



Tu historia comienza en Quito

INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES

Nro. DE INFORME : EPMGDT-GT-2023-0003

FECHA DE INFORME: 31/01/2023

DATOS GENERALES

APELLIDOS - NOMBRES DE LA O EL SERVIDOR :
Etzon Romo Torres

PUESTO :
DIRECTOR DE DESARROLLO

CIUDAD - PAÍS :
MADRID - ESPAÑA

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

SERVIDORAS / ES QUE INTEGRAN EL CUMPLIMIENTO DE TAREAS OFICIALES O SERVICIOS INSTITUCIONALES:
CRISTINA RIVADENEIRA, MARÍA BELÉN HEREDIA, JOSÉ GUERRA & FABRICIO CEVALLOS

INFORME DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS ALCANZADOS

PARTICIPACIÓN DE QUITO TURISMO EN CONGRESO GASTRONÓMICO 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		21/1/2023	22/1/2023				
HORA hh:mm		18:50	17:00				
Hora Inicio de Labores el día de retorno		27/1/2023					
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	IBERIA	Quito - Madrid	21/1/2023	18:50	22/1/2023	11:10	
AEREO	IBERIA	Madr- Quito	26/1/2023	11:50	26/1/2023	17:00	

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



**INFORME DE CUMPLIMIENTO DE ACTIVIDADES EN LA COMISIÓN DE
SERVICIOS PARA LA PARTICIPACIÓN DE QUITO
EN EL CONGRESO GASTRONÓMICO "MADRID FUSIÓN
MADRID ESPAÑA "**

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 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.

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:

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.



Municipio de Quito

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 España lo que amplía las posibilidades para que más personas puedan venir a Quito a conocer toda su oferta turística, alineada a las nuevas tendencias marcadas por la pandemia.

Finalmente, en la Dirección de Desarrollo se esta generando una propuesta de "ESTRATEGIA GASTRONÓMICA DEL DMQ", la cual tiene dos objetivos:

1. Recuperar la gastronomía tradicional, vinculada al patrimonio cultural, y;
2. La gastronomía como instrumento de transformación social.

Bajo una sola óptica, fortalecer el destino turístico.

PERFIL DEL TURISTA DE ESPAÑA

PERFIL DEL TURISTA ESPAÑOL	
Población millones (2021)	46'720.000
Ingreso medio per cápita anual	€ 25.900,00 / USD 29.977,96 (dólares por persona)
1.1 CARACTERÍSTICAS DEL VIAJERO	
Edad:	De 60 años y + (8,1%) (Baby Boomers)
	De 40 a 59 años (35,4%) (Generación X / Boomers)
	De 20 a 39 años (23%) (Millenials)



Municipio de Quito

Género:	De 0 a 19 años (33,5%) (Centennials)
	Hombres 60,3%
Estado Civil:	Mujeres 39,7%
Grado de Instrucción:	Casado o Unión libre 49,3% Soltero 43,4% Divorciado o Viudo 7,3% <i>*168.989 matrimonios (tasa de nupcionalidad 3,64%)</i>
Ocupación:	Superior 54,4% Posgrado 26,5% Básica 21,1% <i>* Tasa de alfabetización 98,8%</i>
	Profesional Técnico 45,1% Servicios y Comercio 22,8% Profesional Ejecutivo 14,9% Estudiante 9,2% Otros 8% <i>* Tasa de desempleo del 14,8%</i>
	Turismo Cultura y patrimonio
Principales intereses de viaje	Experiencias reales, historias y personajes locales.
	Gastronomía
	Turismo de Aventura y Deportes
Motivo de viaje:	Turismo de Sol y Playa
Cómo viajan:	Vacación, recreo, ocio: 49,2% Visita a familiares y amigos: 24,9% Negocios: 19,3% Otros motivos personales: 6,7%
Categoría de Servicio:	Solos: 56,1% Acompañado: 43,9% (grupo promedio de 3 personas)
1.2 PLANIFICACIÓN / ORGANIZACIÓN DE VIAJE	
Tiempo de anticipación:	Más de 5 meses: 32,1% De 2 a 4 meses: 38,1% 1 mes o menos: 29,9% <i>*El español es viajero last minute en distancias cortas.</i>
Intermediación:	Uso de Paquete Turístico: 16,9% Organiza su visita por cuenta propia: 83,2% <i>* El 69% de los españoles gestiona íntegramente sus viajes a través de Internet y un 66,3% incluso reserva siempre todo online para poder personalizar mejor el servicio y escoger aquello que mejor se adapta a sus necesidades concretas. El gran peso que ha ganado Internet en la última década como motor de búsqueda y contratación lo ha posicionado como el canal favorito de los viajeros españoles: el 59,6% afirma rotundamente que lo prefiere para organizar su viaje, antes que las agencias tradicionales. Solo en la franja de edad más mayor (a partir de los 55 años), la proporción cambia y el 53,2% de ellos se decanta por las</i>



Municipio de Quito

	<i>agencias porque prefieren recibir un trato directo de una persona especializada. Madrileños (68,4%), murcianos (67,8%) y baleares (64,3%) destacan como los que prefieren en mayor medida organizar sus viajes a través de Internet.</i>
Medios de Información para planificar viajes:	Internet: 52,1% OTAS: Trip Advisor: 31,5% Booking: 19,3% Otros: 49,2%
	Agencias de viajes: 17,3%
	TV/Otros medios: 6,4%
Gasto Promedio por viaje (sin ticket aéreo)	Más de \$2.000,00 : 18,6% De \$1.000,00 a \$1.999,00 : 28,4% Menos de \$1.000,00 : 53,0 % Gasto Promedio: \$1.455,8 (por turista por 14 noches) * Gasto en país * Gasto sin tomar en cuenta pasaje aéreo
Distribución de gasto:	Alojamiento: 31,1% Alimentación: 22,3% Otros Gastos: 18,6% Transporte Interno: 13,7% Compras: 9,6% Actividades Turísticas: 4,6%
Estadía Promedio (días):	15 días / 14 noches en el país.
1.3 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	
Número de viajeros globales:	17'031 millones de viajes (2017)
Principales plazas:	Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao
Conectividad: (A Quito / A Ecuador)	Aerolíneas de conexión aérea directa:
	Iberia (L. Mie. J. V. S. D)
	Air Europa (L. Mie. V)
	LATAM (L. M. Mie, J. V. S. D) KLM (L. M. Mie, J. V. S. D)
Estacionalidad: (meses que prefieren viajar)	Marzo y Abril (Semana Santa) Mayo, Junio, Julio, Agosto, Noviembre y Diciembre



Municipio de Quito

Vacaciones pagadas al año: (citar temporadas de vacaciones)	22 días laborables al año o 30 días naturales
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 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.

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



Municipio de Quito

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.

Participación en el Congreso Gastronómico Madrid Fusión 2023

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:

- *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.*

Bajo el lema «Gastronomía Sin Límites»,. Esta edición reivindica el momento de diversidad que vive la cocina contemporánea, que nunca como hasta ahora se había manifestado de forma tan infinita y diferente, sin barreras y sin seguir una misma clave o tendencia.

Adicionalmente durante los tres días se expondrá de 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 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.
- **Escenario:** es la zona expositiva donde participan las mejores empresas y marcas del mundo de la gastronomía, además de los destinos con potencial gastronómico.



Municipio de 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

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 llevó 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. Alejandro Chamorro *"Ecuador entre latitudes y hemisferios"* – RESTAURANTE NUEMA.
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

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
- ✓ Supervisión del montaje.
- ✓ Coordinación de las activaciones promocionales de la ciudad.
- ✓ Entrega de material promocional.
- ✓ Brindar toda la información y herramientas necesarias para dar respuesta a los requerimientos e inquietudes sobre el destino turístico a los asistentes al evento

ALCANCE

Al ser uno de los congresos más importantes a nivel internacional dedicado a la gastronomía, existirán varios medios de prensa que estarán realizando cobertura dentro del recinto ferial, lo cual nos permitirá tener un importante alcance a nivel internacional, además de las ponencias que se realizarán por parte de chefs quiteños serán atendidas por los principales chefs e industria de alimentos europea.

- ✓ 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

AGENDA DE TRABAJO

FECHAS	ACTIVIDADES
21 ENERO 2023	<i>Inicio de Misión Comercial</i> <i>Salida desde Quito- Madrid – España</i> <i>Vuelo transatlántico duración aprox 12 horas</i>
22 ENERO 2023	<i>Llegada a Madrid</i> <i>Actividades adicionales a la agenda de Madrid Fusión</i> - Revisión de stand y montaje - Coordinación logística de delegación de Quito. - Entrega de acreditaciones <i>Alojamiento Madrid</i>



Municipio de Quito

23 ENERO 2023	Participación en Congreso Gastronómico Madrid Fusión Lugar: IFEMA 08H00-19H00 <i>Alojamiento Madrid</i>
24 ENERO 2023	Participación en Congreso Gastronómico Madrid Fusión Lugar: IFEMA 08H00-19H00 <i>Alojamiento Madrid</i>
25 ENERO 2023	Participación en reunión de trabajo con la Organización Mundial del Trabajo – OMT Lugar: Edificio OMT Madrid 09H30 – 11H30 Participación en Congreso Gastronómico Madrid Fusión Lugar: IFEMA 12H30-19H00 <i>Alojamiento Madrid</i>
26 ENERO 2023	<i>Retorno a Quito</i>

DETALLE DE ACTIVIDADES REALIZADAS

21 de enero de 2023: Inicio de Misión Comercial

Salida desde Quito- Madrid – España
Vuelo transatlántico duración aprox 12 horas

22 de enero de 2023: Llegada a Madrid

- Alojamiento en hotel
- Traslado al centro de exposiciones IFEMA, ubicado en las afueras de la ciudad de Madrid.
- Revisión de stand y montaje. - Entrega de material promocional en IFEMA, pabellón 14 en donde se desarrolló el congreso gastronómico, en el stand de la ciudad de Quito.
- Coordinación logística de delegación de Quito. - Identificación de equipos y equipamientos para la producción de degustaciones en el stand de Quito.
- Entrega de acreditaciones. - Las acreditaciones, ya se generaron por medios electrónicos por parte de la directora de Mercadeo, las mismas que fueron canjeadas el primer día de arranque de la feria.

Alojamiento en Madrid: El alojamiento se realizó en el Hotel PETIT PALACE TRIBALL***



Municipio de Quito

Lugar: IFEMA
14H00-18H00

23 de enero de 2023: Participación en el congreso

- Participación en el congreso gastronómico "MADRD FUSIÓN":
 - o Canje de acreditaciones para el ingreso al congreso.
 - o Apoyo en el montaje de material promocional, de la EP Quito Turismo, como de las empresas que participan del comité de la estrategia gastronómica nacional, cuyo ente articulador es la Agencia para el emprendimiento y la innovación en el Ecuador.
 - o Apoyo en la difusión de la estrategia gastronómica del DMQ, a los asistentes al stand de la ciudad de Quito.
 - o Apoyo logístico para la secuencia de ponencias en el stand de la ciudad de Quito.
 - o Visita en la feria a ciudades y países participantes, que cuentan con estrategia gastronómica vinculada a la promoción turística, con la finalidad de recoger lecciones aprendidas y propuestas de trabajo, esta información se encuentra reposando en manos del equipo técnico de la dirección.
 - o Apoyo en el desmontaje de material promocional, de la EP Quito Turismo, como de las empresas que participan del comité de la estrategia gastronómica nacional, cuyo ente articulador es la Agencia para el emprendimiento y la innovación en el Ecuador.
 - o Traslado a la ciudad de Madrid, hotel.
 - o Cierre del día.

Lugar: IFEMA
08H00-19H00

Alojamiento en Madrid: El alojamiento se realizó en el Hotel PETIT PALACE TRIBALL***

24 de enero de 2023: Participación en el congreso

- Participación en el congreso gastronómico "MADRD FUSIÓN":
 - o Apoyo en el montaje de material promocional, de la EP Quito Turismo, como de las empresas que participan del comité de la estrategia gastronómica nacional, cuyo ente articulador es la Agencia para el emprendimiento y la innovación en el Ecuador.
 - o Apoyo en la difusión de la estrategia gastronómica del DMQ, a los asistentes al stand de la ciudad de Quito.
 - o Apoyo logístico para la secuencia de ponencias en el stand de la ciudad de Quito.
 - o Visita en la feria a ciudades y países participantes, que cuentan con estrategia gastronómica vinculada a la promoción turística, con la finalidad de recoger lecciones aprendidas y propuestas de trabajo, esta información se encuentra reposando en manos del equipo técnico de la dirección.
 - o Participación en la ponencia del Chef Santiago Cueva, restaurante Marcando el camino



Municipio de Quito

- Apoyo en el desmontaje de material promocional, de la EP Quito Turismo, como de las empresas que participan del comité de la estrategia gastronómica nacional, cuyo ente articulador es la Agencia para el emprendimiento y la innovación en el Ecuador.
- Traslado a la ciudad de Madrid, hotel.
- Cierre del día.

Lugar: IFEMA
08H00-19H00

Alojamiento en Madrid: El alojamiento se realizó en el Hotel PETIT PALACE TRIBALL***

25 de enero de 2023: Participación en el congreso

- **Participación en la reunión con la Organización Mundial del Turismo:**
 - Se mantuvo reunión de trabajo con el director para las Américas de la OMT, su equipo técnico en el que se trataron los siguientes temas:
 - Sistema de información turística.
 - Turismo rural
 - Rutas gastronómicas.
 - Observatorio turístico.

Anexo No 1, ayuda memoria de la reunión de trabajo, en la que constan acuerdos y compromisos.

Lugar: Edificio OMT Madrid
09H30 – 11H30

- **Participación en el congreso gastronómico "MADRD FUSIÓN":**
 - Apoyo en la difusión de la estrategia gastronómica del DMQ, a los asistentes al stand de la ciudad de Quito.
 - Apoyo logístico para la secuencia de ponencias en el stand de la ciudad de Quito.
 - Visita en la feria a ciudades y países participantes, que cuentan con estrategia gastronómica vinculada a la promoción turística, con la finalidad de recoger lecciones aprendidas y propuestas de trabajo, esta información se encuentra reposando en manos del equipo técnico de la dirección.
 - Apoyo en el desmontaje de material promocional, de la EP Quito Turismo, como de las empresas que participan del comité de la estrategia gastronómica nacional, cuyo ente articulador es la Agencia para el emprendimiento y la innovación en el Ecuador.
 - Traslado a la ciudad de Madrid, hotel.
 - Cierre del congreso.

Lugar: IFEMA
12H30-19H00

Alojamiento en Madrid: El alojamiento se realizó en el Hotel PETIT PALACE TRIBALL***



Municipio de Quito

RESULTADOS Y OPORTUNIDADES GENERADAS

- Dimensionamiento de la potencialidad de la Ciudad de Quito en la participación de eventos internacionales gastronómicos, el mismo que buscara llevar mas oferta gastronómica hacia los lugares en donde se lleven a cabo los congresos.
- 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.
- Incorporar nuevos productos como RUTAS GASTRONÓMICAS entre ciudades. Se diseñará ruta gastronómica entre Manabí y el DMQ, para potenciar los destinos, en coordinación con la AEI.
- Vincular a la OMT, para la generación de capacidades, para desarrollar metodologías que permitan vincular atractivos turísticos con la gastronomía mas relevante de los territorios.
- Buscar aliados estratégicos para el trabajo con pequeños y medianos productores.

CONCLUSIONES

Congreso gastronómico:

- Incorporar a las rutas turísticas de la ciudad el componente gastronómico.
- Implementar rutas gastronómicas con territorios complementarios.
- Diseñar e impulsar una estrategia de promoción de la gastronomía tradicional.
- Vincular la propuesta de turismo gastronómico de Quito a la propuesta nacional.
- 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.
- Buscar articulaciones con el sector productivo para vincular ruedas de negocio junto a la oferta gastronómica, y junto a los atractivos turísticos a nivel rural.

Organización Mundial del Turismo

Tema 1: Sistema de información turístico:

- Vincular indicadores sociales y medio ambientales. Como indicadores asociados. Medir el impacto económico, social, medio ambiental en el turismo.
- Reunión de trabajo para presentar el sistema de información turística de la ruralidad. Fecha: por definir con Gerencia técnica en función de agenda de la Gerencia General.



Municipio de Quito

- Sistema de información:
 - Conocer casos de estudio. Big data,
- EP-Quito Turismo buscará financiamiento para asistencia técnica de la Organización Mundial de Turismo.
- Vincular un observatorio de turismo, en la propuesta de trabajo.

Tema 2: Turismo rural.

- Participar en el concurso mundial de turismo rural.
- Proyecto piloto en el área de medición en comunidades rurales.
- Reunión de Trabajo, por definir.

Tema 3: Turismo gastronómico

- Colaboraciones:
 - Turismo gastronómico
 - Invitación al evento mundial en San Sebastián.
 - Reunión de trabajo, pendiente la fecha

Tema 4: Observatorio Turístico: Los observatorios deben contar con al menos tres actores clave: Academia, sector público y privado.

- OMT, se compromete en enviar información para ser parte de la red mundial de observatorios.
 - Intercambio de experiencias.
 - Reunión por definir.

Etzon Romo Torres
Director de Desarrollo
QUITO TURISMO

ACCIÓN	NOMBRE	SUMILLA
Aprobado por:	Oscar López Gerente Técnico	



**Municipio
de Quito**

GALERIA FOTOGRÁFICA

Gráfico No 1. Montaje del stand Ciudad de Quito



Gráfico No 2. Montaje del stand Ciudad de Quito





**Municipio
de Quito**

Gráfico No 3. Presentación de estrategia gastronómica a visitantes al stand de Quito.



Gráfico No 4. Equipo técnico participante en el congreso gastronómico





**Municipio
de Quito**

Gráfico No 5. Ponencia del Chef Alejandro Chamorro, auspiciado por EP Quito Turismo ✓

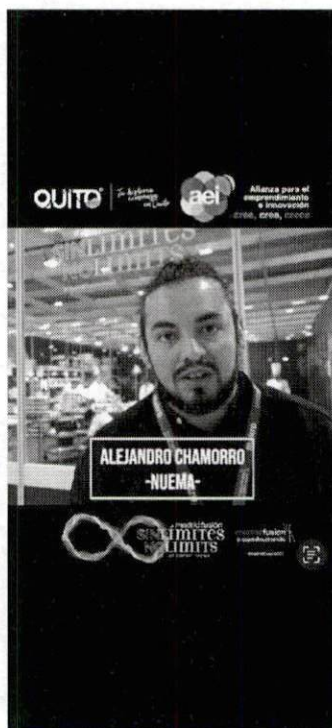
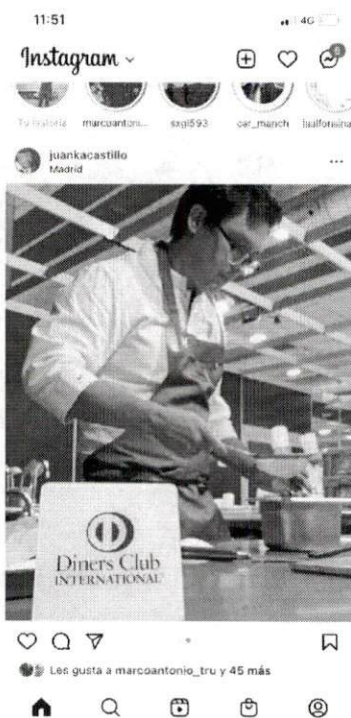


Gráfico No 5. Ponencia del Chef Santiago Cueva, auspiciado por EP Quito Turismo ✓





**Municipio
de Quito**

Gráfico No 6. Reunión con la Organización Mundial del Turismo ✓



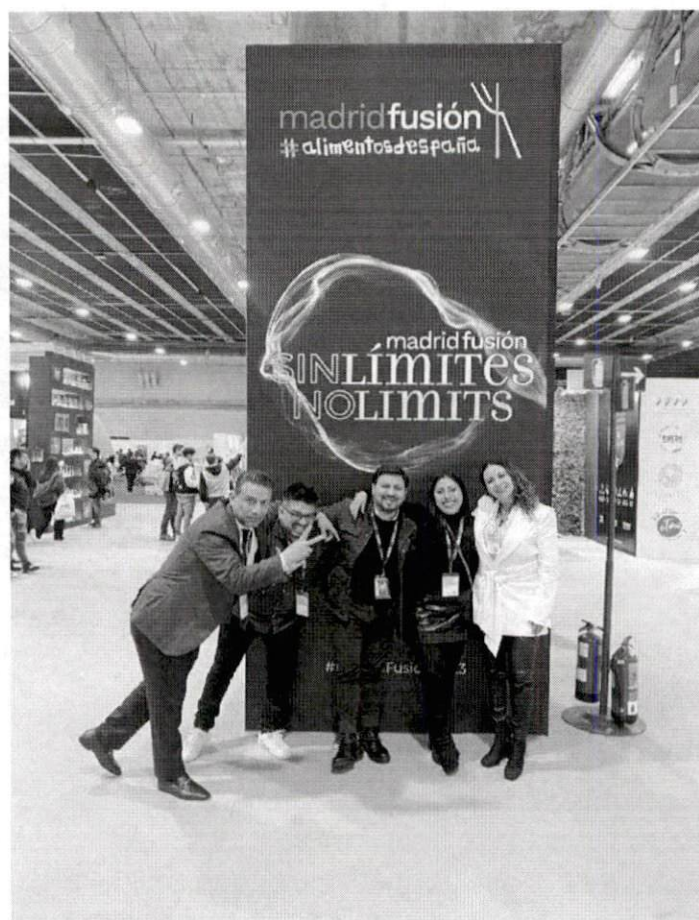
Gráfico No 7. Reunión con la Organización Mundial del Turismo ✓





**Municipio
de Quito**

Gráfico No 7. Equipo técnico y Gerencia General en el cierre del congreso gastronómico



REUNIÓN ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Y LA EMPRESA PÚBLICA QUITO TURISMO (EP-QT)

Fecha: Madrid 25 de enero de 2023

Objetivo:

- Fortalecer las capacidades técnicas de la EP-QT, a través de la asistencia técnica de la Organización Mundial del Turismo

Participantes:

OMT:

- Gustavo Santos. Director para las Américas para la OMT.
- Patricia Carmona. Oficial de programas
- Michel Julián. Análisis de tendencias.
- Lorena Villar. Responsable Turismo Urbano. Gestión de destinos.
- Esther Ruiz. Área de las américas.

QUITO TURISMO:

- Cristina Rivadeneira. Gerente General. EP-QT.
- Fabricio Cevallos. Director de Comunicación. EP-QT
- Etzon Romo. Director de Desarrollo. EP-QT

TEMAS POR TRATAR:

1. Sistema de información turística.
2. Turismo rural
3. Rutas gastronómicas.
4. Observatorio turístico.

Desarrollo de la reunión:

En el marco del tema 1, Sistemas de información turístico, se identifican algunas interrogantes que deben ser tratadas al momento de implementar un sistema de información T.

1. ¿Qué pasa desde la demanda, como nos ven los demás, porque vienen y porque no vienen a Quito?
2. Incorporar la visión del país en la propuesta del sistema de información.
3. La gente que entra vine por lo urbano y luego va por lo rural (allí se debe vender las parroquias)
4. Pensarle a Quito vinculada al Ecuador, luego vincularse a la región.
5. ¿Análisis de la conectividad, saber con qué mercados estas conectados y con cuales no?
6. El turismo siempre funciona por proximidad. Entenderse como un todo. Vincular a las principales ciudades al modelo. Prefectura de Pichincha, Quito, Cuenca, Manabí, Amazonía, ... otros.

7. Ser capaz de leer la demanda, en redes sociales, luego te producen datos cualitativos.

Líneas de acción:

Tema 1: Sistema de información turístico:

- Vincular indicadores sociales y medio ambientales. Como indicadores asociados. Medir el impacto económico, social, medio ambiental en el turismo.
- Reunión de trabajo para presentar el sistema de información turística de la ruralidad. Fecha: por definir con Gerencia técnica en función de agenda de la Gerencia General.
- Sistema de información:
 - Conocer casos de estudio. Big data,
- EP-Quito Turismo buscará financiamiento para asistencia técnica de la Organización Mundial de Turismo.
- Vincular un observatorio de turismo, en la propuesta de trabajo.

Tema 2: Turismo rural.

- Participar en el concurso mundial de turismo rural.
- Proyecto piloto en el área de medición en comunidades rurales.
- Reunión de Trabajo, por definir.

Tema 3: Turismo gastronómico

- Colaboraciones:
 - Turismo gastronómico
 - Invitación al evento mundial en San Sebastián.
 - Reunión de trabajo, pendiente la fecha

Tema 4: Observatorio Turístico: Los observatorios deben contar con al menos tres actores clave: Academia, sector público y privado.

- OMT, se compromete en enviar información para ser parte de la red mundial de observatorios.
 - Intercambio de experiencias.
 - Reunión por definir.



Etzon Romo

Director de Desarrollo