



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 :
ROMO TORRES ETZON ENRIQUE

PUESTO :
DIRECTOR DE DESARROLLO

CIUDAD - PAÍS :
BOGOTÁ - COLOMBIA

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

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

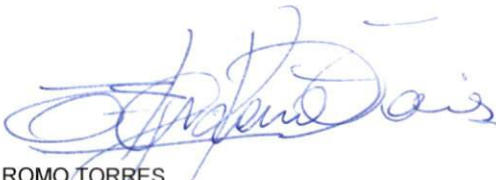
INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

PARTICIPACIÓN DE QUITO TURISMO EN CONGRESO GASTRONÓMICO BOGOTÁ MADRID FUSIÓN

ITINERARIO	SALIDA	LLEGADA	NOTA Estos datos se refieren al tiempo efectivamente utilizado en el cumplimiento de tareas oficiales o servicios institucionales desde la salida hasta la llegada al lugar de residencia o trabajo habitual o de cumplimiento de las mismas según sea el caso .			
FECHA dd-mm-aaa	11/30/2022	12/3/2022				
HORA hh:mm	5:10	23:29				
Hora Inicio de Labores el día de retorno		12/5/2022				
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	11/30/2022	5:10	11/30/2022	6:45
AEREO	LAN AIRLINES	Bogotá - Quito	12/3/2022	21:40	12/3/2022	23:29

OBSERVACIONES

FIRMA SERVIDOR / A


ETZON ROMO TORRES

NOTA

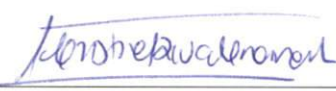
El presente informe deberá presentarse una vez que se han cumplido las tareas oficiales o servicios institucionales, caso contrario la liquidación se demorará e incluso de no presentarlo tendría que resistir los valores pagados. Cuando las tareas oficiales o servicios institucionales sea superior al 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


OSCAR LÓPEZ

MÁXIMA AUTORIDAD O SU DELEGADO/A


MARIA CRISTINA RIVADENEIRA



Quito, 09 de diciembre de 2022

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES COMISIÓN DE SERVICIOS "MADRID FUSIÓN - BOGOTA"

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 las nuevas realidades, y no solamente para Quito sino a nivel mundial, razón por la que, la nueva estrategia de promoción y difusión turística del destino Quito ha definido tres escenarios de recuperación, iniciando desde el turismo interno, luego el regional y finalmente el internacional, de acuerdo a como se han identificado las proyecciones de reactivación turística dadas por la OMT.

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.

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.



Municipio de Quito

PERFIL DEL TURISTA DE COLOMBIA

PERFIL DEL TURISTA COLOMBIANO	
Población millones (2021)	51.049.000 habitantes
Ingreso medio per cápita anual	USD 5, 191 (dólares por persona)
1.1 CARACTERÍSTICAS DEL VIAJERO	
Edad:	De 0 a 14 años (21.89%)
	De 15 a 64 años (68.72%)
	De 65 o más (9,39%)
Género:	Hombres (%) 49.10
	Mujeres (%) 50.90
Estado Civil:	Casados 36.978% Solteros 63.022%
Grado de Instrucción:	Técnica: 21.10% Superior: 14.70%
Ocupación:	Servicios/Comercio 22.023%
	Técnico/Profesional 22.023%
	Otros 14.159%
Principales intereses de viaje	Turismo de Aventura / Ecoturismo / Sol y Playa 58.20%
	Turismo por Negocios 34.60%
	Turismo por Salud y Otros 4.80%
Motivo de viaje:	Vacación, Recreo y Ocio 73.00% / Visita a Familiares y amigos 19.00% / Negocios 5.00% / Otros 3.00%
Cómo viajan:	39.00% Pareja / 29.00% Grupo / 14.00% Familia / 11.00% Solitario y el 7.00% con Amigo
Categoría de Servicio:	el 44,6% prefieren hoteles de 4 estrellas y 5 estrellas y vuelos en clase económica
1.2 PLANIFICACIÓN / ORGANIZACIÓN DE VIAJE	
Tiempo de anticipación:	56,2% planifican su viaje con un mes o menos de anticipación
Intermediación:	El 95,1% no adquieren paquetes turísticos ni usan intermediación
Medios de Información para planificar viajes:	Parten de google para buscar ofertas online
	76,5% utilizan OTA's para planificar sus viajes, siendo la principal Despegar.com
	43,9% hacen búsquedas en internet



Municipio de Quito

Gasto Promedio por viaje (sin ticket aéreo)	Entre \$ 800.00 USD a \$2,000.00 USD, pero puede gastar hasta \$6,000.00 USD.
Distribución de gasto:	26,1% Alimentación
	37,6% Hospedaje
	14,5% Transporte interno
Estadía Promedio (días):	buscan escapadas de una semana a 15 días
1.3 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	
Número de viajeros globales:	527.900
Principales plazas:	San Andrés y Providencia, Cartagena, Caribe, Golfo de Morrisquillo y Sabana, Tolima y alto Magdalena, Magdalena, Antioquia y Boyacá
Conectividad: (A Quito / A Ecuador)	Aerolíneas de conexión aérea directa:
	Avianca Quito - Bogotá
	Wingo Quito - Bogotá
	LATAM Airlines
Estacionalidad: (meses que prefieren viajar)	Último periodo del año
Vacaciones pagadas al año: (citar temporadas de vacaciones)	15 días al año
Principales competidores (Destinos Preferidos):	Europa
	Norteamérica
	Centro américa y El Caribe
	Medio Oriente
	Asia

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



Municipio de Quito

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 yaguar loco y el loco de papa; los platos fuertes son: el hornada 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.

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS TURÍSTICOS

Como cita 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, eventos, congresos, workshops, Roadshows y/o capacitaciones, en donde la promoción de un destino se la realiza directamente entre empresas turísticas que ofrecen el servicio/destino y las empresas internacionales interesadas en vender el destino aprovechando de esta manera al máximo el presupuesto de promoción.

1.2 Participación en el Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión 2022

La División de Gastronomía es la gestora de los grandes congresos internacionales especializados en temas gastronómicos, como Madrid Fusión-Alimentos de España, San Sebastián Gastronomika-Euskadi Basque Country o Bogotá Madrid Fusión, de los que es propietaria y gestora.

¿QUÉ ES MADRID FUSIÓN?

Tras cumplir 20 ediciones, Madrid Fusión-Alimentos de España se ha consolidado como el congreso gastronómico más importante del mundo. Convirtiéndose en la primera e imprescindible cita con la gastronomía nacional e internacional.

El objetivo del congreso es:



Municipio de Quito

- *Presentar e impulsar la vanguardia culinaria.*
- *Impulsar el conocimiento gastronómico.*
- *Descubrir tendencias y procesos de cambio en la alta cocina.*
- *Contribuir en la creación de la escena global gastronómica.*
- *Facilitar el acercamiento de las cocinas del mundo en un evento único.*
- *Descubrir el talento de nuevos chefs.*
- *Fomentar el debate y la reflexión acerca de la gastronomía.*
- *Convertir la asistencia en una experiencia única.*

MADRID FUSION 2022 - DATOS IMPORTANTES

- ✓ 432 Ponentes
- ✓ 65 Estrellas Michelin
- ✓ 23.500 m2 de exposición
- ✓ 1.038 periodistas acreditados
- ✓ 1.171 congresistas
- ✓ 184 expositores
- ✓ 16.500 visitantes
- ✓ 6.820 artículos en medios nacionales e internacionales
- ✓ 2.05M impacto en audiencia
- ✓ 40.4 millones € - impacto económico

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 llevará 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 «*Mil cocinas, una identidad*», la edición 2022 pretende 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.

PRIMER DÍA: contó con la participación de chefs internacionales como Narda Lapes de Argentina en la ponencia Resetearse para lograr la identidad; el español Paco Pérez (** estrellas Michelin) con su Ponencia Miramar; la chef de Bolivia Marsia Taha presentando la ponencia Cocina silvestre prehispánica ligada a la conservación biológica y natural; entre otros. Durante la jornada se realizarán dos Talleres Magistrales: el primero impartido por María Angélica Bernal del restaurante de Casa Lelyté titulado Mundo vegetal— cocina experimental que sabe a leña —, y el segundo dictado por Natalia Vázquez de Le Cordon Bleu con el nombre El valor gastronómico de las salsas.



Municipio de Quito

SEGUNDO DÍA: fueron las Ponencias a Santiago Lastra de Londres (*estrella Michelin) con Traduciendo sabores; Andreas Krolik de Alemania (***) estrellas Michelin) con su Ponencia Verano en Bogotá – Invierno en Alemania: Alta cocina creativa, estacional y vegetariana; el ecuatoriano Juan Sebastián Pérez con Quito identidad culinaria, entre otros. Tendrá dentro de su programación los Talleres Magistrales Tucupí - Productos ancestrales aplicados a la cocina contemporánea dirigido por el chef Jaime Torregrosa; Resistencia desde el manglar, taller a cargo de Rey Guerrero; y Sonido del Pacífico con un toque Mediterráneo impartido por Georges Berger del Instituto Mariano Moreno – ISMM.

TERCER DÍA: el congreso gastronómico cerro con broche de oro con la participación de Victoria Blamey, chilena establecida en Nueva York con su ponencia La identidad culinaria de una inmigrante; el español Rodrigo de la Calle (* estrella Michelin) presentará Una década de revolución verde; la participación del mexicano Édgar Núñez con la Ponencia Cocina vegetal mexicana, entre otras ponencias. Adicionalmente la jornada académica de Talleres Magistrales tendrá al chef Óscar González con su taller La versatilidad de las papas nativas, una oportunidad para el desarrollo de la gastronomía y economía de comunidades campesinas e indígenas en Colombia; a Mar Díaz con Ramen y la alacena colombiana; y a Jennifer Rodríguez con su propuesta Cuando el queso, no es queso, no hay amasijo.

Adicionalmente durante los tres días se expuso una oferta culinaria de diferentes regiones y países del mundo, donde la ciudad de QUITO tendrá un stand de presentación de destino y su oferta culinaria con el soporte de reconocidos restaurantes tradicionales de la ciudad que estarán presentando una muestra del hornado y el miske quiteño.

Formato del Congreso

- **Modalidad:** Presencial
- **Auditorio Principal:** el congreso reunió 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 participaron las mejores empresas y marcas del mundo de la gastronomía, además de los destinos con potencial gastronómico.
Cada empresa participante interactuó con los asistentes mediante la colocación de las distintas activaciones dentro de sus stands.

Asistentes del evento:

- ❖ Acceso exclusivo a los congresistas nacionales e internacionales registrados.



Municipio de Quito

- ❖ Prensa invitada nacional e internacional.
- ❖ Público profesional.
- ❖ Público general.

QUITO, CIUDAD INVITADA MADRID FUSIÓN

A través de una carta emitida en la ciudad de Madrid, el 8 de septiembre del 2022, Benjamín Lana, Director General de Vocento Gastronomía y Vicepresidente de Madrid Fusión, a María Cristina Rivadeneira, Gerente General de Quito Turismo que manifiesta el interés de nombrar a Quito como CIUDAD INVITADA para los congresos: XXI CUMBRE INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA MADRID FUSIÓN-Alimentos de España 2023 a desarrollarse los días 23, 24 y 25 de enero en Madrid y el Congreso Bogotá Madrid Fusión 2022 que se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá del 1 al 3 diciembre.

La propuesta de colaboración de Quito para estos dos eventos incluida dentro de la estrategia de promoción de destino para mercados internacionales y la estrategia de desarrollo del producto gastronómico quiteño incluye:

- Categoría CIUDAD INVITADA en exclusiva para QUITO en las ediciones 2023 de MADRID FUSIÓN –ALIMENTOS DE ESPAÑA y BOGOTÁ MADRID FUSIÓN.
- Patrocinio de una demostración de cocina en el escenario del auditorio principal, día, hora y nombre de la demostración a determinar por la organización de Madrid Fusión.
- 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.
- Presencia de la marca QUITO (logo) en todo tipo de publicaciones editadas con motivo de ambos congresos.
- Presencia de marca en web, catálogo de empresas participantes y en la guía del visitante como ciudad invitada.
- Mención destacada en RRSS y presencia en www.madridfusion.net
- Inserción de una doble página de publicidad en el libro oficial de Madrid Fusión – Alimentos de España. Creatividad de la doble página responsabilidad de Quito.
- Inserción de 1 banner en www.madridfusion.net

Presencia del Destino QUITO

1. Ponencia y demostración de Cocina. Chef Juan Sebastián Pérez "*Quitú identidad culinaria*" – RESTAURANTE QUITU. Auditorio Principal.
2. Demostración de Cocina. Chef Santiago Cueva "*El Chocolate es un postre refrescante*" – RESTAURANTE MARCANDO EL CAMINO. Escenario Polivalente.
3. Degustación del hornado quiteño. Chef Galo Pillalaza. RESTAURANTE COSITAS FINAS DE LA FLORIDA. Stand de Quito.
4. Degustación del miske quiteño. Chef Marco Antonio Trujillo. TRIBUTO RESTAURANTE. Stand de Quito.



Municipio de Quito

ANÁLISIS TÉCNICO DE ACTIVIDADES

La participación de la ciudad responde a la incorporación de la estrategia gastronómica, al fortalecimiento del destino turístico del DMQ, esta estrategia cuenta con cuatro aristas importantes:

1. Una encaminada al fortalecimiento del destino turístico.
2. La segunda busca la recuperación productiva de la industria turística con énfasis en la generación de empleo.
3. Una tercera que busca la revalorización de la gastronomía del DMQ, con altos valores de calidad, que permitan innovar sus productos.
4. Y la cuarta que pretende convertir a la estrategia gastronómica como un mecanismo de transformación social para los trabajadores de la industria.

Bajo este marco se seleccionó la participación en eventos como el de Madrid Fusión - Bogotá, cuyo objetivo lo describimos a continuación:

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, posicionando de esta manera un nuevo producto turístico de alto impacto que fortalece el posicionamiento de Quito como un destino turístico referente en la región.

Bajo este objetivo se definió las delegaciones y en este marco se designaron actividades claras para los participantes a la feria, en el caso de: Etzon Romo. Director de Desarrollo:

- ✓ Representación de Quito Turismo
- ✓ Vocería oficial de la ciudad y actividades.
- ✓ Brindar toda la información y herramientas necesarias para dar respuesta a los requerimientos e inquietudes sobre el destino turístico a los asistentes al evento.
- ✓ Coordinación de chefs ecuatorianos parte de la misión comercial de Quito.
- ✓ Atención de medios de prensa y actores turísticos del evento.

Finalmente adjuntamos la agenda de trabajo propuesta para la participación:



Municipio de Quito

AGENDA DE TRABAJO

FECHAS	ACTIVIDADES
30 NOVIEMBRE 2022	Inicio de Misión Comercial Salida desde Quito- Bogotá – Colombia - Revisión de stand y montaje - Coordinación logística de delegación de Quito. - Entrega de acreditaciones Alojamiento Bogotá
1 DICIEMBRE 2022	Participación en Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión Lugar: CORFERIAS 08H00-19H00 Alojamiento Bogotá
2 DICIEMBRE 2022	Participación en Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión Lugar: CORFERIAS 08H00-19H00 Alojamiento Bogotá
3 DICIEMBRE 2022	Participación en Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión Lugar: CORFERIAS 08H00-19H00 Retorno Bogotá-Quito

2.2 DETALLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS

30 de noviembre de 2022: Inicio de Misión Comercial

Salida desde Quito- Bogotá – Colombia

- Revisión de stand y montaje.- Identificación de menajes de apoyo para presentación gastronómica.
- Coordinación logística de delegación de Quito.- Identificación de equipos y equipamientos para la producción de degustaciones en el stand de Quito.
- Entrega de acreditaciones.- Se identificaron problemas con las acreditaciones, estas no estuvieron preparadas y el equipo tramito y gestiona nuevas acreditaciones para el equipo, mientras tanto se entregaron pases temporales.

Alojamiento Bogotá. El alojamiento se realizó en el hotel NH Royal Urban 26.



Municipio de Quito

1 de diciembre de 2022

Participación en Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión:

- Participación en entrevistas a medios locales e internacionales.
- Presentación de la estrategia gastronómica del DMQ, a visitantes.
- Coordinación con equipo Madrid Fusión para difundir videos promocionales de la ciudad y chefs participantes en ponencias.
- Coordinación con equipos participantes a la feria para buscar sinergias en el fortalecimiento de la estrategia gastronómica.
- Identificación de actores interesados en potenciar estrategia gastronómica
- Participación en la ponencia de Santiago Cueva, restaurante MARCANDO EL CAMINO.
- Cierre del día

Lugar: CORFERIAS
08H00-20H00

Alojamiento Bogotá

2 de diciembre de 2022

Participación en Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión

Participación en entrevistas a medios locales e internacionales.

- Presentación de la estrategia gastronómica del DMQ, a visitantes.
- Coordinación con equipo Madrid Fusión para difundir videos promocionales de la ciudad y chefs participantes en ponencias.
- Coordinación con equipos participantes a la feria para buscar sinergias en el fortalecimiento de la estrategia gastronómica.
- Identificación de actores interesados en potenciar estrategia gastronómica: Reunión con Subsecretario de la Producción de Colombia, que está interesado en entender nuestra estrategia la misma que es compatible con la de Colombia "Colombia a la mesa" estrategia gastronómica que vincula al turismo y a la industria de alimentos.
- Participación en la ponencia de Juan Sebastián Pérez, restaurante QUITU.
- Cierre del día

Lugar: CORFERIAS
08H00-19H00

Alojamiento Bogotá

3 de diciembre de 2022

Participación en Congreso Gastronómico Bogotá Madrid Fusión

Participación en entrevistas a medios locales e internacionales.

- Presentación de la estrategia gastronómica del DMQ, a visitantes.
- Coordinación con equipo Madrid Fusión para difundir videos promocionales de la ciudad y chefs participantes en ponencias.
- Coordinación con equipos participantes a la feria para buscar sinergias en el fortalecimiento de la estrategia gastronómica.
- Identificación de actores interesados en potenciar estrategia gastronómica.
- Coordinación logística para cierre de stand.
- Coordinación para la emisión del paz y salvo para abandonar la feria.



Municipio de Quito

- Coordinación con contratista para cuadrar el desmontaje y recolección de material promocional de Quito.
- Desplazamiento a aeropuerto.

Lugar: CORFERIAS
08H00-18H00

Retorno Bogotá - Quito

Galería de imágenes:

Imagen No 1: Montaje de Stand EP - Quito Turismo





**Municipio
de Quito**

Imagen No 2: Presentación de productos gastronómicos 1 de diciembre 2022





**Municipio
de Quito**

Imagen No 3: Presentación de estrategia gastronómica a actores internacionales 1 de diciembre 2022



Imagen No 4: Presentación de ponencia de Santiago Cueva restaurante Marcando el Camino, representante del DMQ





Municipio
de Quito





**Municipio
de Quito**

Imagen No 5: Presentación de productos gastronómicos en el Stand, Cosas finas de la Florida a prensa especializada.





Municipio
de Quito





**Municipio
de Quito**

Imagen No 6: Presentación de ponencia de Juan Sebastián Pérez restaurante QUITU,
representante del DMQ



Imagen No 7: Presentación de productos gastronómicos del DMQ





**Municipio
de Quito**

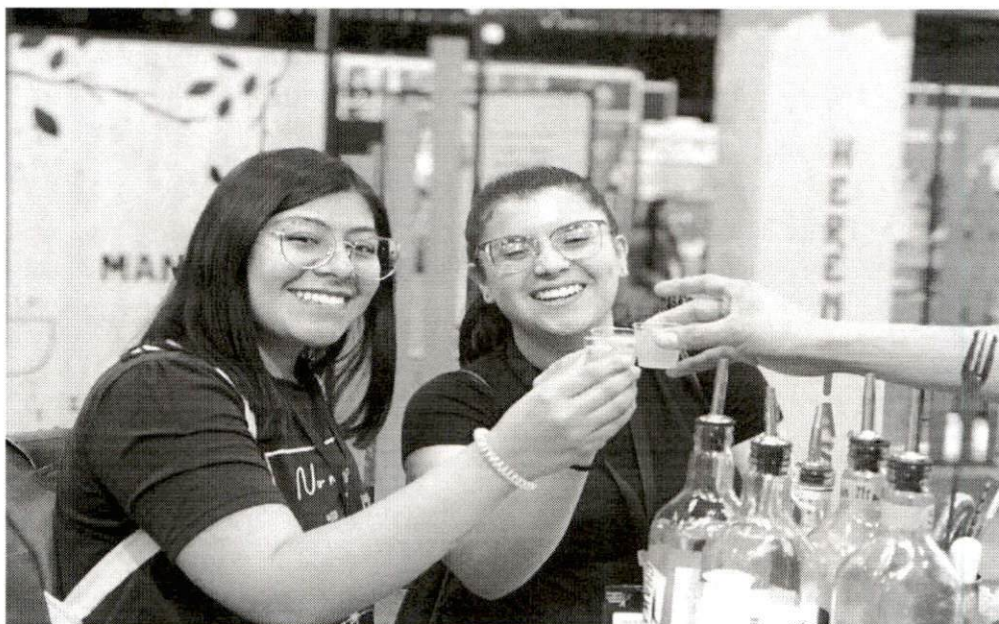


Imagen No 8: Equipo de trabajo en Madrid Fusión - Bogotá 3 de diciembre





Municipio de Quito

RESULTADOS Y OPORTUNIDADES GENERADAS:

- Coordinación con Bogotá para buscar intercambio de experiencias con el Min de la Producción de Colombia ya que cuenta con estrategia similar para vincular turismo y gastronomía.
- Identificar actores internacionales que pueden participar en la estrategia gastronómica en Quito.
- Posicionamiento de la ciudad como destino gastronómico a nivel internacional.
- Reposicionar el destino turístico del DMQ.
- Promoción y difusión del destino turístico del DMQ en medios de comunicación nacional e internacional.

CONCLUSIONES

- La oferta gastronómica, de Quito, se transforma en un detonador de viajes, su estrategia, y en este proceso su promoción se transforman en un elemento clave para el desarrollo productivo y la generación de empleo.
- Madrid fusión sirve para la generación de vínculos con cocinero, meseros, productores agrarios, transportistas, y otros más que intervienen en la cadena productiva, en este marco Quito Turismo se transforma en una pieza clave para engranar acciones conjuntas con actores claves del Municipio de Quito, los mismos que tienen como objetivos el desarrollo productivo, la generación de empleo, el desarrollo social.
- El turismo gastronómico también busca fortalecer las áreas rurales, con procesos claves de conservación de los recursos naturales los mismo que incluyen un trabajo fuerte en el manejo responsable de la biodiversidad.
- Quito Turismo deberá generar propuestas que vinculen los atractivos turísticos urbanos y rurales con la mejor muestra gastronómica del territorio, una herramienta fundamental, son la implementación de rutas vinculadas con la gastronomía "Quito en su mesa", en este proceso la promoción de micro destinos es fundamental.
- Por otra parte Quito Turismo debe seguir la implementación de programas de formación para el mejoramiento continuo del catastro de alimentos y bebidas a través de la Dirección de calidad.
- Quito Turismo, tiene que generar proyectos con la academia para implementar procesos de acompañamiento a la industria para el mejoramiento del servicio al interior de la industria ya que esta es una gran falencia en el área y en el área rural.
- Buscar la innovación en el fortalecimiento del destino, es una materia que debe implementarse, para generar nuevos productos que hagan atractivo al DMQ y que los visitantes puedan explorar su riqueza, en este caso la gastronomía es un bien cultural, patrimonial que sirve de gancho para atraer más visitantes, es implica que la empresa genere una guía gastronómica sostenida en los elementos de calidad, en su producción, servicio y la capacidad de brindar experiencias nuevas a los turistas locales, nacionales e internacionales.
- Quito Turismo deberá contar con una propuesta de promoción y difusión de la estrategia gastronómica del DMQ, vinculada a la revalorización de la cocina



Municipio de Quito

patrimonial y las otras tendencias, permitiendo así mostrar el movimiento que se está generando a través de los restaurantes, huecas y mercados que existen.

- Finalmente, se deben atar indicadores de resultado a la estrategia gastronómica para poder medir su eficacia y replantear acciones que permitan seguir fortaleciendo la misma.

1. ANEXOS AL INFORME

- ✓ *FACTURAS DE HOTEL Y GASTOS*
- ✓ *Tickets aéreos y pases a bordo*

Elaborado por:



Firmado electrónicamente por:
**ETZON ENRIQUE
ROMO TORRES**

Etzon Romo Torres
DIRECTORA DE DESARROLLO



**Municipio
de Quito**

ANEXOS: