



Tu historia comienza en Quito

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES

Nro. DE INFORME : EPMGDT-DM-2022-005

FECHA DE INFORME: 13/09/2022

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :
PACHECO CUESTA MARIA BELEN

PUESTO :
COORDINADORA DE PROMOCION INTERNACIONAL

CIUDAD - PAÍS :
IBARRA - ECUADOR

NOMBRE DE LA UNIDAD DE LA O EL SERVIDOR :
DIRECCIÓN DE MERCADEO

SERVIDORAS / ES QUE INTEGRAN EL CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES:
MARÍA BELÉN PACHECO

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

REPRESENTANTE DE QUITO TURISMO EN LA FERIA TURÍSTICA VIVE ECUADOR 2022

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA
FECHA dd-mm-aaa	09/09/2022	09/09/2022	
HORA hh:mm	7:00	9:30	
Hora Inicio de Labores el día de retorno		12/09/2022	
TRANSPORTE UTILIZADO			
TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	RUTA	
TERRESTRE	N/A	Quito -Ibarra	
TERRESTRE	N/A	Ibarra - Quito	

OBSERVACIONES

FIRMA SERVIDOR / A

MARÍA BELÉN PACHECO

NOTA

El presente informe deberá presentarse una vez que se han cumplido las tareas oficiales o servicios institucionales, caso contrario la liquidación se demorará e incluso de no presentarlo tendría que resistir los valores pagados. Cuando las tareas oficiales o servicios institucionales sea superior al número de horas o días autorizados, se deberá adjuntar la autorización por escrito de la Máxima Autoridad o su Delegada/o.

FIRMAS DE APROBACIÓN

JEFA/E DE LA UNIDAD

MARÍA BELÉN HEREDIA

MÁXIMA AUTORIDAD O SU DELEGADO/A

MARIA CRISTINA RIVADENEIRA

0000038



Quito, 13 de septiembre 2022

**INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS
"FERIA DE TURISMO Y GASTRONOMÍA VIVE ECUADOR"
9,10 Y 11 SEPTIEMBRE IBARRA-ECUADOR**

1. ANTECEDENTES:

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

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

El Municipio de Quito, a través de Quito Turismo, desarrolló en el mes de junio 2020 en conjunto con la industria turística local, la academia y otros actores, el Plan Emergente para la Reactivación del Sector Turístico del DMQ que contiene estrategias y acciones para impulsar la actividad turística que tan fuertemente fue afectada por la crisis sanitaria Covid-19, parte de estas estrategias se enfocan de forma fundamental a difundir y promocionar las novedades de los destinos, como se han preparado para la nueva realidad, sus nuevas experiencias, servicios y ofertas turísticas, con la finalidad de iniciar una nueva fase de inspiración que busque motivar los deseos de viaje y visita de los mercados objetivos.

Finalmente, a partir del 13 de junio y por 18 días consecutivos el país sufrió un paro nacional que afectó el desarrollo y proceso de reactivación productiva y económica que estaba experimentando la ciudad. Quito al ser la capital del país y el centro de operación política del Ecuador sufrió una afectación que al momento bordea aproximadamente \$26'000.000,00 de pérdidas para el sector turístico, por cancelaciones de viajes programados, cierres de establecimientos y reducción de la demanda de A&B, cancelaciones de noches de hotel, entre otros; lo que genera una necesidad urgente de establecer estrategias que permitan incentivar la



Municipio de Quito

imagen de normalidad en la ciudad a través de la promoción de servicios activos que impulsen una vez más la reactivación turística de este sector.

En este contexto, la Feria de Turismo y Gastronomía “Vive Ecuador” presentó la intención de trabajar arduamente por una reactivación económica y turística del país.

1.1 ESTRATEGIA DE MERCADO NACIONAL

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

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

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

Es trascendental que el destino trabaje con la industria turística local, proveedores, experiencias, artesanos y todos los que de una u otra manera generan valor agregado a Quito, así como el trabajo en conjunto con destinos estratégicos dentro del Ecuador para sacar adelante de una manera sostenida y sustentable a la industria turística que ahora se encuentra en un proceso de adaptación y flexibilización de la oferta enfocada hacia un viajero post-covid.

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

El perfil del turista no es el mismo que antes de la pandemia, no se ha dejado de viajar, pero sin duda se está cambiando la manera de hacerlo, por lo cual es importante enfocar las estrategias de mercado de acuerdo a las necesidades de este nuevo visitante, quien busca en su gran mayoría destinos que le proporcionen seguridad y cumplan con los protocolos de bioseguridad, constituyéndose esto en algo indispensable a la hora de elegir donde viajar, es por esta razón que los productos y servicios turísticos de Quito deberán estar adaptados y alineados a estas necesidades, con el único fin de lograr una recuperación que alcance por lo menos el gasto total de turismo interno reportado en el 2019 de USD 4,1 millones de dólares y alcanzar dentro de los



feriados nacionales las cifras reportadas en ese mismo año de 548.000 viajes de turistas internos.¹

La estrategia de marketing nacional para la ciudad de Quito segmenta las acciones promocionales en función del siguiente direccionamiento:

- Prensa (viajes de Prensa, marketing de Influencers, monitoreo de clipping, ruedas de prensa)
- Trade (acuerdos con TTOO, vistas, capacitaciones, viajes de familiarización, eventos BTL)
- Consumidor Final (campañas promocionales de destino, activaciones BTL, eventos, promoción en otros medios)

1.2 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS

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

2. ANÁLISIS TÉCNICO DE ACTIVIDADES Y PARTICIPACIÓN

FERIA DE TURISMO Y GASTRONOMÍA "VIVE ECUADOR"

La Feria de Turismo y Gastronomía "VIVE ECUADOR" fue la primera feria organizada por el Programa Travesía Ecuador en conjunto con la Alcaldía de Ibarra y un grupo de empresarios con la finalidad de trabajar arduamente por la reactivación económica y turística del país, durante el 9,10 y 11 de septiembre del presente año. Este espacio contó con la participación de destinos, representantes de organismos nacionales, empresas, pymes y emprendimientos de varios sectores productivos.

La ciudad de Quito, presentó como parte de su estrategia la promoción de las áreas rurales y naturales de la ciudad, la oferta del Chocó Andino y su bosque nublado, y de forma fundamental las actividades de aventura en las reservas naturales del distrito metropolitano.

¹ Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador.



**Municipio
de Quito**

FICHA TÉCNICA FERIA TURÍSTICA "VIVE ECUADOR"	
Edición:	Primera edición
Asistentes:	Prefectura y alcalde de Ibarra Empresas Embajadores Pymes Emprendimientos de varios sectores
Concepto:	✓ La participación de la ciudad de Quito en la Feria "Vive Ecuador" permitió mostrar experiencias, productos y oferta turística de la ciudad preparada para el segmento de visitantes nacionales.
Ciudad:	IBARRA 9,10 y 11 de septiembre: Centro Cultural El Cuartel Ciudad de Ibarra 10:00 a 20:00
Detalles Logísticos:	✓ Participación del Distrito Metropolitano de Quito a través de un stand sin costo en la primera Feria de Turismo y Gastronomía "VIVE ECUADOR" ✓ Cada empresa contó con su propio stand de 2m x 2m sin costo para realizar una exposición de su marca, producto o servicio. ✓ No se desarrolló la rueda de negocios. ✓ No se desarrolló la conferencia de Master Class por cambio en formato del evento y falta de público asistente. ✓ Se contó con la presencia de medios de difusión local de la ciudad de Ibarra, el programa La Travesía y el programa Fiesta en el Barrio de la ciudad de Pasto-Nariño.
Líneas de Comunicación para Lanzamiento de Actividades Programadas	1. OFERTA TURÍSTICA ✓ La biodiversidad del Chocó Andino ✓ Nuevas experiencias culturales 2 RUTAS TURISTICAS ✓ Calendario de Rutas Turísticas ✓ Información de cómo acceder a las rutas ✓ Precios 3 ESCAPADAS QUITENAS ✓ Promociones y Descuentos ✓ Información de cómo acceder a la sección 4. BICENTENARIO A LA CARTA ✓ Importancia Histórica ✓ Directorio de Restaurantes "Bicentenario a la Carta"



5. NUEVA APP TURISTICA VISIT QUITO

- ✓ Presentación de la nueva APP Visit Quito
- ✓ Invitación a que nos sigan en RRSS.

2.1 OBJETIVO GENERAL DE PARTICIPACIÓN

La participación del Distrito Metropolitano de Quito en la Feria de Turismo y Gastronomía "VIVE ECUADOR" tiene el objetivo de mostrar la experiencia Quito a los asistentes de la Sierra Norte del país, para que conozcan las novedades y oferta turística de la ciudad de Quito. Se promocionará la ciudad de Quito como puerta de entrada al destino Ecuador con el fin de consolidar una presencia integral y sólida del destino, que fortalezca las relaciones públicas con actores de la industria, la interacción con medios, y a su vez genere oportunidades de desarrollo turístico para la ciudad de Quito.

2.2 DETALLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS

CENTRO CULTURAL EL CUARTEL

9, 10 y 11 de SEPTIEMBRE/2022

10H00 A 18H00

- ✓ Representación de Quito Turismo la Feria de Turismo y Gastronomía "Vive Ecuador"
- ✓ Fue una feria de gastronomía, emprendimiento y turismo organizado por el programa de tv turístico La Travesía, el objetivo fundamental fue la de reunir a todos los emprendimientos turísticos y culturales que han venido conociendo a lo largo de las rutas turísticas que han hecho.
- ✓ Quito representado por Quito Turismo, y Perú por la Oficina Comercial PromPeru, fueron los dos destinos participantes en la feria.
- ✓ La mayor parte de expositores fueron emprendimientos artesanales, gastronómicos y culturales, resaltando la participación de emprendedores quiteños como: Amalgama Toys, Immunotec, Restaurante Nua Café y Cultura; La Parrilla de mi Casa, Sabrosa Express, Tradiciones Quiteñas, entre otras.
- ✓ Se contó con la participación de autoridades de la ciudad de Ibarra: Daniel Crespo, Nieves Méndez del Ministerio de Educación; Gabriel Chumpitaz, Oficina Comercial PromPeru, Osar Caicedo, Concejal de Ibarra, entre otros.
- ✓ Como detalle inicial es preciso enfatizar que inicialmente se había anunciado una rueda de negocios, sin embargo, de acuerdo a condiciones logísticas del evento, únicamente se llevó a cabo una modalidad de workshop empresarial.
- ✓ No se registró la participación de delegaciones de las provincias del país como inicialmente fue anunciado por los organizadores del evento.
- ✓ La asistencia de personas en los 3 días de feria, fue muy baja, se atendieron alrededor de unas 30 personas en el stand.
- ✓ Lamentablemente el conocimiento de Quito en habitantes de otras es nulo.
- ✓ Se resaltó información del producto turístico natural de Quito como una alternativa post covid.



- ✓ Se ofertó Chocó Andino y la zona de noroccidente y el bosque nublado, tomando en consideración que la gente ubica mucho a Mindo, por tanto se habló como una opción similar aunque con mayor oferta turística de calidad.
- ✓ Uno de los factores más repetitivos en el intercambio de información que se dio en el stand, es que la ciudad de Quito se asocia de forma principal con términos de: tráfico, inseguridad y alto costo.
- ✓ Quito está posicionado por su oferta arquitectónica y cultural, iglesias, museos, Panecillo y Mitad del Mundo, que son los atractivos turísticos más conocidos.
- ✓ Nuestros mensajes y canales no son conocidos, razón por la cual la información turística no llega, por tanto se enfatizó mucho en la difusión de la plataforma promocional VisitQuito.
- ✓ Se aprovechó para invitarlos a la ciudad en el futuro feriado de forma principal al Festival Más Allá de la Vida.

2.3 RESULTADOS Y OPORTUNIDADES GENERADAS:

1.	Contacto con la Unidad de Promoción y Desarrollo de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del Municipio de Ibarra, para realizar acciones conjuntas como capacitaciones de destino y una agenda de medios.
2.	Contacto de un artesano diseñador quiteño localizado en Cumbayá, que produce souvenirs infantiles interesado en formar parte de la Tienda El Quinde.
3.	Coordinación de una inspección al Restaurante NUA que está ofreciendo una experiencia gastronómica y cultural en la zona de la Mariscal.
4.	Entrevista promoción del destino para el programa de turismo La Travesía.
5.	Entrevista promoción del destino para el programa Fiesta en el Barrio de Pasto, Colombia.
6.	Contacto con la oficina comercial PromPerú en Quito para trabajar en conjunto es acciones de promoción con inversores y tour operadores de Perú.
7.	Contacto con los restaurantes: Nua, Sabrosa Express y Tradiciones Quiteñas, interesados en formar parte de la próxima Feria Gastronómica de Quito.

3. CONCLUSIONES

- La participación en esta feria estuvo articulada al cumplimiento de la estrategia de promoción turística del destino Quito planificada para el mercado nacional durante el 2022.
- Durante la ejecución de la feria, por baja afluencia de asistentes, se suspendió la presentación de destino "10 + 2 Razones para visitar Quito" y la rueda de negocios, lo que limita resultados en la presencia técnica del destino, puesto que a través de este tipo de acciones y encuentros con el consumidor final y el trade turístico se puede enfatizar de primera mano la oferta turística del destino.



- El último día la feria se cerró antes de horario debido a la baja afluencia de gente.
- Sin embargo y tomando en cuenta las conclusiones anteriores, la fase de reactivación turística del país se la vive a plenitud, razón por la que todas las estrategias de promoción y posicionamiento que apliquen los destinos en el mercado interno marcarán su fortaleza y diferenciación en el momento actual donde se busca posicionar un producto turístico consolidado; por tanto, la participación de Quito Turismo como la entidad responsable de la promoción y difusión turística de la ciudad de Quito siempre será una oportunidad para el fortalecimiento promocional del destino, además que es un excelente medidor de la percepción nacional sobre la ciudad, la misma que debería ser articulada a la planificación y trabajo estratégico de las acciones de promoción turística que lidera Quito Turismo en el mercado nacional.
- Para futuras ediciones de la Feria Turística Vive Ecuador, se recomienda realizar un análisis técnico de propuesta y resultados previos, con el fin de determinar técnicamente si la presencia del destino constituirá una oportunidad para consolidar la estrategia de promoción turística de la ciudad en sus mercados objetivos enfocados en consumidor final y trade turístico de las ciudades del país.

4. ANEXOS AL INFORME

ANEXO 1 INFORME FOTOGRÁFICO

ANEXO 2 FACTURA DE GASTOS

Elaborado por:

MARIA BELEN
PACHECO CUESTA

Firmado digitalmente por MARIA
BELEN PACHECO CUESTA
Fecha: 2022.09.13 13:11:07 -05'00'

María Belén Pacheco

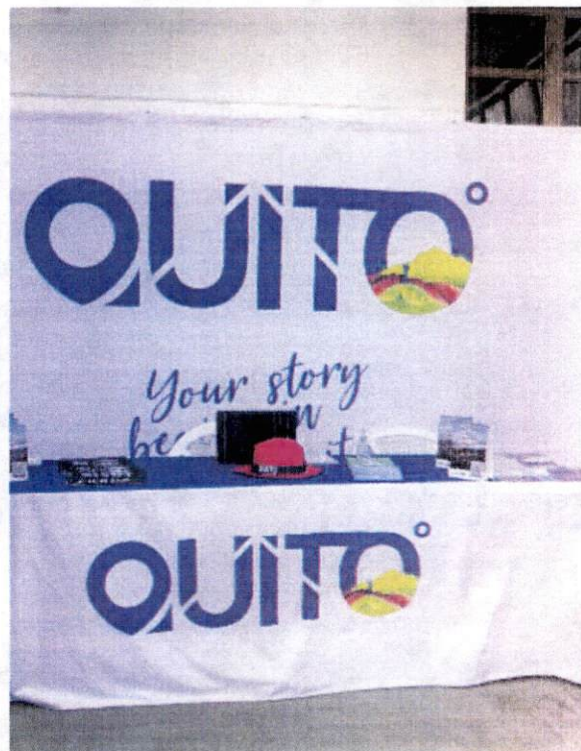
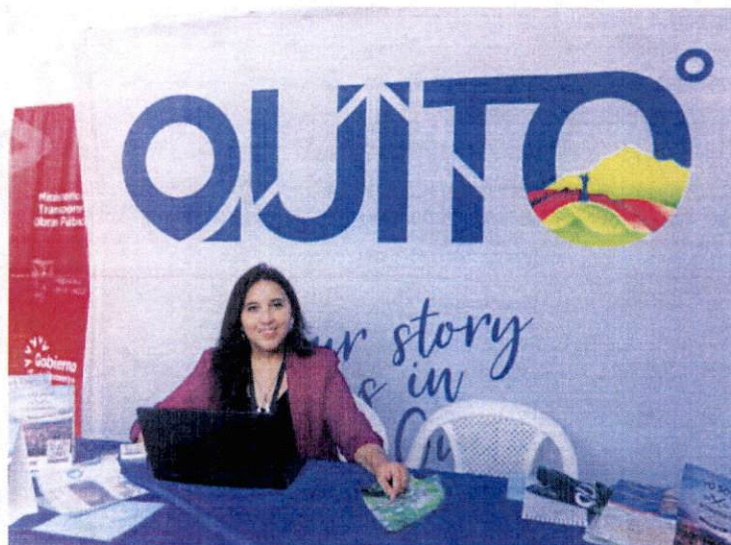
COORDINADORA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL
QUITO TURISMO

ACCIÓN	ACCIÓN	SUMILLA
REVISADO POR:	María Belén Heredia DIRECTORA DE MERCADEO	MARIA BELEN HEREDIA MEDINA Firmado digitalmente por MARIA BELEN HEREDIA MEDINA Fecha: 2022.09.13 14:59:45 -05'00'



Municipio
de Quito

ANEXO 1 – INFORME FOTOGRÁFICO



Pasaje OE 3G Río Amazonas N51-20 N50B (Antiguo Aeropuerto)
PBX: 299 3300 al 299 3330 - www.quito-turismo.gob.ec

Quito
TURISMO

Quito
Digno

4800000