desarrolla en base al siguiente Sistema:



Gráfico No. 7. Sistema de Planificación Estratégica



Fuente: Plan Estratégico Quito Turismo

5. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Análisis FODA 2021.- Conforme las mejores prácticas y a fin de conocer y evaluar el desempeño de la Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo, se analizó un análisis al entorno empresarial tanto interno como externo, definiendo sus Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades.

En el desarrollo de esta herramienta de diagnóstico, se efectuó un análisis integral, revisando a profundidad aspectos relacionados con la cultura organizacional, áreas agregadoras de valor, así como de administración de la información y temas esenciales de la gestión organizacional, estableciendo los siguientes resultados:

Matriz FODA.- Se desarrolló la Matriz FODA, con el fin de mostrar la relación del entorno interno y externo de la Empresa:

Matriz FODA

Determinación de Estrategias a partir del Análisis FODA			
FACTORES INTERNOS		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	F01	Organización de Gestión de Destino - QTOO referente a nivel nacional	D01 La imagen organizacional se adhiera a la del Municipio, que es independiente.
	F02	Cuenta con metodologías y herramientas de identificación y desarrollo de productos turísticos	D02 Debil alineación del plan y las políticas de comunicación a las estrategias.
	F03	Apertura al cambio y a la innovación	D03 Se planifica, pero no en base a la obtención de resultados con visión de sostenibilidad
	F04	Se cuenta con un Plan Estratégico con visión al 2021	D04 No todo el talento humano se siente identificado con la organización
	F05	Construcción y desarrollo de un ecosistema digital que cuenta con herramientas comunicacionales para presentar información turística al visitante, articuladas a las nuevas tendencias globales.	D05 Alta rotación del equipo técnico en los niveles jerárquicos y algunos operativos
	F06	Existen mecanismos de comunicación con los gremios y asociaciones del sector turístico.	D06 Nivel operativo con escasa experiencia y/o conocimientos en gestión de destino y temas estratégicos
	F07	Seguimiento y evaluación constante de la planificación operativa	D07 No hay equipos de trabajo de alto rendimiento para la formulación de proyectos y levantamiento de fondos reembolsables.
	F08	Cuenta con instrumentos y mecanismos de planificación a largo plazo	D08 Moderada dependencia financiera del Municipio y falta de mejora en la autogestión
	F09	Equipo comprometido con los objetivos de la empresa	D09 Retorno de inversión en temas transversales con limitada medida
	F10	Buena imagen institucional con actores locales en la ruralidad	D10 Ineficiente estrategia de Comunicación promocional e institucional interna y externa
	F11	Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del DMQ desde el 2006 a la fecha	D11 Unidades de negocios no genera rentabilidad
			D12 Existe un Plan Estratégico de ciudad que caduca en 2021
			D13 Seguimiento de negocios - MICE- limitado desde Quito Turismo
			D14 Limitados recursos tecnológicos, operativos y de apoyo a la gestión
			D15 Trabajo en territorio limitado a un área técnica específica
			D16
			D17
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O01	Nuevas modalidades de gestión organizacional turística a nivel mundial post Covid	Actualizar el Plan Estratégico de turismo sostenible del DMQ al 2023, con visión post pandemia (nuevas realidades)	Establecer alianzas estratégicas con el sector privado.
O02	Disponibilidad de innovaciones tecnológicas.	Diseñar un modelo de gestión de los sistemas tecnológicos y ecosistema digital de Quito Turismo (Información turística)	Estrategias para el manejo y la reducción de los costos operativos en las unidades de negocio
O03	Servicio de policía turística nacional (atención y puntos de información ya existentes en la ciudad.	Fortalecer los mecanismos de coordinación con actores turísticos locales y nacionales (directos e indirectos)	Mejorar el uso eficiente de los recursos
O04	Seguimiento de turismo rural (naturalista) en auge post pandemia	Identificar proyectos turísticos sostenibles para Quito Turismo y para la ciudad	Avanzar y mejorar procesos a través de un sistema de gestión de calidad ISO 9001 y 14000
O05	Nuevos modelos de gestión de Unidades de Negocio (planes de negocios a ser optimizados).	Contar con un portafolio de proyectos de inversión turística y de apoyo a la subgéntion financiera empresarial	Automatizar procesos de servicios a través al cliente, así como los procesos de monitoreo, seguimiento y evaluación de
O06	Posible declaración de Quesuqueña al DMQ (con ello se tendrían 1 declaraciones de la UNESCO para la ciudad)	Fortalecer mecanismos de comunicación directa de las actividades de la empresa	Adoptar un sistema integral de gestión informática administrativa, financiera que involucre temas comerciales de la
O07	Subsistema de Áreas Protegidas Metropolitanas para el desarrollo turístico con nuevas tendencias	Identificar proyectos de gran escala para el desarrollo turístico sostenible de la ciudad que sean diferenciadores a nivel nacional y regional	
O08	Diversificación de la oferta turística del DMQ (zonas rurales, barrios y festividades locales)	Contar con un observatorio turístico en coordinación con actores turísticos (academia, empresa privada, gremios,	
O09	Nuevos mercados para posicionar la ciudad como Destino Turístico.		
O10	Oportunidades de posible acceso a recursos no reembolsables a nivel mundial		
AMENAZAS		ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A01	Pandemias, inestabilidad política y recesión económica que afecten al turismo directamente.	Fortalecer herramientas metodológicas de evaluación y de desarrollo turístico a nivel urbano y rural	Implementar productos turísticos innovadores y sostenibles.
A02	Existe pocos mecanismos de fomento y empoderamiento de la ciudadanía en temas de ciudad	Desarrollar la estrategia digital para comercializar el destino y sus productos.	Potenciar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino.
A03	Normativas de competencias públicas actual que limita la innovación y la gestión del destino	Promover al DMQ en el fomento especializado MICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos)	Optimización de perfiles de mercado
A04	Asesores de estrategias de diálogo público-privado de manera estructurada y permanente	Acronies de Relaciones Públicas a Nivel Internacional	Soporte técnico a iniciativas y emprendimientos turísticos que operen en territorio desde una visión holística de empresa.
A05	Poca conectividad a nivel internacional		Mejorar el nivel de recaudación en tasas de acuerdo a ordenanzas aplicables a competencias de la empresa
A06	Altos costos de servicios e infraestructura (Aeropuerto)		
A07	Gestión competitiva de otros destinos nacionales y regionales		
A08	Entrega de recursos económicos limitados para desarrollo turístico desde gobiernos		
A09	Estrategias que limiten sobre el desarrollo turístico de la ciudad por parte de los mandantes de decisión.		

Fuente: Jefatura de Planificación

Matriz FODA

Factores internos

Fortalezas

FO1	Organización de Gestión de Destino - OGD referente a nivel nacional
FO2	Cuenta con metodologías y herramientas de identificación y de desarrollo de productos turísticos
FO3	Apertura al cambio y a la innovación
FO4	Se cuenta con un Plan estratégico con visión al 2021
FO5	Construcción y desarrollo de un ecosistema digital que cuenta con herramientas comunicacionales para transmitir información turística al visitante, articuladas a las nuevas tendencias globales.
FO6	Existen mecanismos de comunicación con los gremios y asociaciones del sector turístico.
FO7	Seguimiento y evaluación constante de la planificación operativa
FO8	Cuenta con instrumentos y mecanismos de planificación a largo plazo
FO9	Equipo comprometido con los objetivos de la empresa
FO10	Buena Imagen institucional con actores locales en la ruralidad
FO11	Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del DMQ desde el 2006 a la fecha

Debilidades

DE1	La imagen organizacional se adhiere a la del Municipio; no es independiente.
DE2	Débil alineación del plan y las políticas de comunicación a las estrategias.
DE3	Se planifica, pero no en base a la obtención de resultados con visión de sostenibilidad
DE4	No todo el talento humano se siente identificado con la organización



DE5	Alta rotación del equipo técnico en los niveles jerárquicos y algunos operativos
DE6	Nivel operativo con escasa experiencia y/o conocimientos en gestión de destino y temas estratégicos
DE7	No hay equipos de trabajo de alto rendimiento para la formulación de proyectos y levantamiento de fondos no reembolsables.
DE8	Moderada dependencia financiera del Municipio y falta de mejora en la autogestión
DE9	Retorno de inversión en temas promocionales con limitada medición.
DE10	Inexistente estrategia de Comunicación promocional e institucional interna y externa
DE11	Unidades de negocios no genera rentabilidad
DE12	Existe un Plan Estratégico de ciudad que caduca en 2021
DE13	Segmento de negocios - MICE - limitado desde Quito Turismo
DE14	Limitados recursos tecnológicos, operativos y de apoyo a la gestión
DE15	Trabajo en territorio limitado a un área técnica específica

Factores externos

Oportunidades

OP1	Nuevas modalidades de gestión organizacional turística a nivel mundial post Covid
OP2	Disponibilidad de innovaciones tecnológicas.
OP3	Servicio de policía turística nacional fortalecida y puntos de información ya existentes en la ciudad.
OP4	Segmento de turismo rural (naturaleza) en auge post pandemia
OP5	Nuevos modelos de gestión de Unidades de Negocio (planes de negocios a ser optimizados)
OP6	Posible declaración de Geoparque al DMQ (con ello se tendrían 3 declaraciones de la UNESCO para la ciudad)
OP7	Subsistema de Áreas Protegidas Metropolitanas para el desarrollo turístico con nuevas tendencias
OP8	Diversificación de la oferta turística del DMQ (zonas rurales, barrios y festividades locales)
OP9	Nuevos mercados para posicionar la ciudad como Destino Turístico.
OP10	Oportunidades de posibles accesos a recursos no reembolsables a nivel mundial

Amenazas

AM1	Pandemias, inestabilidad política y recesión económica que afecten al turismo directamente.
AM2	Existen pocos mecanismos de fomento y empoderamiento de la ciudadanía en temas de ciudad.
AM3	Normativa de contratación pública actual que limita la innovación y la gestión del destino
AM4	Ausencia de espacios de diálogo público-privado de manera estructurada y permanente
AM5	Poca conectividad a nivel internacional
AM6	Altos costo de servicios e infraestructura (Aeropuerto)
AM7	Gestión competitiva de otros destinos nacionales y regionales
AM8	Entrega de recursos económicos limitados para desarrollo turístico desde gobiernos
AM9	Escaso enfoque técnico sobre el desarrollo turístico de la ciudad por parte de tomadores de decisión.

Estrategias propuestas

ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
Actualizar el Plan estratégico de turismo sostenible del DMQ al 2033, con visión post pandemia (nuevas realidades)	Establecer alianzas estratégicas con el sector privado.



Diseñar un modelo de gestión de los sistemas tecnológicos y ecosistema digital de Quito Turismo (información turística, páginas web, intranet, CRM y estrategias de redes sociales)	Estrategias para el manejo y la reducción de los costos operativos en las unidades de negocio
Fortalecer los mecanismos de coordinación con actores turísticos locales y nacionales (directos e indirectos)	Mejorar el uso eficiente de los recursos
Identificar proyectos turísticos sostenibles para Quito Turismo y para la ciudad	Levantar y mejorar procesos a través de un sistema de gestión de calidad ISO 9001 y 14000
Contar con un portafolio de proyectos de inversión turística y de apoyo a la autogestión financiera empresarial	Automatizar procesos de servicio y atención al cliente, así como los procesos de monitoreo, seguimiento y evaluación de los reportes de gestión y rendición de cuentas.
Fortalecer mecanismos de comunicación efectiva de las actividades de la empresa	Adoptar un sistema integral de gestión informática administrativa, financiera que involucre temas comerciales de la empresa.
Identificar proyectos de gran escala para el desarrollo turístico sostenible de la ciudad que sean diferenciadores a nivel nacional y regional	
Contar con un observatorio turístico en coordinación con actores turísticos (academia, empresa privada, gremios, gobiernos)	
ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
Fortalecer herramientas metodológicas de evaluación y de desarrollo turístico a nivel urbano y rural	Implementar productos turísticos innovadores y sostenibles.
Desarrollar la estrategia digital para comercializar el destino y sus productos.	Potenciar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino.
Promocionar al DMQ en el segmento especializado RICE (reuniones, Incentivos, congresos y eventos)	Redefinición de perfiles de mercado
Acciones de Relaciones Públicas a Nivel Internacional	Soporte técnico a iniciativas y emprendimientos turísticos privados en territorio desde una visión holística de empresa.
	Mejorar el nivel de recaudación en tasas de acuerdo a ordenanzas aplicables a competencias de la empresa

Es importante indicar que el turismo se ha ido posicionando como una actividad capaz de dinamizar la economía del país, debido principalmente a los efectos multiplicadores que produce en la renta de la nación (ventas locales).

El sector turístico se ha convertido en pocos años en uno de los sectores de actividad fundamental del desarrollo social y económico de muchos países y ha influido de forma determinante en los cambios económicos y socio - culturales que se están produciendo en la sociedad en general, a pesar de la emergencia sanitaria mundial por la que está atravesando el mundo, lo que ha llevado a reinventarse para poder adaptarse a esta nueva realidad.

Por otra parte, el turismo se ha ido desarrollando en diversas áreas geográficas, convirtiéndose en el motor importante de su desarrollo económico, debido a al efecto multiplicador que el gasto turístico produce, el cual se ve reflejado en los indicadores macroeconómicos; de hecho, se ha podido constatar que existen zonas que han optado por una especialización y desarrollo del turismo, generando un elevado nivel de renta por habitante, convirtiéndose en su actividad económica principal.

A la luz de las estrategias y acciones previstas para el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Quito 2021 y al Plan Emergente, se han ajustado componentes estratégicos de la Empresa Pública Quito Turismo, con miras al largo plazo, mismas que se presentan a continuación:

5.1.1. Misión de Quito Turismo (de acuerdo con las competencias de creación)

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.

5.1.2. Visión de Quito Turismo

Seguir siendo la organización pública oficial referente de turismo a nivel nacional y regional, orientada a la gestión de destino turístico en el desarrollo de productos innovadores y sostenibles, en la captación de visitantes no residentes y en el desarrollo competitivo y profesional de la industria turística, con un equipo humano técnico, profesional y comprometido en potenciar a Quito como un destino turístico de renombre, ofreciendo una colección de experiencias turísticas satisfactorias memorables para residentes y para visitantes.

5.1.3. Declaración de valores y principios fundamentales de Quito Turismo

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.:

Valores:

- 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

Principios:

- 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.

5.1.4. Objetivos Estratégicos Institucionales

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, a través de más visitantes, mayor estadía, más productos turísticos disponibles, y mayor nivel de calidad de la oferta



5.1.4.1. Objetivo Operativo

Incrementar 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.

5.1.4.2. Objetivos-competencias institucionales

Comercialización

- Generar ingresos para la autogestión de la Empresa a través de las Unidades de Negocio relacionadas con la actividad turística de la ciudad.
- Desarrollar en el marco de la legislación vigente, rubros de negocio relacionados directa o indirectamente con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en concordancia con otras empresas.
- Prestar servicios públicos a través de la infraestructura a su cargo, como partícipe o integrador en la actividad de ferias, eventos y convenciones.

Mercadeo

- Gestionar el posicionamiento y la promoción del Destino Quito a nivel nacional e internacional, a través de la creación de estrategias que fortalezcan el posicionamiento y la promoción del Distrito Metropolitano de Quito – DMQ como destino turístico, a través de la ejecución de acciones de promoción turística tradicionales y nuevas oportunidades que se vayan articulando a tendencias y cambios globales dirigidas a periodistas, industria turística y consumidor final que buscan principalmente impulsar la reactivación y recuperación de la actividad turística, en función de generar un incremento del turismo receptivo del Distrito Metropolitano de Quito a corto, mediano y largo plazo.
- Mayor acercamiento con la industria turística local, que incluyan la nueva oferta en la ciudad.
- Mantener estrategias de promoción constantes y sostenidas en el tiempo y en los mercados prioritarios.

MICE / RICE

- Promocionar a Quito como un destino sede para eventos nacionales e internacionales a través de estrategias de marketing, gestión y comercialización generadas a través de la realización de acciones de promoción MICE, dirigidas a periodistas especializados, industria turística, organizadores de eventos, asociaciones de profesionales y corporaciones que busquen dar un soporte al incremento del turismo receptivo y la ejecución de eventos en el Distrito Metropolitano de Quito a largo plazo.
- Fortalecer el área MICE dentro de Quito Turismo



- Promocionar al DMQ como sede de eventos internacionales
- Desarrollar la industria de reuniones en la ciudad de Quito.

Comunicación

- Difundir información eficaz, transparente y entendible sobre la gestión institucional de Quito Turismo, en beneficio del sector turístico y de los visitantes, mediante acciones comunicacionales específicas.
- Plantear y ejecutar estrategias junto con acciones comunicacionales que permitan difundir la gestión de la Empresa y posicionar a Quito como destino

Inteligencia de mercados

- Mantener un sistema de recopilación y análisis de información de indicadores turísticos para apoyar el desarrollo y fomento de la actividad turística en el DMQ.

Desarrollo

- Impulsar las oportunidades de desarrollo en barrios y centralidades urbanas o rurales con potencial turístico de Quito.
- Gestionar el desarrollo y diseñar productos/servicios del Distrito Metropolitano de Quito para garantizar la experiencia positiva del visitante al destino.
- 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.

Calidad

- 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.
- Aumentar y comunicar los beneficios integrales de la Calidad.



5.1.5. Planteamiento Metas

Metas 2022 - 2023

Objetivos Estratégicos	Indicadores	Estrategias Post Covid	Responsable	Metas 2022	Metas 2023
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	Número de páginas vistas (flujo de usuarios)	Incrementar las visitas en la página visitquito.ec, permitiendo al residente y visitante ampliar las opciones de explorar el primer patrimonio cultural del mundo, disfrutando de un abanico de experiencias turísticas mágicas, que se adaptan a la nueva normalidad resultantes de la pandemia.	MERCADEO	75.000	85.000
	Porcentaje de tasa de rebote de la página promocional del destino Quito	Generación de contenido y navegación amigable de la página, que permitan al usuario permanecer más tiempo en la página web promocional de la ciudad el turismo en el DMQ, disminuyendo el porcentaje de rebote.	MERCADEO	67%	67%
	Número de seguidores en redes sociales de @visitquito (facebook, Twitter, instagram, tiktok)	Incrementar los seguidores totales en redes sociales de Visit Quito, permitiendo de esta forma difundir la información turística del DMQ.	MERCADEO	79.259	81.259
	Número total redes Visit Quito	Incrementar el alcance total de redes sociales de Visit Quito, permitiendo de esta forma difundir la información turística del DMQ.	MERCADEO	15.490.702	15.490.710
	Número de engagement totalen Instagram VisitQuito	Incrementar el engagement total de las RRSS de Visit Quito, permitiendo conocer el nivel de compromiso que tienen los consumidores y usuarios con la Empresa.	MERCADEO	50,00%	60,00%
	Valor obtenido por Media Value internacional	Incrementar la media value internacional, para fortalecer la comunicación y presencia de la Empresa en los medios.	MERCADEO	4.855.066,35	5.340.572,99
	Registro especializado de empresas de reuniones e incentivos creado	Contar con la Base anual de datos de la industria MICE en custodia y uso de la UEN (MICE QT)	MICE	1	1
	Número de proveedores de servicios de organización de eventos que cuentan con registro turístico	Incrementar el número de proveedores de servicios de organización de eventos que cuentan con registro turístico, permitiendo el	MICE	10	10
	Número de empresas especializadas en reuniones e incentivos (DMC, OPC)	Incrementar las empresas especializadas en MICE que puedan cumplir con los circuitos especializados en viajes de incentivos.	MICE	2	3
	Número de seguidores en redes sociales de Quito Turismo (Facebook)	Incrementar seguidores mensuales en redes sociales de Quito Turismo - Facebook.	COMUNICACIÓN	142.977,00	147.777,00
	Número de seguidores en redes sociales de Quito Turismo (Twitter)	Incrementar seguidores mensuales en redes sociales de Quito Turismo Twitter.	COMUNICACIÓN	10.952,00	2.880,00
	Número de suscriptores a la newsletter de Quito Turismo	Incrementar el número de suscriptores a la newsletter de Quito Turismo	COMUNICACIÓN	11.770,00	2.000,00
	Valor del Media Value Internacional	Incrementar el Valor Noticioso Internacional generado de las publicaciones sobre Quito. (Monitoreo de Mercados norteamérica y regional)	COMUNICACIÓN	5.683.606,94	6.820.328,33
	Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) (%)	Apoyar en la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la tasa de ocupación hotelera	PLANIFICACION	25%	30%
	Tasa de Ocupación Hotelera - TOH 5 estrellas	Apoyar en la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la tasa de ocupación hotelera	PLANIFICACION	30%	35%
	Tasa de Ocupación Hotelera - TOH 4 estrellas	Apoyar en la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la tasa de ocupación hotelera	PLANIFICACION	23%	25%
	Tasa de Ocupación Hotelera - TOH 3 estrellas	Apoyar en la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la tasa de ocupación hotelera	PLANIFICACION	15%	18%
	Gasto promedio pax/total viaje (medido en USD)	Apoyar y manteneren la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar el gasto promedio del turista	PLANIFICACION	569	569
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	Estudio de los perfiles de turistas de mercados prioritarios del DMQ	Elaborar un estudio de los perfiles de turistas de mercados prioritarios del DMQ, que permita definir los nuevos perfiles de turistas generados por la pandemia.	MERCADEO	1,00	1,00
	Número de actualizaciones del Ecosistema digital de turismo del destino Quito para comunicación de marketing turístico exclusivamente (independiente del ecosistema institucional/corporativo) (actualización y mantenimiento)	Actualizar periódicamente el ecosistema digital Visit Quito, mostrando los destinos y atractivos turísticos del DMQ.	MERCADEO	4,00	4,00



Municipio de Quito

Objetivos Estratégicos	Indicadores	Estrategias Post Covid	Responsable	Metas 2022	Metas 2023
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	Valor del Media Value Nacional	Incrementar el valor generado por el Media Value Nacional, permitiendo que la Empresa sea más visible.	COMUNICACIÓN	25.818.789	30.982.546,30
	Existencia de un ecosistema digital institucional de Quito Turismo para comunicación corporativa exclusivamente (actualización y mantenimiento)	Actualizar y mantener el ecosistema digital corporativo: www.quito-turismo.gob.ec	COMUNICACIÓN	4,00	8,00
	Número de zonas implementadas con facilidades turísticas urbana y rural.	Implementar facilidades turísticas en zonas o centralidades de interés o potencial turístico del DMQ, creando una nueva alternativa de desarrollo económico en la zona de influencia.	DESARROLLO	3	3
	Número de gestiones intersectoriales y de la sociedad civil para el desarrollo turístico en el DMQ.	Realizar gestiones intersectoriales que permitan el desarrollo del destino turístico Quito.	DESARROLLO	60	60
	Número de intervenciones interinstitucionales en materia de seguridad turística implementados en el DMQ.	Incrementar las intervenciones interinstitucionales en materia de seguridad turística en el DMQ.	DESARROLLO	4	4
	Número de productos turísticos activos por centralidad	Mantener activos los 28 productos turísticos por centralidad e incrementar 2 productos adicionales.	DESARROLLO	2	1
	Nivel de satisfacción (NPS) de la experiencia turística (puntos de información QT)	Mantener en 98 % de nivel de satisfacción en los puntos de información turística	DESARROLLO	98%	98%
	Número de Evaluaciones Preliminares de Sitios para identificar potencialidades turísticas en el DMQ.	Realizar evaluaciones preliminares de sitios con potenciales turísticos del DMQ.	DESARROLLO	10	10
	Número de Asesorías técnicas para el desarrollo de productos turísticos	Asesorar técnicamente a interesados en el desarrollo de productos turísticos	DESARROLLO	12	12
	Número de Operadoras turísticas - TTOO capacitadas en los recorridos turísticos generados por Quito Turismo.	Capacitar a Operadoras turísticas - TTOO en los recorridos turísticos generados por Quito Turismo.	DESARROLLO	18	18
	Número de capacitaciones de autogestión y/o contratadas para el sector turístico del DMQ	Impartir charlas y eventos de capacitación a actores del sector turístico del Distrito Metropolitano de Quito.	CALIDAD	75	75
	Número de inspecciones de regulación a los establecimientos turísticos del DMQ, como parte del componente para la obtención de la LUAE	Inspeccionar el cumplimiento de la normativa técnica en establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.	CALIDAD	6.350	6.350
	Número de operativos de control y/o barridos de regulación a establecimientos turísticos	Participar en operativos de control y barridos de regulación a establecimientos turísticos	CALIDAD	20	25
	Sistema de Catastro de Establecimientos Turísticos actualizado de acuerdo a normativas vigentes	Actualizar el SICET (sistema de catastro de establecimientos turísticos), que almacena la información de los establecimientos que ingresan su trámite para obtener la LUAE y además cuentan con Registro Turísticos, el cual se actualiza de manera constante en base a los requerimientos de entidades relacionadas y en beneficio del usuario.	CALIDAD	1	1
	Número de establecimientos turísticos con Reconocimiento: Distintivo Q	Reconocer a nuevos establecimientos con el Distintivo Q, ya que se ha ampliado este otorgamiento a establecimientos de otras tipologías en el DMQ (Alojamiento, Alimentos y bebidas, Agencias de servicios turísticos, y Actividades de recreación diversión y esparcimiento)	CALIDAD	50	50
	Número de visitantes/año por centralidad Centro Histórico (+ 5% estimado de acuerdo a SIIT)	Apoyar y manteneren la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la visita	PLANIFICACION	234.500	268.000
	Número de visitantes/año por centralidad La Mariscal (+ 5% estimado de acuerdo a SIIT)	Apoyar y manteneren la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la visita	PLANIFICACION	31.500	36.000
	Número de visitantes/año por centralidad Noroccidente (área RURAL) (+ 5% estimado de acuerdo a SIIT)	Apoyar y manteneren la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la visita	PLANIFICACION	39.438	44.400



Objetivos Estratégicos	Indicadores	Estrategias Post Covid	Responsable	Metas 2022	Metas 2023
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	Número de actualizaciones de la Guía de Inversiones y Emprendimientos Turísticos de la Ciudad de Quito	Actualizar la Guía de Inversiones y Emprendimientos Turísticos de la Ciudad de Quito, en la que se incluyan los incentivos sectoriales que permitan atraer y reactivar la inversión en el DMQ.	COMERCIALIZACION	1	1
	Guía de Inversiones y Emprendimientos Turísticos de la Ciudad de Quito en Inglés.	Contar con la Guía de Inversiones y Emprendimientos Turísticos de la Ciudad de Quito en Inglés, en la que se incluyan los incentivos sectoriales que permitan atraer y reactivar la inversión en el DMQ.	COMERCIALIZACION	1	1
	Portafolio de proyectos de inversiones turísticas	Contar con un portafolio de proyectos de inversiones turísticas, que permita a través de la planificación el desarrollo programado del turismo en el DMQ.	COMERCIALIZACION	1	1
	Contrato de alianza estratégica del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito	Suscribir el contrato de alianza estratégica del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito	COMERCIALIZACION	1	
	Número de Contratos de consignación con artesano	Suscribir contratos de consignación con artesanos, que permitan apoyar al fomento y desarrollo de las economías de los artesanos golpeados por la pandemia.	COMERCIALIZACION	36	36
	Sistema de inteligencia implementado	Mantener un sistema de inteligencia actualizado con datos turísticos	PLANIFICACION	1	1
4. Hacer de Quito una de las ciudades más atractivas de Latinoamérica para la realización de visitas turísticas, reuniones y eventos	Coordinación y planificación del trabajo con el operador del nuevo CC Bicentenario para el próximo año (Centro de Convenciones Metropolitano de Quito - CCMQ) (1 evento en conjunto para el lanzamiento)	Realizar 1 evento de apertura y promoción del Centro de Convenciones Metropolitano, con el objetivo de promocionar a la ciudad como sede de eventos internacionales, el evento contará con compradores internacionales, rueda de negocios, exhibición comercial y prensa	MICE	1	-
5. Mejorar los niveles de conectividad integral de la ciudad para la captación de visitantes internacionales	Número de aerolíneas totales volando a UIO al finalizar el año (informativo)	Monitorear el número total de aerolíneas volando en Quito, con el fin de determinar el impacto causado por la pandemia del covid.	MICE	2	2
	Tráfico de pasajeros internacionales en UIO	Apoyar y mantener en la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la llegada de pasajeros al aeropuerto de Quito.	PLANIFICACION	1.200.000,00	1.500.000,00
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	Número de catálogos electrónicos con productos artesanales que se comercializan en la Tienda el Quinde.	Elaborar catálogos electrónicos con los productos artesanales que se comercializan en la Tienda el Quinde, permitiendo ampliar el mercado potencial de clientes, adaptándose a la nueva normalidad post pandemia.	COMERCIALIZACION	12	12
	Número de promociones realizadas a través de redes, plataformas digitales y acercamientos con potenciales clientes de los espacios administrados por Quito Turismo	Promocionar los espacios administrados por Quito Turismo a través de redes, plataformas digitales y realizar acercamientos con potenciales clientes, con el propósito de reactivar la economía del sector turístico afectada por el Covid.	COMERCIALIZACION	12	12
	Número de usuarios que visita Visit Quito	Incrementar el número de usuarios de la página Visit Quito, mediante información actualizada del turismo de su interés.	MERCADEO	104.154,00	105.154,00
	Número de visitas únicas de mercados prioritarios	Apoyar y mantener en la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la visita desde mercados prioritarios	PLANIFICACION	200.000	250.000
	Estancia promedio en alojamientos turísticos (medido en noches)	Apoyar y mantener en la promoción y difusión de los servicios turísticos de la ciudad para lograr mejorar la estancia promedio en establecimientos de alojamiento	PLANIFICACION	1,2	1,3

6. PERSPECTIVAS Y RETOS

Sistema de indicadores turísticos

Se pretende que Quito Turístico cuente con un sistema de indicadores turísticos de Ciudad, permita generar datos que sirvan a la Industria turística para la toma de decisiones. Además este producto permitirá apoyar a la consecución de los objetivos planteados tanto por la Ciudad como por la Institución, convirtiéndose en el instrumento cuantitativo que facilita el análisis y la evaluación de la información, brindando elementos para repensar el sector, definir estrategias e identificar nuevas inversiones. Es importante mencionar que la Empresa tiene la competencia otorgada mediante resolución No. 001-002-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias (Reg. Oficial No. 718 – Tercer Suplemento; 23marzo2016), del manejo y correcto funcionamiento del sistema turístico de la ciudad.



Un segundo producto que se fortalece a través de este producto es la reporteria que se emite luego de la recopilación y consolidación de datos levantados de la industria turística, este segundo producto se vincula con el Observatorio turístico del Distrito Metropolitano de Quito.

Para el caso de los datos se liberarán sus bases para efectos de investigación, este proceso se implementarán en función de una periodicidad que se definirá con la Secretaria de Planificación del DMQ.

Alianzas estratégicas

Quito Turismo se encuentra en la búsqueda de posibles alianzas estratégicas relacionadas a la comercialización de venues, por lo que se han tenido acercamientos con representantes de las fundaciones de los Teatros Sucre, Variedades y México.

Atracción de inversiones

La Empresa Quito Turismo ha realizado acercamientos con inversionistas internacionales con el fin de inyectar recursos al sector turístico de la ciudad permitiendo ampliar sus ofertas de servicios a visitantes y residentes, y de esta forma generar nuevas plazas de trabajo, aportando al desarrollo productivo y económico del país.

Promoción de la Ciudad

Quito Turismo trabaja arduamente por mantener e incrementar la promoción de la Ciudad de Quito como Destino Turístico y destino de eventos, por lo que continuará realizando viajes promocionales al destino familiarización, prensa e Influencers, para conseguir mayor interacción con los contenidos de Quito; además, se tiene previsto participar en ferias y eventos internacionales; y realizar acciones promocionales como Road Shows en Norte América y Europa, acciones BTL en Norte América y Europa; y, acciones de promoción del destino a nivel nacional, que permitirán apoyar a la reactivación económica de la Ciudad.

Mejoramiento de la Calidad

Mediante el control, capacitación, asesorías y charlas dirigidas a los actores del sector turístico, fortalecer la calidad de los servicios y productos que se ofertan en la Ciudad, logrando la captación de nuevos establecimientos que cuenten con el Distintivo Q.



Desarrollo de nuevos productos turísticos

Continuar con la implementación de facilidades turísticas en las ZET's (Zonas Especiales Turísticas) y la ruralidad, que permitan a través del desarrollo de nuevos productos crear espacios únicos que fortalezcan el comercio y dinamicen la economía del sector de influencia del producto.

Fortalecimiento de la Tienda el Quinde

Quito Turismo cuenta con la Tienda el Quinde, espacio que sirve de vitrina para ofertar productos de artesanía de varios emprendedores, se pretende fortalecer las ventas en línea de la Tienda, con la implementación de un catálogo en inglés, que permita llegar a un mayor mercado de clientes.

7. CONCLUSIÓN

El presente documento fue elaborado con el propósito de extender el Plan Estratégico 2016 – 2021 hasta el año 2023, en virtud a diversos factores que han sido determinantes para la Institución, como la emergencia sanitaria causada por la pandemia del COVID19, las restricciones de movilidad, la contracción económica, elementos que han afectado seriamente al sector turismo. Por tal razón, se han mantenido los lineamientos estratégicos y se han incorporado metas operativas que le permitirán a la Empresa cumplir con su misión, visión y objetivos planteados.

Finalmente la PEI-2023, permitirá consolidar estrategias y acciones para la proyectar la recuperación de la industria turística del Distrito Metropolitano de Quito.

8. ANEXOS

- Índice de competitividad
- Demanda Turística en el DMQ
- Estudio de Ocupación Hotelera – EOH
- Estudio de perfil – estancia – gasto
- Estancia y gasto medio del turista no residente
- Estudio de Feriados
- Catastro Turístico
- Estudio de Oferta Turística
- Promoción Turística
- Perfil turista no residente que visita la ciudad de Quito
- Perfil_residentes_EC_a_Quito
- Afectación pandemia



9. FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

Elaborado por:	Elaborado por:
Eduardo García Hinojosa COORDINADOR DE CALIDAD	Rubén Banda Díaz JEFE DE PLANIFICACIÓN
Revisado por:	Aprobado por:
Oscar López Moscoso GERENTE TÉCNICO	Cristina Rivadeneira Ricaurte GERENTE GENERAL



Índice de competitividad

El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo es una iniciativa del Foro Económico Mundial, que realiza de forma bi anual desde 2006 con el fin de medir los factores y políticas que hacen posible el desarrollo sostenible del sector turístico y que contribuyan directamente al desarrollo y competitividad de los países.

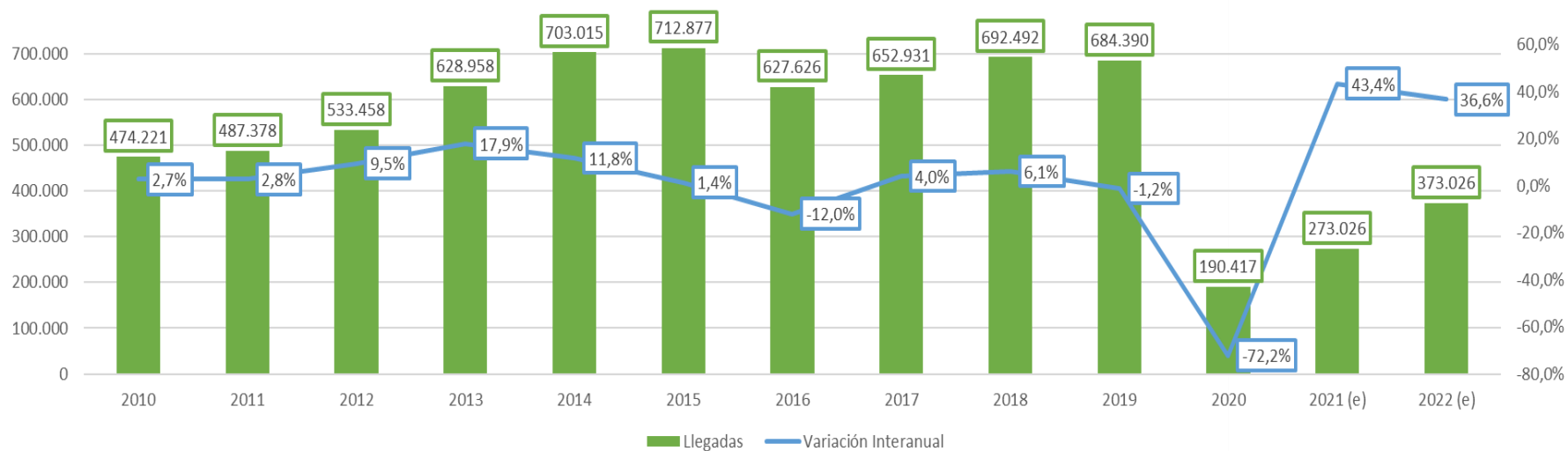
Ecuador - Índice de Competitividad Global		
Fecha	Ranking de Competitividad	Índice de Competitividad
2019	90°	55,74
2018	86°	55,85
2017	97°	55,86
2016	76°	58,18
2014	71°	59,69
2013	86°	56,31
2012	101°	54,61
2011	105°	52,17
2010	105°	50,81
2009	104°	51,11
2008	103°	51,02
2007	94°	51,74

La ciudad de Quito, no tiene construido este índice; sin embargo, los datos e indicadores que posee la ciudad, en temas turísticos, son los que se describen a continuación:

Demanda Turística en el DMQ

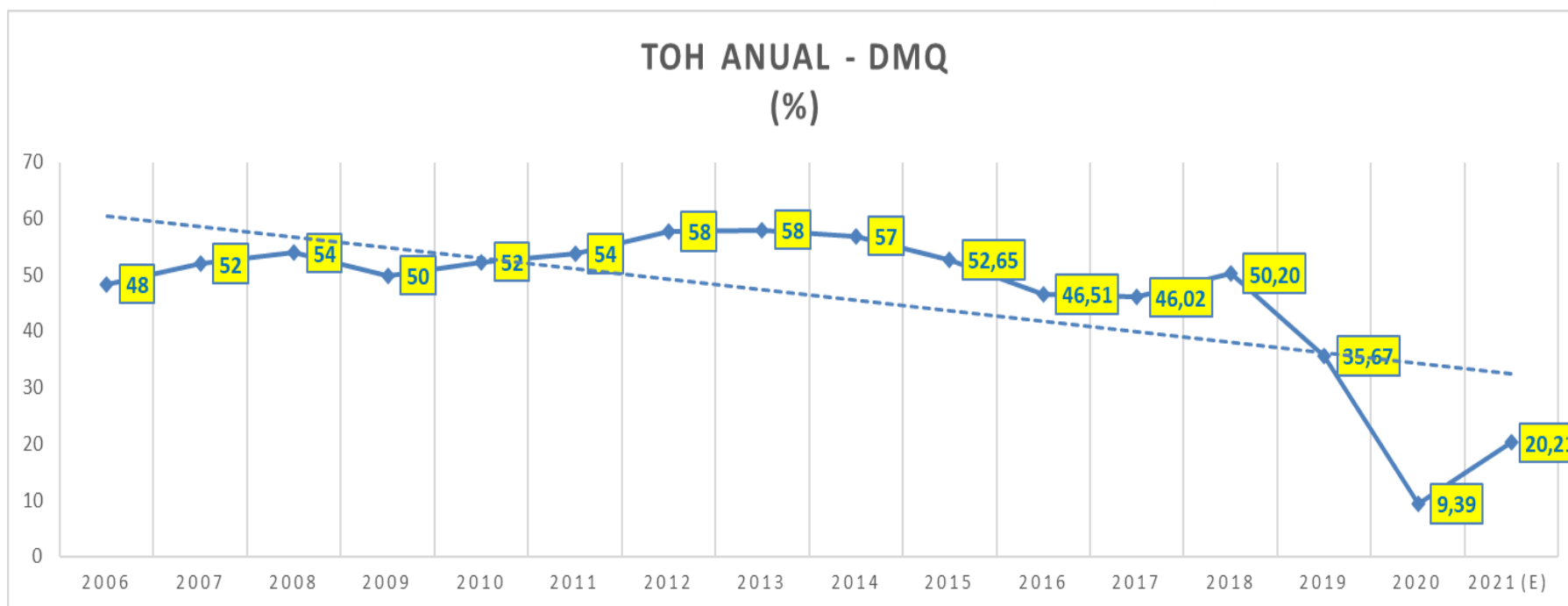
El Estudio de Flujo Turístico, proporciona información sobre los pasajeros internacionales del Aeropuerto Mariscal Sucre, donde se discrimina las entradas de los turistas no residentes y en las de salidas internacionales se filtran las de turistas residentes. Las primeras permiten obtener indicadores sobre el turismo receptor y las segundas sobre el turismo emisor.

Histórico de Llegadas internacionales de turistas no residentes al DMQ (#)



Estudio de Ocupación Hotelera - EOH

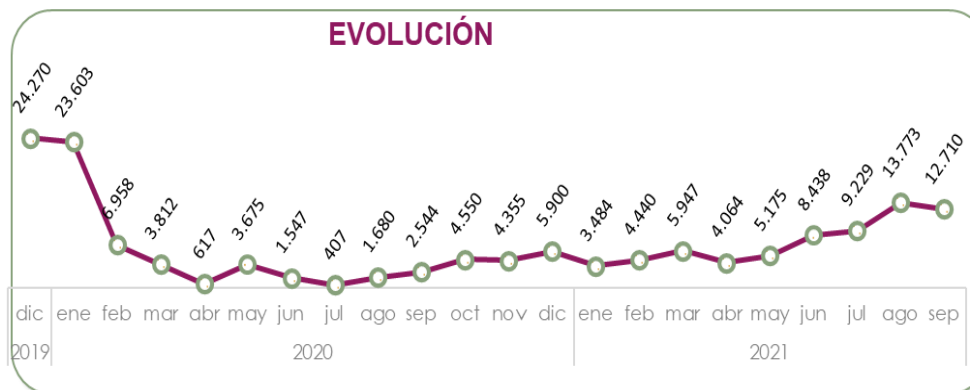
Este estudio se basa en la Encuesta de Ocupación Hotelera - EOH que es un relevamiento estadístico de campo (investigación directa), efectuado desde junio de 2006, por Quito-Turismo - empresa pública que propone y ejecuta la política de regulación y fomento de la actividad turística en la ciudad.



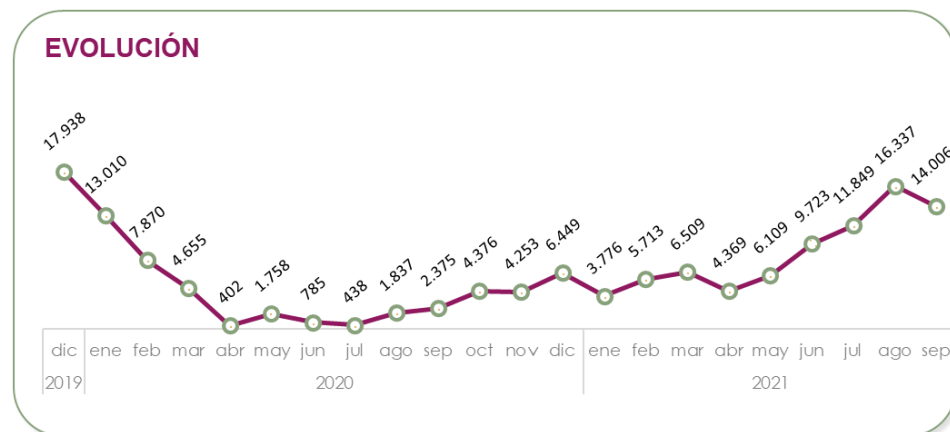


Estudio de Ocupación Hotelera - EOH

Datos en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera: Habitaciones vendidas (número) (datos a septiembre 2021)

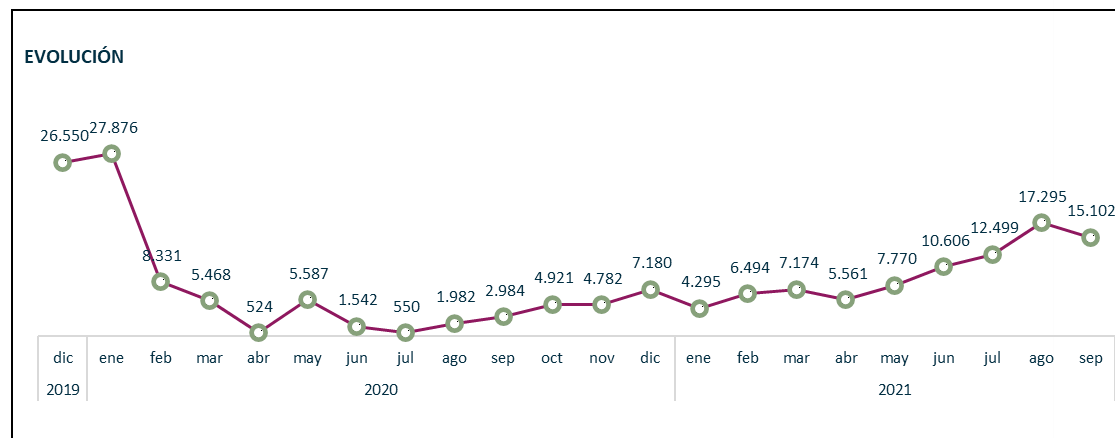


Datos en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera: Llegadas de pasajeros a establecimientos de alojamiento en Quito (número) (datos a septiembre 2021)



Estudio de Ocupación Hotelera - EOH

Datos en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera: Número de pernoctaciones en Quito (número) (datos a septiembre 2021)



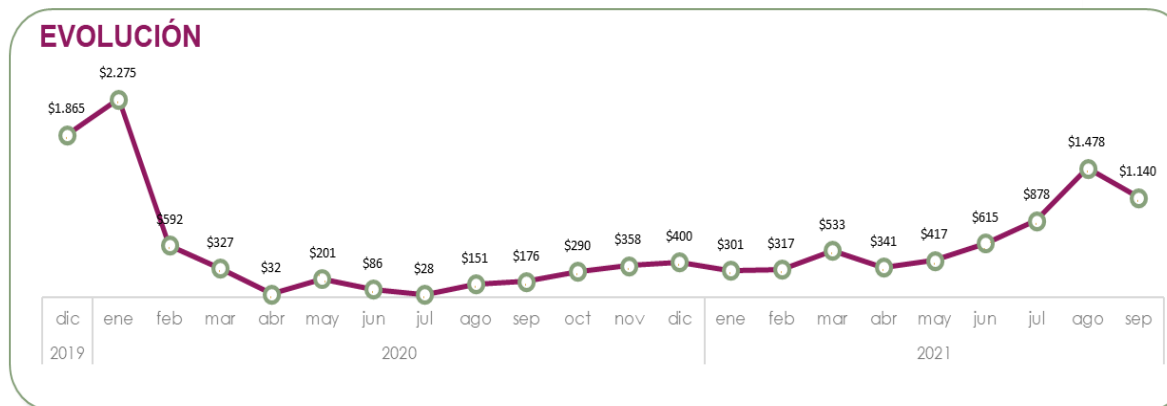
Datos en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera: Tarifa de habitación ocupada (US\$) (datos a septiembre 2021)



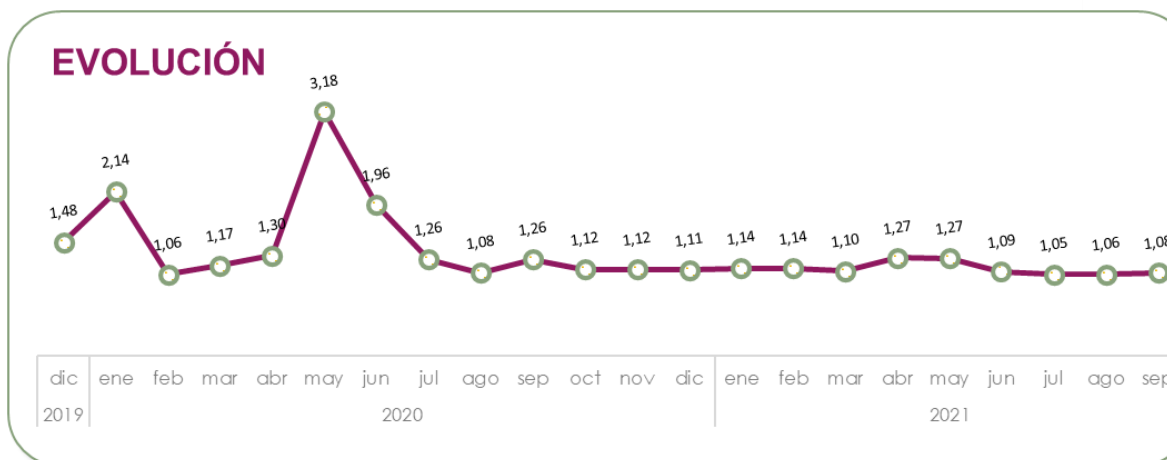


Estudio de Ocupación Hotelera - EOH

Datos en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera: Ingresos hoteleros (US\$) (datos a septiembre 2021)



Datos en base a la Encuesta de Ocupación Hotelera: Estancia media hotelera (noches) (datos a septiembre 2021)



Estudio de Ocupación Hotelera - EOH

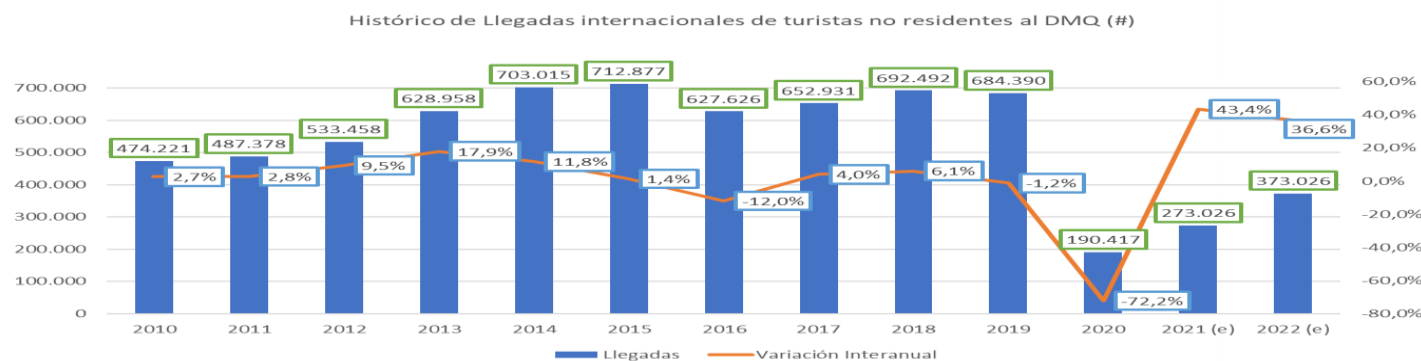
Resumen 2021 (datos estimados de cierre 2021)

Categorías	Pernoctaciones	TOH	Estancia Media	Tarifa por Habitación Ocupada
3 estrellas	1.646	11,19%	1,25	\$55,58
4 estrellas	4.937	19,87%	1,16	\$80,85
5 estrellas	3.061	28,72%	1,05	\$117,07
Total general	9.644	19,07%	1,13	\$86,33

Estudio de perfil – estancia – gasto

Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

- La Encuesta de turismo receptor está dirigida a los visitantes, es decir a las personas que no residen en Ecuador, visitan la ciudad por un período de tiempo menor a un año por un motivo diferente a la realización de una actividad económica remunerada en la ciudad de destino.
- Al respecto la Organización Mundial de Turismo, señala que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.





Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

- Estancia media del turista en Quito
- Gasto total en la ciudad
- Gasto promedio diario

Estadía promedio en ciudad del turismo de recreación en estancia corta y media (1 a 15 días)

Estadía promedio en ciudad del turismo de recreación en estancia corta y media (1 a 15 días)

Tramo de estadía	junio 2012	junio 2013	agosto 2014	agosto 2015	diciembre 2016	enero 2017 (e)	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)	2021 (e)
Estancia ciudad (días)	5,87	5,38	7,45	5,92	5,53	4,87	5,84	5,92	5,00	5,00
Gasto medio turista (USD)	537,00	572,00	666,00	446,00	631,00	550,09	690,00	759,00	569,37	569,37
Gasto medio diario (USD)	91,00	106,00	89,00	75,00	114,00	112,99	118,15	101,83	100,00	100,00

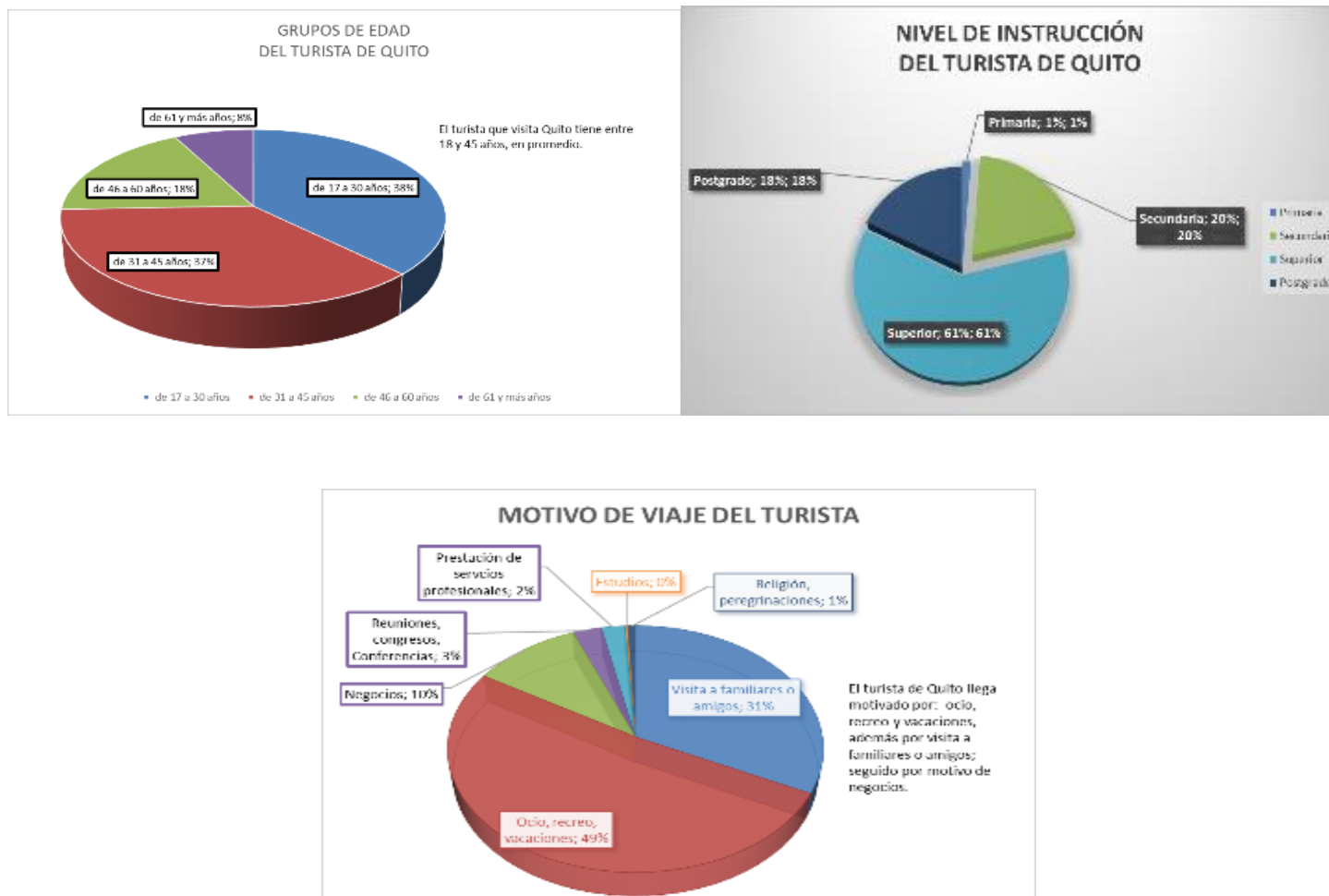
Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

	 					  		
	Datos hoteleros del DMQ					Estadía promedio en ciudad del turismo de recreación en estancia corta y media (1 a 15 días)		
Llegadas internacionales de turistas no residentes (#)	Tasa de ocupación hotelera (TOH) - (%)		Estancia media hotelera DMQ (noches)	Capacidad HABITACIONES total en el DMQ	Capacidad PLAZAS total en el DMQ	Estancia ciudad (días)	Gasto medio diario (USD)	Gasto medio turista (USD)
2018 692.492	2018 (e) 46,43	2018 (e) 50,20	2018 (e) 1,58	2018 13.776	2018 28.458	2018 (e) 5,84	2018 (e) 118,15	2018 (e) 690,00
2019 (e) 684.390		2019 (e) 35,67	2019 (e) 1,48	2019 14.569	2019 30.757	2019 (e) 5,92	2019 (e) 101,83	2019 (e) 759,00
2020 190.417	MinTur (e) (promedio 2020) 14%	2020 9,39	2020 1,48	2020 15.671	2020 28.675	2020 (e) 5,00	2020 (e) 100,00	2020 (e) 569,37
2021 (e) 273.026	Mintur (ENE2021) 10%	2021 (a la fecha) 19%	2021 (a la fecha) 1,17	2021 15.671	2021 28.675	2021 (e) 5,00	2021 (e) 100,00	2021 (e) 569,37

Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

Perfil del turista no residente de la ciudad de Quito

- Caracterización del turista (sexo, edad, instrucción, etc.)

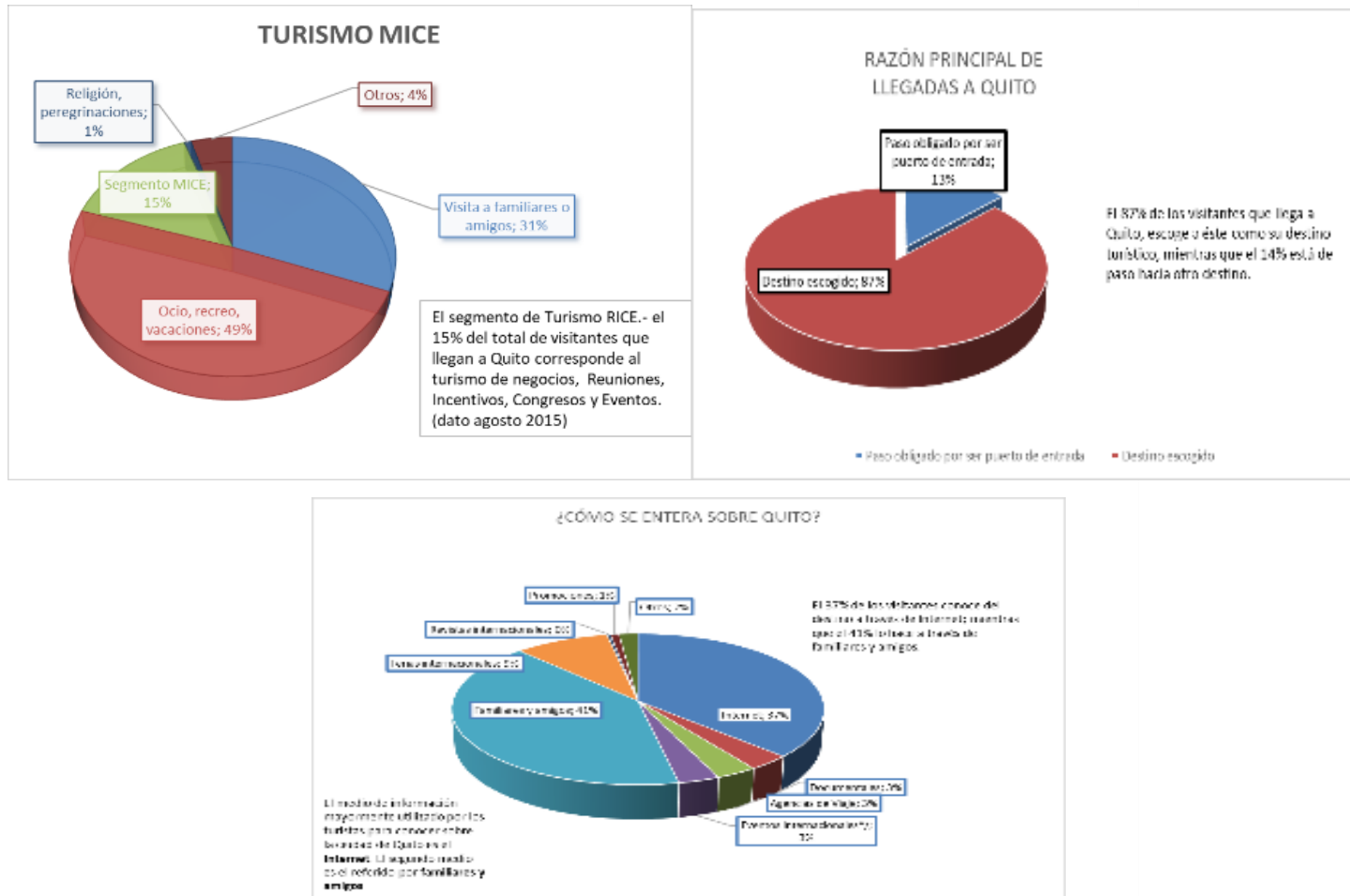




Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

Perfil del turista no residente de la ciudad de Quito

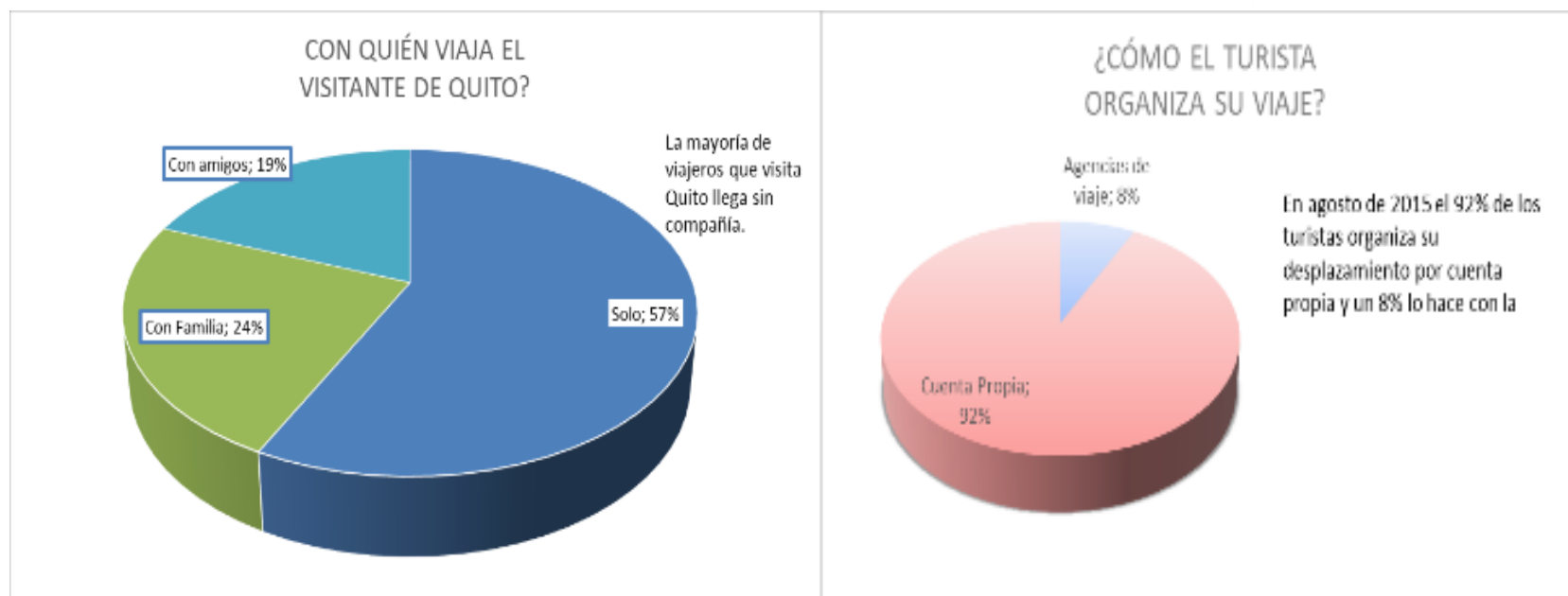
- Caracterización del turista (sexo, edad, instrucción, etc.)



Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

Perfil del turista no residente de la ciudad de Quito

- Caracterización del turista (sexo, edad, instrucción, etc.)



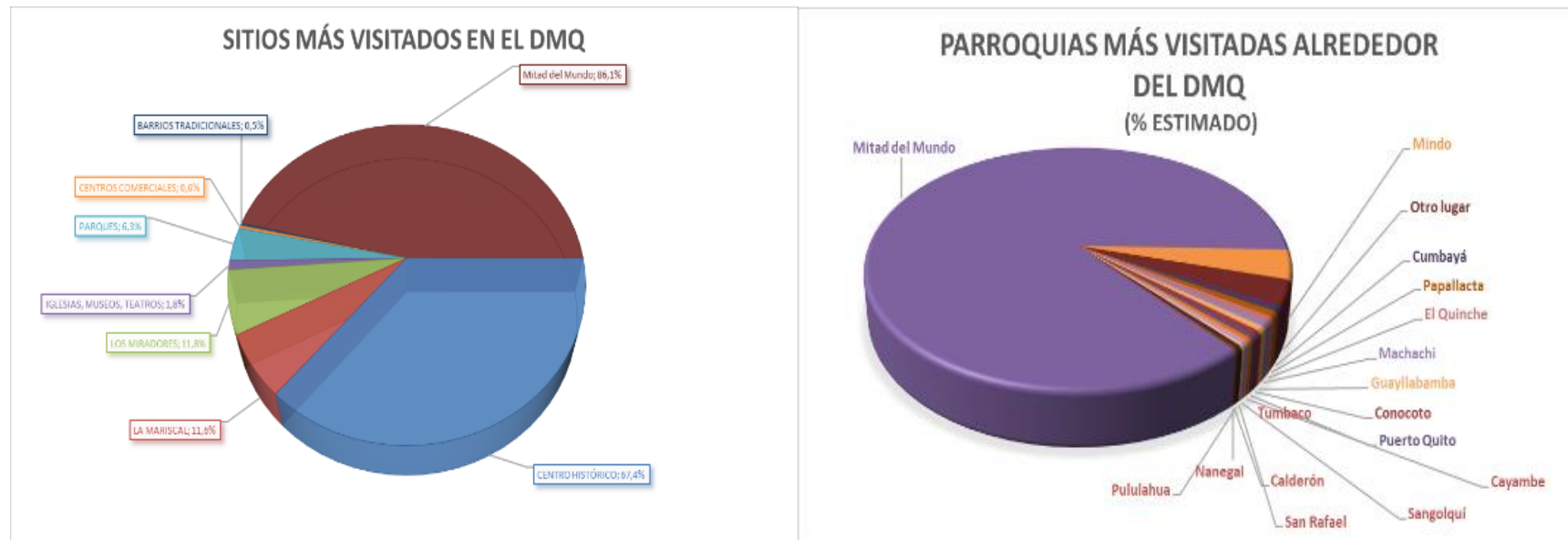


Estudio de perfil – estancia – gasto

Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

Perfil del turista no residente de la ciudad de Quito

- Lugares visitados (dentro y fuera de la ciudad y a otras ciudades)



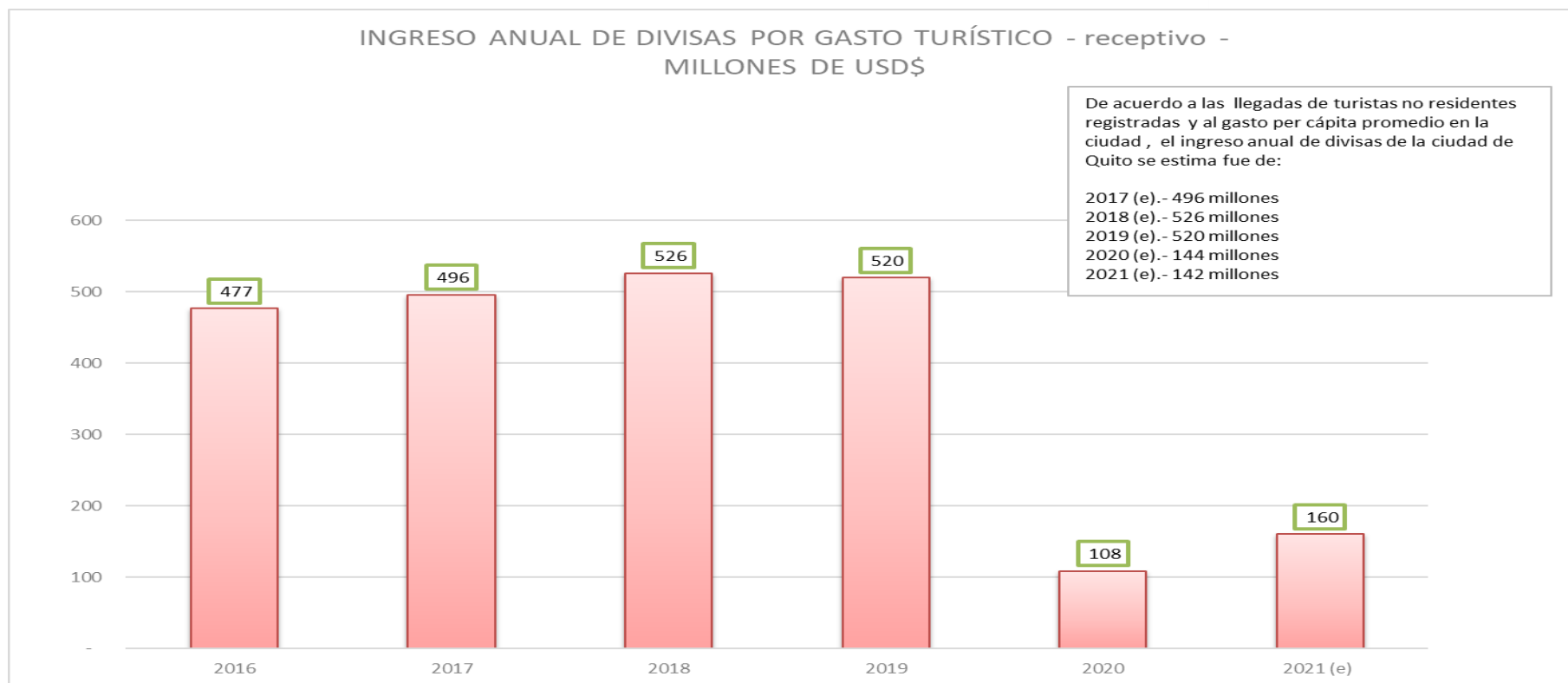


Estudio de perfil – estancia – gasto

Encuesta sobre estancia y gasto medio del turista no residente de la ciudad de Quito - encuesta de turismo receptor

Perfil del turista no residente internacional de la ciudad de Quito

- Generación de divisas





Estudio de Feriados

- Análisis de feriados en tiempos de pandemia que se han levantado desde Quito Turismo
- Existen datos relacionados a feriados desde años anteriores en poder de Quito Turismo y levantados desde esta OGD.

FERIADOS 2020 - 2021

FERIADOS AÑO 2020

Calendario Feriados Ecuador - MINTUR - 2020

FERIADOS 2020		
	MÉRCOLES 01 ENERO Año Nuevo	LUNES 24 / MARTES 25 FEBRERO Carnaval
VIERNES 01 MAYO Día del Trabajo	DOMINGO 24 MAYO Batalla de Pichincha	LUNES 10 AGOSTO Primer Grito de Independencia
VIERNES 09 OCTUBRE Independencia de Guayaquil	LUNES 02 / MARTES 03 NOVIEMBRE Día de Difuntos e Independencia de Cuenca	VIERNES 25 DICIEMBRE Navidad
*1) Ley Referencial a la LDOEP vigente desde el 27 de diciembre de 2016 / R.O. 4 9061, Artículo 2, numeral 3.	*2) Ley Referencial a la LDOEP vigente desde el 27 de diciembre de 2016 / R.O. 4 9061, Artículo 2, numeral 3.	



FERIADOS 2020 - 2021

FERIADOS AÑO 2021

Calendario Feriados Ecuador - MINTUR - 2021

FERIADOS 2021		
	VIERNES 01 ENERO Año Nuevo	LUNES 15 / MARTES 16 FEBRERO Carnaval
SÁBADO 01 MAYO Día del Trabajo	LUNES 24 MAYO Batalla de Pichincha	MARTES 10 AGOSTO Primer Grito de Independencia
SÁBADO 09 OCTUBRE Independencia de Guayaquil	MARTES 02 / MIÉRCOLES 03 NOVIEMBRE Día de Difuntos e Independencia de Cuenca	SÁBADO 25 DICIEMBRE Navidad
*1) Ley Referencial a la LDOEP vigente desde el 27 de diciembre de 2016 / R.O. 4 9061, Artículo 2, numeral 3.	*2) Ley Referencial a la LDOEP vigente desde el 27 de diciembre de 2016 / R.O. 4 9061, Artículo 2, numeral 3.	*3) Ley Referencial a la LDOEP vigente desde el 27 de diciembre de 2016 / R.O. 4 9061, Artículo 2, numeral 3.





Estudio de Oferta Turística

Catastro Turístico

Establecimientos Turísticos en el DMQ - totales

	Año	Cantidad
Establecimientos Turísticos de Quito - cantidad total -	2008	2.509
	2009	2.982
	2010	2.685
	2011	2.891
	2012	3.464
	2013	4.450
	2014	4.869
	2015	5.220
	2016	5.109
	2017	5.231
	2018	4.381
	2019	4.752
	2020	4.776
	2021	4.858

Dato AL 31DIC2020; email.22ene2021; Dir. Calidad

Actividades Económicas Turísticas en el DMQ

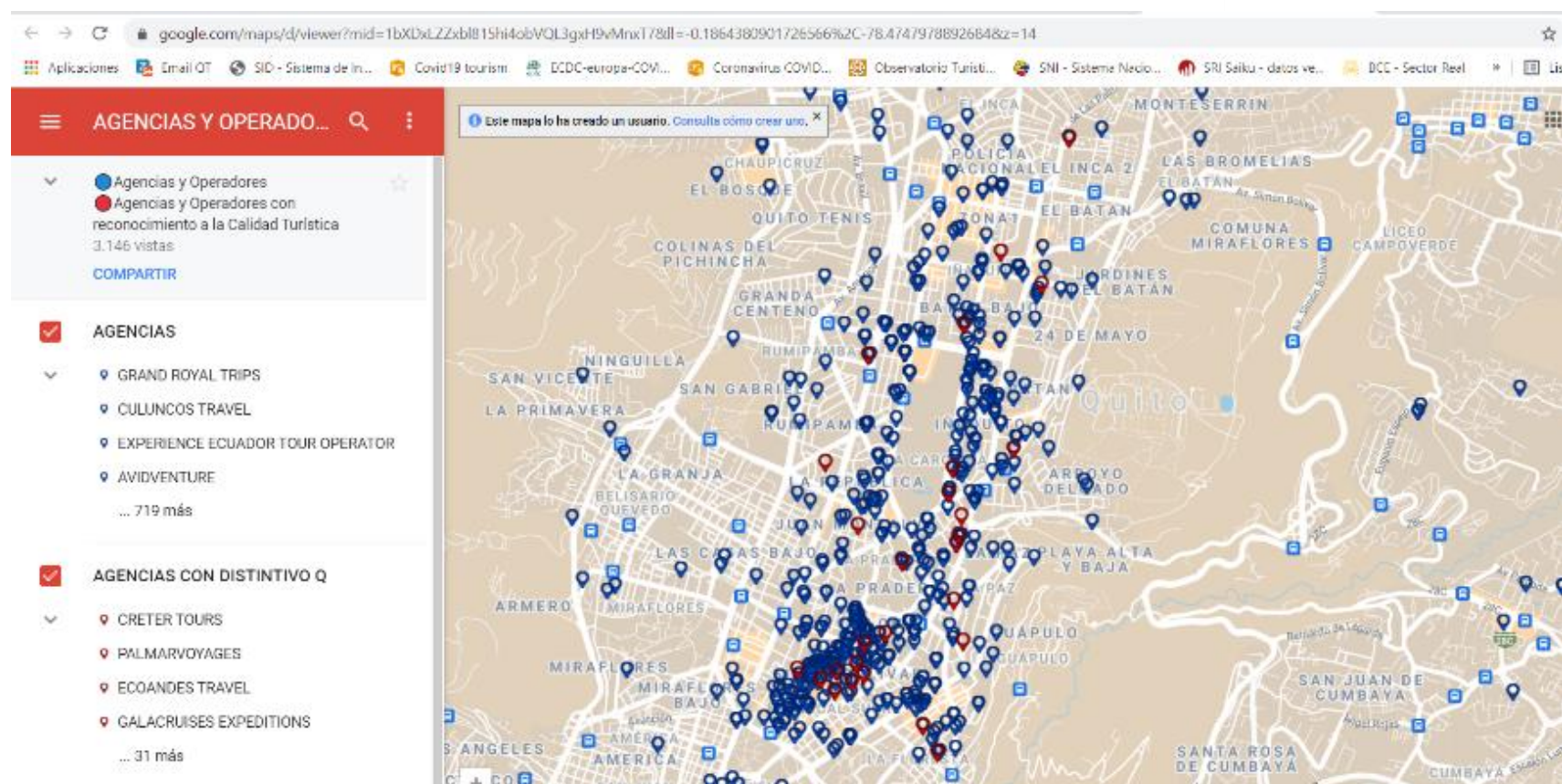
	ACTIVIDADES	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Actividades Económicas Turísticas - porcentajes	OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TUR (AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO)	456	522	464	513	564	631	679	722	660	739	644	730	735	756
	ALIMENTOS Y BEBIDAS	1435	1755	1576	1752	2245	3021	3316	3486	3434	3517	2786	2978	2989	3199
	ALOJAMIENTO	426	476	462	475	496	585	642	713	721	653	684	736	737	735
	CASINOS Y SALAS DE JUEGO	13	12	11	10	0	0	0	0	0	0		0	0	0
	RECREACIÓN DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO	85	101	85	96	100	151	171	189	184	197	174	205	212	61
	TRANSPORTE TURISTICO	118	148	121	78	98	100	101	52	52	125	93	103	103	106
	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO														1
	total	2533	3014	2719	2924	3503	4488	4909	5162	5051	5231	4381	4752	4776	4858

5% -2% 4% -16% 8% 1% 2%



Catastro Turístico

Los establecimientos turísticos en el DMQ se han mapeado, y están disponibles en el siguiente enlace: <https://www.quito-turismo.gob.ec/mapas-de-establecimientos-turisticos/>





Estudio de Oferta Turística

Empleos Turísticos en el DMQ según catastro

EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO DMQ

	2020				2021						
ACTIVIDADES TURÍSTICAS	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	% de participación	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	% de participación			
ALIMENTOS Y BEBIDAS	13.138	15.486	28.624	67%	8.909	11.075	19.984	65%			
ALOJAMIENTO	2.681	3.759	6.440	15%	2.109	3.057	5.166	17%			
INTERMEDIACIÓN Y OPERACIÓN	2.969	1.986	4.955	12%	2.601	1.756	4.357	14%			
RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO	787	1.391	2.178	5%	189	243	432	1%	Empleos directos afectados por		
TRANSPORTE TURÍSTICO	293	505	798	2%	240	496	736	2%	pandemia 2020-2021		
TOTAL	19.868	23.127	42.995	Directos	14.048	16.627	30.675	Directos	(12.320)	afectados	
Indice indirectos 4,5 193.478 Indirectos					Indice indirectos 4,5 138.038 Indirectos						-29%
total 236.473					total 168.713						
FUENTE: SICET, corte a DICIEMBRE 2019 Dato AL 31DIC2019; email.07feb2020; Dir. Calidad					FUENTE: SICET, corte a jun 2021 Dato AL 30jul021; Dir. Calidad, email; (PiA)						

Promoción Turística

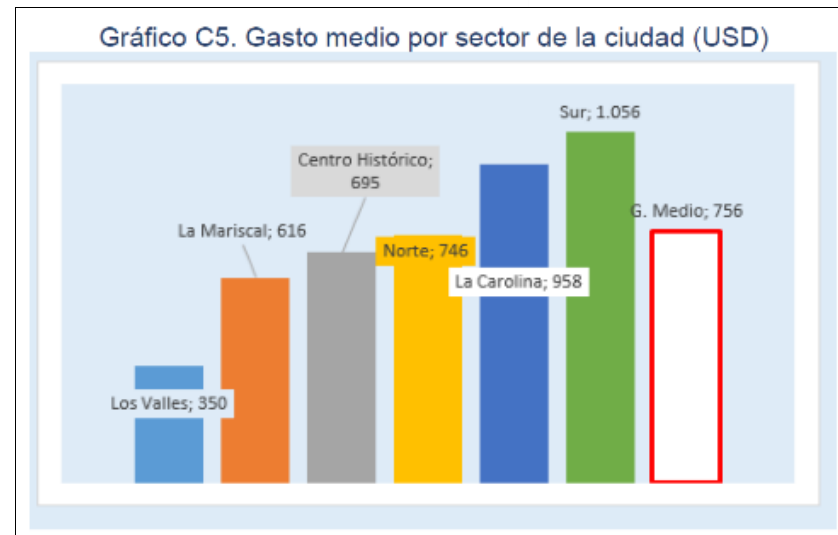
Principales indicadores de gestión de promoción turística en el DMQ

ÁMBITO	INDICADOR DE GESTIÓN	ACUMULADO 2019-octubre 2021
Mercadeo y Promoción	# Publicaciones sobre Quito y alcances en medios Internacionales.	2019: 631 publicaciones 1.087'386.160 usuarios únicos 2020: 629 publicaciones 1.364'378.906 usuarios únicos 2021: 433 publicaciones 459.118.078 usuarios únicos
	\$ Valor Noticioso Internacional generado de las publicaciones sobre Quito.	2019: \$25'762.628 2020: \$6'349.472 2021: \$4'546.885,58
	Indicadores de RRSS Promocionales @VisitQuito	2019: FB: 446.000 alcance IG: 1'803.000 alcance TW: 822.000 alcance 2020: FB: 2'883.690 alcance / 1,77% engagement IG: 23.142 alcance / 5,18% engagement TW: 89.989 alcance / 5,21% engagement 2021: FB: 6.801.332 alcance / 13,37% engagement IG: 7.064.014 alcance / 15,33% engagement TW: 262.682 alcance / 2,67% engagement TK: 721.011 views / 262.682 interacciones
	Indicadores página web promocional www.visitquito.ec	2020: 41.176 usuarios 50.498 sesiones 98.026 visitas 1:41 tiempo sesión 2021: 28.280 usuarios 7.326.696 sesiones 1.436.502 visitas 1:43 tiempo sesión

Perfil turista no residente que visita la ciudad de Quito

La investigación hace parte del proyecto Sistema Institucional de Indicadores Turísticos, SIIT- DMQ. En ese marco, se publica también el boletín de ocupación hotelera, de frecuencia mensual. Este trabajo, presenta datos a diciembre de 2016, al igual que las precedentes, cuantifica y analiza las actividades económicas de los viajeros no residentes en la ciudad. Además de su utilidad en la divulgación de las variables investigadas, el documento está concebido como una herramienta a ser utilizada en el diseño de estrategias técnicas y comerciales de los sectores privado y público. Se aborda los siguientes temas:

- A. Un perfil del turista no residente que visita Quito
- B. Indicadores recomendados
- C. El consumo
- D. Análisis de la demanda de no residentes
- E. Los lugares más visitados
- F. Grado de satisfacción
- G. Notas técnicas
- H. Anexos estadísticos



Perfil_residentes_EC_a_Quito

Este informe es el resultado de una alianza entre el sector público-privado y la academia, en el marco del convenio interinstitucional entre la Universidad Central del Ecuador (Carreras de Turismo), y la Empresa Metropolitana de Gestión del Destino - Quito Turismo. Los resultados de esta investigación realizada con la participación de los estudiantes de la carrera, beneficiará al desarrollo de la actividad turística facilitando información que sirva como herramienta de trabajo al momento de planificar y ejecutar planes, programas y proyectos dirigidos por Quito Turismo.

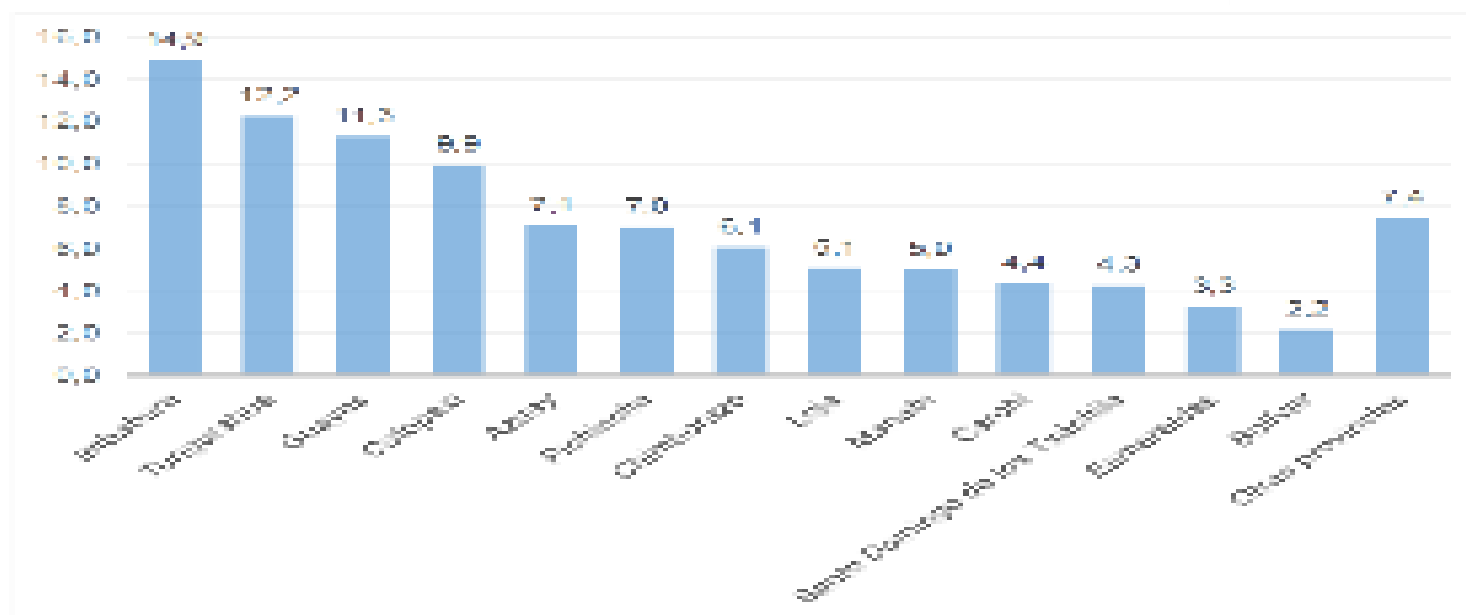


Figura 2. Procedencia de los encuestados (provincias).

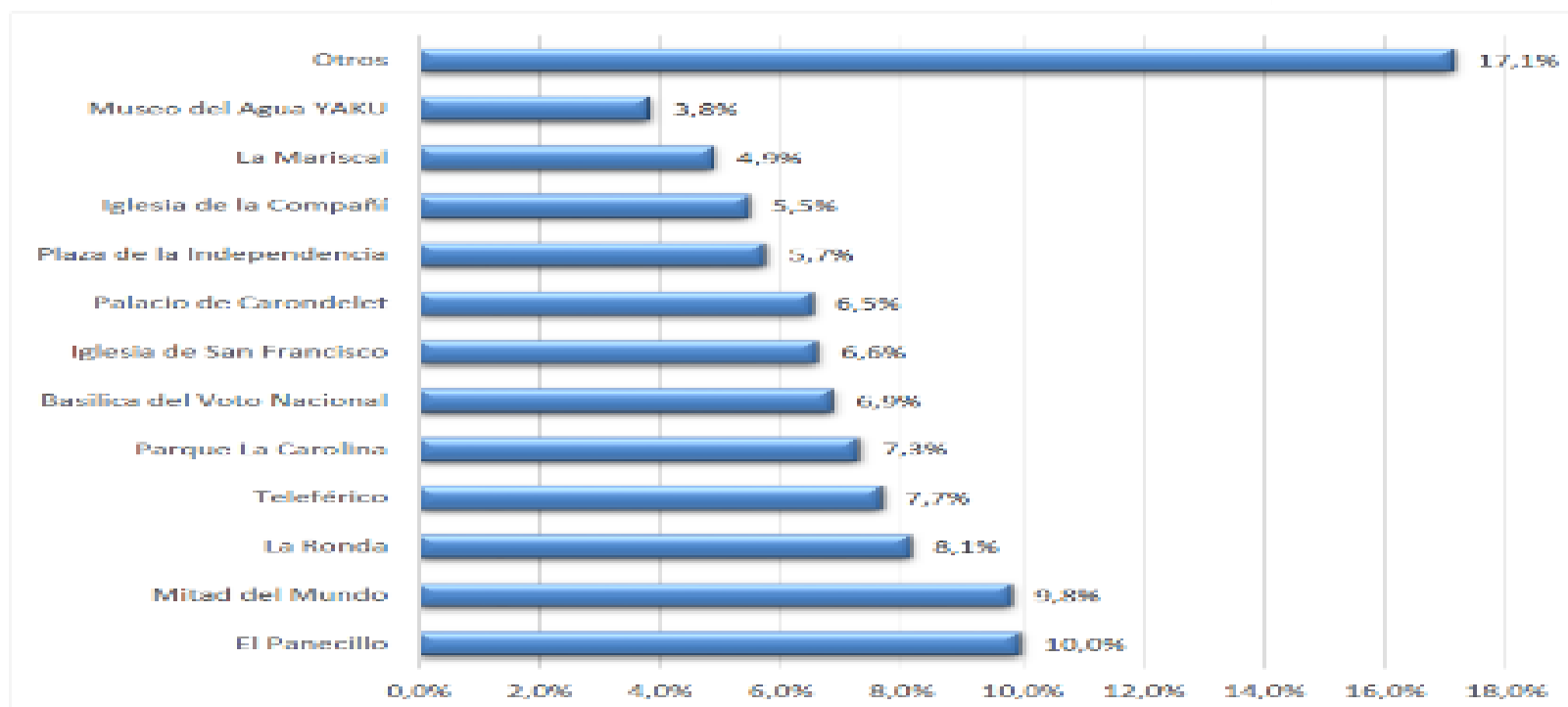


Figura 12. Porcentaje de visita a los sitios turísticos de la ciudad de Quito.

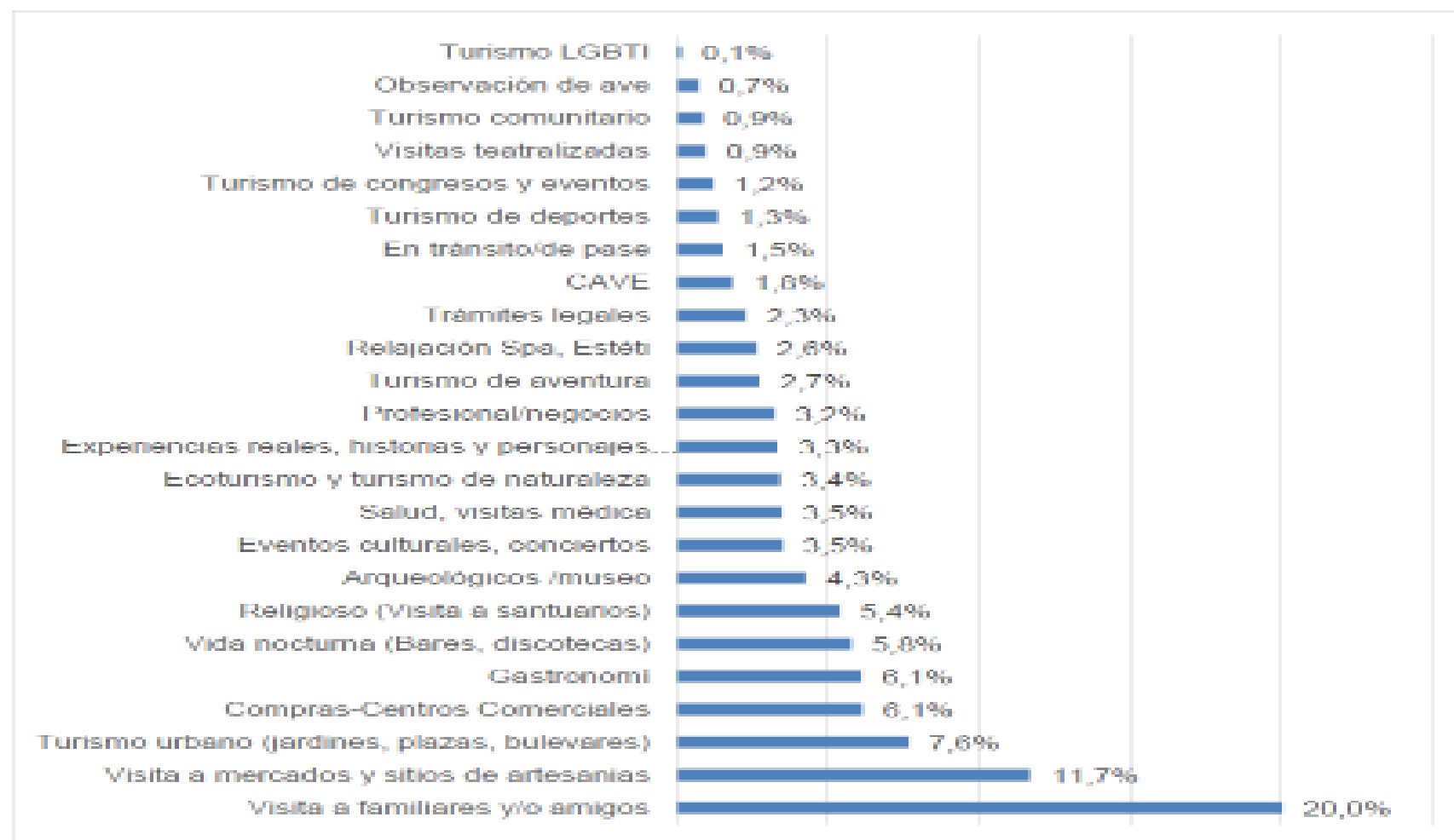


Figura 11. Tipos de visita de los encuestados.



Afectación pandemia

Las medidas implementadas por los Gobiernos a inicios de la Pandemia impactaron directamente a la realización del 74.2% de las reuniones programadas, reduciendo el 77.3% la cantidad de participantes a los eventos.



Fig. 10 Impacto económico 2020

Última semana mayo 2020



1.055.376.000

Ingreso estimado en USD por congresos ICCA organizados en América Latina previo al COVID-19



738.763.200

Impacto económico en USD durante 2020 debido a eventos ICCA cancelados o pospuestos a 2021 en América Latina por COVID 19

Última semana junio 2020



1.055.376.000

Ingreso estimado en USD por congresos ICCA organizados en América Latina previo al COVID-19



815.804.640

Impacto económico en USD durante 2020 debido a eventos ICCA cancelados, pospuestos a 2021 o realizados en forma virtual en América Latina por COVID 19

Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina