



Tu historia
comienza
en Quito

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES

Nro. DE INFORME : EPMGDT-GT-2022-0140

FECHA DE INFORME: 09/12/2022

DATOS GENERALES

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

PUESTO :
COORDINADORA DE PROMOCION INTERNACIONAL

CIUDAD - PAÍS :
BOGOTÁ - COLOMBIA

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

SERVIDORAS / ES QUE INTEGRAN EL CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES:
ETZON ROMO & MÓNICA DEL VALLE

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

PARTICIPACIÓN DE QUITO TURISMO EN CONGRESO GASTRONÓMICO BOGOTÁ MADRID FUSIÓN

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA			
FECHA dd-mm-aaa	30/11/2022	03/12/2022	Estos datos se refieren al tiempo efectivamente utilizado en el cumplimiento de tareas oficiales o servicios institucionales desde la salida hasta la llegada al lugar de residencia o trabajo habitual o de cumplimiento de las mismas según sea el caso .			
HORA hh:mm	5:10	23:29				
Hora Inicio de Labores el día de retorno		05/12/2022				
TRANSPORTE UTILIZADO			SALIDA		LLEGADA	
TIPO DE TRANSPORTE (Aéreo, terrestre, otros)	NOMBRE DEL TRANSPORTE	ruta	FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm	FECHA dd-mmm-aaaa	HORA hh:mm
AEREO	AVIANCA	Quito - Bogotá	30/11/2022	5:10	30/11/2022	6:45
AEREO	LAN AIRLINES	Bogotá - Quito	03/12/2022	21:40	03/12/2022	23:29

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 Delegado/o.

FIRMAS DE APROBACIÓN

JEFA/E DE LA UNIDAD

MARÍA BELÉN HEREDIA

MÁXIMA AUTORIDAD O SU DELEGADO/A

MARIA CRISTINA RIVADENEIRA



Quito, 9 de diciembre 2022

**INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS
"CONGRESO GASTRONÓMICO BOGOTÁ MADRID FUSIÓN"
1, 2 Y 3 DICIEMBRE 2022. BOGOTÁ – COLOMBIA**

1. ANTECEDENTES

Mediante la Ordenanza Metropolitana N°309, 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.

El Plan Operativo Anual (POA/PAC 2022) concentra sus estrategias al Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de la ciudad de Quito, cuya misión se enfoca en la gestión y cumplimiento de funciones que buscan la estructuración de una herramienta estratégica que brinde el marco de gestión común para el Desarrollo Turístico Sostenible de Quito; la garantía de continuidad y sostenibilidad de las políticas públicas para el desarrollo turístico de la ciudad a través de estrategias y acciones acordadas y empoderadas por los actores clave del sector; y la viabilidad para el desarrollo e inversión del turismo para la atracción y llegada de visitantes internacionales a través de la coordinación institucional que fortalezca el posicionamiento de Quito como un destino turístico único y sostenible en el entorno sudamericano y mundial.

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.

2. ESTRATEGIA DE MERCADEO INTERNACIONAL

La estrategia de marketing internacional para la ciudad de Quito segmenta las acciones promocionales en función de la diferenciación de los mercados objetivos, se considera la promoción y difusión turística del destino en los mercados de acuerdo con el siguiente direccionamiento:



Municipio de Quito

Mercados de Desarrollo: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Benelux, México y Argentina.

Mercados de Posicionamiento: Francia, Italia, Canadá y Australia.

Mercados de Oportunidad: Chile, China y Japón

Mercados de Mantenimiento: Colombia, Perú, España y Brasil.

Según el último barómetro de la OMT, las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo aumentaron más del doble (+130%) en lo que va de 2022 comparado con 2021. Sin embargo, tras el descenso del 71% experimentado en 2021, las llegadas internacionales en 2022 se mantienen un 67% por debajo de los niveles anteriores a la pandemia.

En 2019, un año referente antes de la pandemia, se registró un total de ingresos de turistas no residentes en Quito de 684.390 visitantes, provenientes de los mercados prioritarios internacionales como Estados Unidos, Colombia, España, Canadá, Alemania, Reino Unido, Francia, entre otros. Sin embargo, luego de la llegada de la pandemia del Coronavirus el 2020 y 2021 han sido los peores años para el turismo mundial alcanzando cifras de más de 70% a la baja en los ingresos de turistas.

El impacto súbito y generalizado de la pandemia del coronavirus y las medidas de suspensión de las actividades que se adoptaron para contenerla, ocasionaron una drástica contracción de la economía mundial; en este sentido, durante los años 2020 y 2021, el impacto en la industria turística generó grandes pérdidas económicas, sin embargo, con la llegada de la vacuna al país se pudo minimizar y controlar la mortalidad en la población, accediendo a un mayor control y disminución de restricciones permitiendo entrar en fase de reactivación económica de los sectores productivos de la industria turística.

En este contexto, se puede identificar que gracias a la efectividad del plan de vacunación que se aplicó en el país, el levantamiento de restricciones y limitaciones que imposibilitaban la realización de actividades turísticas con normalidad, y fundamentalmente, un trabajo intenso realizado por gestores y actores públicos y privados del sector turístico, ha permitido contar, en este segundo cuatrimestre de 2022, con resultados que evidencian una recuperación progresiva y sostenida de este sector productivo en el Distrito Metropolitano de Quito.

Las campañas y acciones planificadas y realizadas para promoción turística han permitido que durante este 2022, se contribuya a la reactivación turística de la ciudad, al momento la ocupación hotelera estimada en el área rural es del 30% y en el área urbana es del 50,5%; se registra 425.326 visitantes no residentes internacionales que han ingresado por el Aeropuerto Mariscal Sucre hasta octubre 2022, lo que significa un 109,7% más a comparación de la cifra registrada en el 2021. Con estas cifras, se prevé sobrepasar hasta finales de este año el medio millón de visitas a la capital y en el 2023 poder alcanzar los valores promedio registrados previo a la pandemia. Lo que hace que el año 2023 se proyecte como el año de la recuperación de la industria turística por lo que es de fundamental importancia fortalecer las estrategias de posicionamiento de imagen del destino.



Municipio de Quito

Actualmente existe una conectividad aérea directa entre Quito y Colombia lo que amplía las posibilidades de que más personas puedan venir a Quito a conocer toda su oferta turística, alineada a las nuevas tendencias marcadas por la pandemia.

3. ESTRATEGIA GASTRONÓMICA DE QUITO

El Cabildo Metropolitano, a través de Quito Turismo; la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI); representantes de la industria de alimentos y bebidas; academia; y, medios de comunicación especializados están definiendo la estrategia gastronómica de la ciudad de Quito al año 2030 con el fin de determinar las claves de la estrategia gastronómica, poner en valor la cocina quiteña y determinar los platos tradicionales del Distrito Metropolitano.

Entre las brechas identificadas se encuentra una escasa cultura de innovación en la oferta gastronómica; la limitada oferta de espacios para innovación gastronómica; la falta de investigación de la cadena de valor en la gastronomía quiteña; las insuficientes publicaciones especializadas sobre cocina ecuatoriana; y la falta de aprovechamiento de la identidad cultural como insumo para la innovación culinaria, razón por la que, para superar estas brechas se están delineando acciones que permitan fortalecer el patrimonio alimentario y gastronómico de la ciudad con resultados a corto, mediano y largo plazo que incluyen acciones como: gestión y acompañamiento en el desarrollo de la oferta gastronómica, campañas promocionales enfocadas en la promoción de la oferta de sabores de la ciudad, participación en eventos y congresos de promoción gastronómica de los destinos, elaboración de la guía culinaria de la ciudad, levantamiento de la oferta gastronómica del destino identificado intereses y características de los mercados de demanda, innovación de la oferta gastronómica enmarcada en principios de calidad, entre otros.

Como parte de la estrategia gastronómica, se identificaron los siguientes platos emblemáticos que identifican a la ciudad de Quito, como entradas más representativas están el mote con chicharrón y las empanadas de morocho; las sopas elegidas son: el yaguarlocro y el locro de papa; los platos fuertes son: el hornado con tortillas, la fritada y el seco de chivo; como postres destacados están los pristiños, el helado de paila y el dulce de higos; y las bebidas seleccionadas son: el canelazo y la colada morada.

De esta forma, Quito fortalece su oferta gastronómica con una estrategia clara y pensada a largo plazo, donde los saberes y sabores ancestrales y las propuestas innovadoras buscan conquistar los paladares de turistas locales, nacionales y extranjeros, posicionando de esta manera un nuevo producto turístico que fortalezca el posicionamiento de Quito como un destino turístico pleno y de alto impacto.



4. FICHA TÉCNICA DE CONGRESO BOGOTA MADRID FUSION

FICHA TÉCNICA FERIA TURÍSTICA "VIVE ECUADOR"	
EDICIÓN:	Tercera edición
ASISTENTES:	❖ Acceso exclusivo a los congresistas nacionales e internacionales registrados. ❖ Prensa invitada nacional e internacional. ❖ Público profesional. ❖ Público general.
CONCEPTO:	BOGOTÁ MADRID FUSION es una versión del MADRID FUSIÓN y se considera el Congreso de Alta Gastronomía más importante de Latinoamérica que en su tercera edición se llevó a cabo del 1 al 3 de diciembre en el Gran Salón de Corferias de la ciudad de Bogotá-Colombia, con propuestas que buscan exaltar la diversidad de la gastronomía, el producto local de manera sostenible y reivindicar la gastronomía como una herramienta de transformación social. Bajo el lema «<i>Mil cocinas, una identidad</i>», la edición 2022 pretendió reconocer los sabores, las recetas y las tradiciones de diferentes regiones del país y del mundo para establecer una unión como sector gastronómico a través de: ponencias, presentaciones en vivo con chefs y cocineros ampliamente reconocidos a nivel nacional e internacional por su experticia en la escena gastronómica; Talleres Magistrales, espacio académico para tener un acercamiento a las recetas de nueve chefs locales; la Feria Comercial como un espacio para ofrecer productos y servicios del sector; el Escenario Polivalente con contenidos gastronómicos propuestos por aliados e instituciones; y el espacio de Experiencias Gastronómicas que busca exaltar las cocinas tradicionales.
FORMATO:	• Modalidad: Presencial • Auditorio Principal: el congreso reúne a los mejores cocineros del mundo para que muestren sus mejores técnicas y propuestas gastronómicas, el auditorio principal es el epicentro del congreso. En él los chefs exponen, reflexionan, hablan y debaten sobre nuevas técnicas gastronómicas. • Escenario Polivalente: es el punto de encuentro del congreso, considerado un espacio de actividad ágil, non-stop, integrador y promotor de los concursos más reconocidos del congreso y del panorama gastronómico nacional. • Área de Exposición: es la zona expositiva donde participan las mejores empresas y marcas del mundo de la gastronomía, es la zona de la feria gastronómica.



PRESENCIA DEL DESTINO QUITO	Cada empresa participante tiene la oportunidad de interactuar con los asistentes mediante la colocación de las distintas activaciones dentro de sus stands.
	QUITO, CIUDAD INVITADA MADRID FUSIÓN ✓ Patrocinio de una demostración de cocina en el escenario del auditorio principal. ✓ Una ponencia o taller en el escenario polivalente. ✓ Presencia de marca QUITO (logo) en el escenario durante la demostración de cocina. ✓ Presencia del logo en el escenario del auditorio principal durante toda la duración del congreso. ✓ Disposición de espacio de libre diseño (24 m2) para la ubicación de un stand de promoción de en la zona de exposición.
	JUEVES 1 DICIEMBRE / 2022 18H00 A 19H00 - Demostración de Cocina. Chef Santiago Cueva "<i>El Chocolate es un postre refrescante</i>" – RESTAURANTE MARCANDO EL CAMINO. Escenario Polivalente.
	VIERNES 2 DICIEMBRE / 2022 16H30 A 17H10 ✓ Ponencia y demostración de Cocina. Chef Juan Sebastián Pérez "<i>Quitú identidad culinaria</i>" – RESTAURANTE QUITU. Auditorio Principal. JUEVES 1, VIERNES 2 Y SABADO 3 DICIEMBRE / 2022 09H00 A 18H30 ✓ Presencia del Destino Quito como ciudad invitada. ✓ Promoción turística de la ciudad de Quito como destino cultural y natural. ✓ Activación promocional con degustación del hornado quiteño. Chef Galo Pillalaza. RESTAURANTE COSITAS FINAS DE LA FLORIDA. Stand de Quito. ✓ Activación promocional con degustación del miske quiteño. Chef Marco Antonio Trujillo. TRIBUTO RESTAURANTE. Stand de Quito.



5. ANÁLISIS TÉCNICO DE ACTIVIDADES Y PARTICIPACIÓN

5.1 OBJETIVO GENERAL DE PARTICIPACIÓN

Consolidar una presencia integral y sólida del destino Quito y Ecuador como un destino gastronómico en desarrollo y fortalecimiento, con el fin de posicionar los saberes, sabores ancestrales y las propuestas innovadoras de la gastronomía quiteña en los paladares de turistas locales, nacionales y extranjeros, ofertando de esta manera un nuevo producto turístico de alto impacto que fortalece el posicionamiento de Quito como un destino turístico referente en la región

5.2 DETALLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS

MIÉRCOLES 30 NOVIEMBRE/2022

- ✓ Soporte a delegación de chefs participantes para poder transportar sus equipajes con los insumos necesarios para la degustación gastronómica en la ciudad de Bogotá.
- ✓ Entrega de cartas de respaldo para presentación en Migración y Agrocalidad de Ecuador.
- ✓ Gestión y apoyo a la delegación de chefs en su arribo a la ciudad de Bogotá.
- ✓ Entrega de cartas de respaldo sobre representación y participación de Quito en Migración y Aduanas de Colombia.
- ✓ Traslado al centro de eventos CORFERIAS, lugar donde se realizaría el evento para revisión de ubicación del stand de Quito.
- ✓ Revisión y supervisión de montaje de stand.
- ✓ Gestión de proceso de registro para obtención de credenciales de ingreso de la delegación.
- ✓ Realización de compras faltantes de insumos requeridos por los chefs para el montaje de las degustaciones gastronómicas en el stand para los tres días subsiguientes de feria.

JUEVES 1 DICIEMBRE/2022

- ✓ Representación de Quito Turismo En el Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión.
- ✓ Solicitud de credenciales de ingreso para la delegación.
- ✓ Revisión de últimos detalles logísticos del stand.
- ✓ Participación en la sección donde se desarrolló la feria de gastronomía, emprendimiento y turismo organizado por el Congreso Gastronómico, el objetivo fundamental fue la de reunir a todos los emprendimientos gastronómicos únicamente de la ciudad de Bogotá.
- ✓ La mayor parte de expositores fueron emprendimientos artesanales y gastronómicos, resaltando la participación de emprendedores colombianos quienes ofertaron sus productos a los asistentes del evento.
- ✓ No se registró la participación de otros destinos dentro de la feria, enfatizando la presencia de Quito como ciudad invitada.
- ✓ Programación de horario y coordinación logística de las degustaciones gastronómicas de hornado quiteño y sacha miske realizada por los chefs Galo Pillalaza y Marco Trujillo planificadas como parte de la promoción del destino Quito.



Municipio de Quito

- ✓ Coordinación con la representante de la empresa ORIENTAL miembro de la AEI "Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador" que participó en el stand de Quito como parte de la misión comercial de representación del destino.
- ✓ Se articuló la presencia de Quito como un destino turístico con oferta cultural y natural donde se enfatizó la estrategia gastronómica de la ciudad que busca potenciar el destino con potencial en temas de cocina tradicional y de vanguardia.
- ✓ 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.
- ✓ Quito está posicionado por su oferta arquitectónica y cultural, iglesias, museos, Panecillo y Mitad del Mundo, que son los atractivos turísticos más conocidos en el mercado colombiano.
- ✓ Participación en la Demostración de Cocina "El Chocolate es un postre refrescante" realizado por el Chef Santiago Cueva del RESTAURANTE MARCANDO EL CAMINO en el escenario polivalente, como parte de la presencia del destino Quito en el Bogotá Madrid Fusión.
- ✓ Cobertura de la presentación del chef quiteño.
- ✓ 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.
- ✓ Entrega de material promocional de la ciudad.
- ✓ Entrega de 100 detalles especiales de la ciudad al equipo organizador del evento.
- ✓ Promedio de asistencia al stand: 80 personas.

VIERNES 2 DICIEMBRE/2022

- ✓ Representación de Quito Turismo En el Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión.
- ✓ Revisión de detalles logísticos de limpieza del stand.
- ✓ Programación de horario y coordinación logística de las degustaciones gastronómicas de hornado quiteño y sachamiske realizada por los chefs Galo Pillalaza y Marco Trujillo planificadas como parte de la promoción del destino Quito.
- ✓ Se articuló la presencia de Quito como un destino turístico con oferta cultural y natural donde se enfatizó la estrategia gastronómica de la ciudad que busca potenciar el destino con potencial en temas de cocina tradicional y de vanguardia.
- ✓ Participación en la Ponencia y demostración de Cocina "Quito identidad culinaria" del Chef Juan Sebastián Pérez del RESTAURANTE QUITU realizada en el Auditorio Principal como parte de la presencia de la ciudad en el evento.
- ✓ El chef presentó un menú degustación denominado "Un viaje imaginario por la línea ecuatorial" que constó de una preparación de 7 platos: 1. Llapingacho de papas nativas maduradas 90 días, 2. Milhojas de papas nativas. 3. Fritada de pulpo 4. Carpaccio de mashuas. 5. Cuy confitado. 6. Tartaleta de allulla rellena de llama estofas y 7. Espuma de cacao amazónico
- ✓ Cobertura de la presentación del chef quiteño.
- ✓ Coordinación con los corresponsales de EFE para entrevistas a chef quiteños.
- ✓ Entrega de material promocional de la ciudad.
- ✓ Reunión de trabajo con Priscila Flores- Oficina Comercial de Ecuador en Bogotá.
- ✓ Promedio de asistencia al stand: 80 personas.



Municipio de Quito

SÁBADO 3 DICIEMBRE/2022

- ✓ Representación de Quito Turismo En el Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión.
- ✓ Revisión de detalles logísticos y de limpieza del stand.
- ✓ Programación de horario y coordinación logística de las degustaciones gastronómicas de hornado quiteño y sacha miske realizada por los chefs Galo Pillalaza y Marco Trujillo planificadas como parte de la promoción del destino Quito.
- ✓ Se articuló la presencia de Quito como un destino turístico con oferta cultural y natural donde se enfatizó la estrategia gastronómica de la ciudad que busca potenciar el destino con potencial en temas de cocina tradicional y de vanguardia.
- ✓ Atención en el stand de Quito al público general que participó en la feria.
- ✓ Atención a medios de prensa y chefs importantes que visitaron el stand a quienes se entregó material promocional de la ciudad y detalles especiales de la ciudad.
- ✓ Desmontaje de degustaciones gastronómicas.
- ✓ Promedio de asistencia al stand: 150 personas.

5.3 RESULTADOS Y OPORTUNIDADES GENERADAS:

1.	Contacto con la Cámara de Comercio de Bogotá para futuras alianzas de trabajo.
2.	Contacto con la periodista Claudia Arias Villegas Periodista Gastronómica Medio Siete Caníbales – España Viaje de Prensa Gastronómico 2023
3	Contacto con la periodista Pamela Villagra Periodista Gastronómica Medio Siete Caníbales – España El Mostrador – Chile Viaje de Prensa Gastronómico 2023
4.	Entrevista promoción del destino Periodista: Carol Fior Perez Medio: Entacones TV (youtube) – Colombia
5.	Contacto Escuela de Hostelería Le Cordon Bleu Madrid Acciones de promoción conjunta durante el Congreso Madrid Fusión.



6. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

- La participación en esta feria estuvo articulada al cumplimiento de la estrategia de promoción turística del destino Quito planificada para el mercado internacional durante el 2022.
- Por otro lado la participación de la ciudad responde a la incorporación de la estrategia gastronómica de la ciudad de Quito para al fortalecimiento y posicionamiento integral del destino turístico. Esta estrategia cuenta con cuatro aristas importantes:
 - Fortalecimiento del destino turístico.
 - Recuperación productiva de la industria turística con énfasis en la generación de empleo.
 - Revalorización de la gastronomía del DMQ, con altos valores de calidad, que permitan la innovación de productos.
 - Hacer que las acciones enmarcadas en la estrategia gastronómica de la ciudad se conviertan en un mecanismo de transformación social para los trabajadores de la industria.
- Bajo este concepto y como parte del plan de acción y aplicación de la estrategia gastronómico se seleccionó la participación del destino Quito en eventos de promoción gastronómica como y el más importante Madrid Fusión en sus ediciones Bogotá y Madrid respectivamente.
- El evento estuvo enfocado fundamentalmente en la promoción de conceptos, productos y tendencias gastronómicas. De lo que se pudo evaluar en Bogotá, es una feria con enfoque gastronómico totalmente, a través de las ponencias, exhibiciones gastronómicas y comercialización de productos e insumos alimenticios se enfatiza que el objetivo está enmarcado a la promoción de temas de gastronomía. Actualmente, no tiene una articulación específica a promoción turística de destinos, quizás es el concepto que se quiere posicionar desde esta edición, al haber involucrado al destino Quito como ciudad invitada para el evento.
- Al ser el único destino presente en el evento se logró una acción promocional de alto impacto, puesto que la presencia de la ciudad, rompió totalmente el concepto y el formato regular que se genera en el evento, lo que constituyó una gran oportunidad para crear un posicionamiento de marca distinto al que se había realizado del destino, donde sus sabores y gastronomía tradicional tomaron protagonismo.
- Es importante que toda la delegación representante de la ciudad de Quito, estén articulados en el mensaje de promoción y posicionamiento turístico del destino que se quiere transmitir para aprovechar de mejor manera la presencia del destino.
- Si bien es cierto, la feria tuvo visitantes, de acuerdo a comentarios de organizadores y participantes de anteriores ediciones la afluencia de gente fue baja en comparación de otros años. Particular que no afectó a la presencia del destino, ya que al ser la única ciudad invitado se tuvo la oportunidad de generar interés e impacto.



Municipio de Quito

- Quito Turismo se transforma en una pieza clave para engranar acciones conjuntas con actores claves de la cadena productiva del DMQ que potencia el alcance de objetivos relacionados al fortalecimiento de la promoción turística, desarrollo productivo, generación de empleo, innovación de producto y oferta y; el desarrollo social.
- 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 del mercado 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.
- Evaluar de forma táctica y estratégica la participación de los aliados comerciales de AEI, puesto que si bien es cierto, promocionan sus productos de alguna manera deben ser alineados al concepto e imagen de posicionamiento de la ciudad.
- Sugerir a los chefs participantes de las degustaciones gastronómicas, elaborar un storytelling en las presentaciones de sus platos que valoricen los saberes ancestrales, históricos y la importancia dentro de la cultura de la ciudad, con el fin de generar historias que permitan el posicionamiento del destino.
- Para futuras ediciones del Bogotá Madrid Fusión y Madrid, se recomienda realizar los ajustes en el montaje del stand, condiciones logísticas, y coordinación de participación con los expositores adicionales, con el fin de fortalecer la presencia del destino de una forma consolidada y estratégica...

7. ANEXOS AL INFORME

ANEXO 1	INFORME FOTOGRÁFICO
ANEXO 2	CREDENCIAL Y AGENDA DE EVENTO
ANEXO 3	PASAJES DE AVION
ANEXO 4	FACTURAS DE GASTOS



Municipio de Quito

Elaborado por:

MARIA BELEN
PACHECO CUESTA

Firmado digitalmente por
MARIA BELEN PACHECO CUESTA
Fecha: 2022.12.09 12:04:23
05'00"

María Belén Pacheco

COORDINADORA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL
QUITO TURISMO

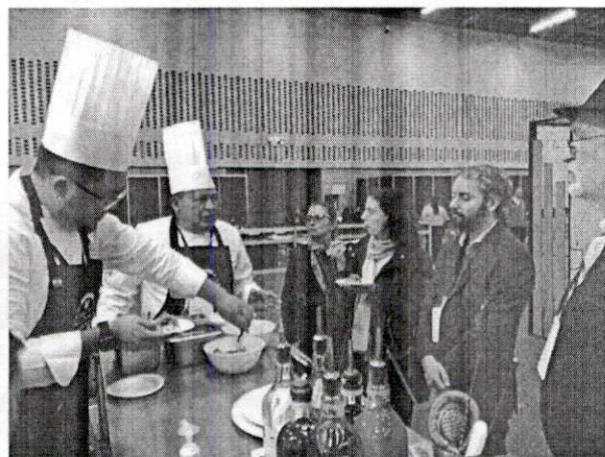
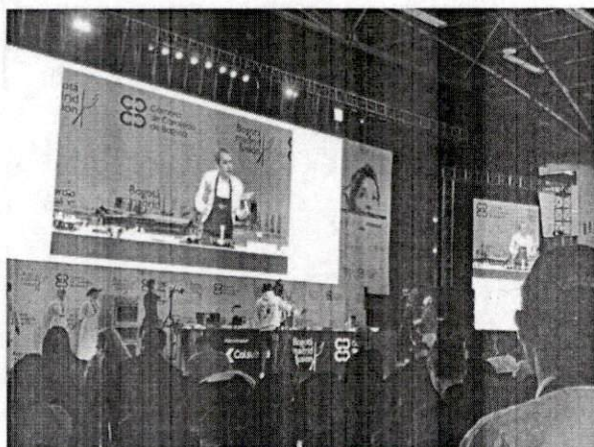
ACCIÓN	ACCIÓN	SUMILLA
REVISADO POR:	María Belén Heredia DIRECTORA DE MERCADEO	MARIA BELEN HEREDIA MEDINA Firmado digitalmente por MARIA BELEN HEREDIA MEDINA Fecha: 2022.12.09 13:04:58 05'00"

ANEXO 1 – INFORME FOTOGRÁFICO



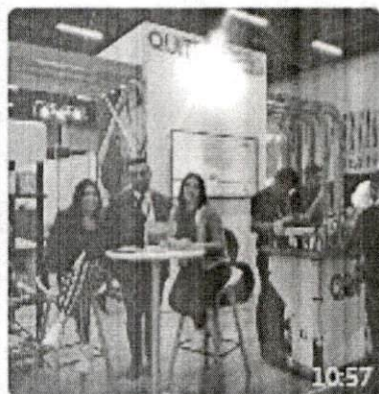


Municipio
de Quito



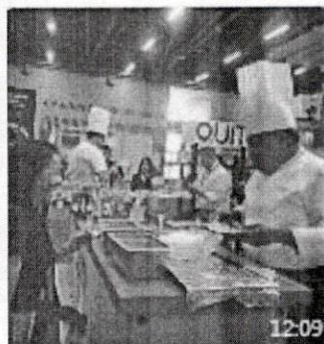
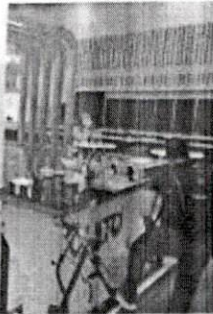


Municipio
de Quito





Municipio
de Quito





Municipio
de Quito

