

TURISMO



Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021

2016

Contenido

Metodología de trabajo

Plan de actuaciones	3
Cómo se ha realizado y quiénes han colaborado	4
¿Qué incluye el Plan estratégico del destino Quito?	5
Reuniones mantenidas	6
Actores claves consultados durante el proceso de elaboración del Plan	7

Resumen del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Quito.

Visión del Plan de Turismo	10
Objetivos Estratégicos	11
Propuesta única de valor y posicionamiento	12
Pilares y Ejes Estratégicos	13
Objetivos estratégicos específicos - Conectividad	15
Objetivos estratégicos específicos - Producto de alto impacto	17
Objetivos estratégicos específicos - Marketing	19

Metodología de trabajo



Plan Estratégico y su desarrollo para implementarlo

Plan de actuaciones



El plan estratégico del destino turístico Quito es la pieza clave que vincula:

- Resultado del diagnóstico.
 - Las conclusiones fundamentan la definición de la estrategia definida
- Objetivos estratégicos a lograr:
 - Metas estratégicas a lograr.
 - Cómo lograr esas metas: implementando la estrategia a través de proyectos.

El Plan y su contenido

Cómo se ha realizado y quiénes han colaborado en su ejecución

Diagnóstico



El Plan y su contenido

¿Qué incluye el Plan estratégico del destino Quito?

Plan estratégico del destino Quito



Reuniones mantenidas

Actores claves consultados durante el proceso de elaboración del Plan.

A continuación se detallan los actores con quienes se mantuvieron reuniones clave a lo largo del Plan, para el diagnóstico, la formulación y validación de la estrategia.

Entidades que fomentan y desarrollan el turismo en el Distrito Metropolitano de Quito

Pertraly	AHOTEC	Advantage Travel
Captur	Centro Histórico	Optur
Fenacaptur	Conquito	Metropolitan Touring

Entidades relacionadas directamente con el tema de Conectividad

EMPSA	Quipot	Avianca
Ministerio de Turismo		

Entidades relacionadas directamente con la Industria de Reuniones (RICE)

HQM	AHOTEC	Cámara de Comercio de Quito
Bureau de convenciones	Capeipi	

Entidades relacionadas directamente con la Atracción de Inversiones

Conquito	Secretaría de Hábitat y Vivienda	
----------	----------------------------------	--

Entidades relacionadas directamente con el Marketing y Desarrollo

Conquito	Secretaría de Hábitat y Vivienda	HQM y AHOTEC Quito
----------	----------------------------------	--------------------

El Plan y su contenido

¿Qué incluye el Plan de actuaciones?

1

Encaje entre proyectos, estrategias y pilares

Los proyectos propuestos para cada estrategia se alinean y dirigen a lograr objetivos estratégicos.

2

Desarrollo de los proyectos

Los proyectos concretan y “activan” el Plan Estratégico.

3

Descripción detallada de los proyectos

Fichas por proyectos con la información clave para su implementación y ejemplos.

Resumen del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Quito.



Visión del Plan de Turismo

Quito 2021

Quito es la capital de la Mitad del Mundo, donde “todo converge”. Es el punto de encuentro de la tierra y el cielo, del sol y las estrellas, de los cuatro mundos de Ecuador. Es la capital de la Latitud 0°, de las flores, del colibrí, del chocolate más fino del mundo.

Con el primer patrimonio mundial donde se unen lo prehispánico, lo colonial, las tradiciones y la modernidad, con culturas vivas ancestrales y mestizas, mercados populares y ecosistemas únicos. Donde el visitante vive una sorpresa auténtica, en cada paso, cada patio, cada balcón, entre calles y mercados populares, entre plazas y parques, en cada sabor y cada conversación con su gente, en su naturaleza única y la aventura.

Quito 2021 es la capital de la Mitad del Mundo, donde la cultura es naturalmente viva y la vida natural forma parte de su cultura.



Objetivos Estratégicos

Plan de Turismo Sostenible de Quito

1

Incrementar el aporte del turismo al PIB de la ciudad, del 2.7% en 2016 hasta el 8% en 2021.

2

Posicionar a Quito como un destino turístico único y atractivo a nivel mundial.



* El 9% de aporte del turismo al PIB es la media mundial para un destino en general, y el 9% es también el aporte del turismo a los destinos urbanos del set competitivo.

Propuesta única de valor y posicionamiento

Quito 2021

Quito, Mitad del Mundo, Patrimonio Mundial, donde todo converge.

1

Beneficio principal

- Capital cultural de la Mitad del Mundo, de experiencias únicas, místicas y asombrosas.



2

Diferenciación

- Centro histórico colonial andino.
- Capital de las rosas y orquídeas.
- Capital latinoamericana del chocolate.
- Punto de encuentro de tradiciones, gente, aves y aventura, de las ciencias y los volcanes.



3

Imagen

- Mitad del Mundo / Latitud 0°
- Patrimonio arquitectónico colonial
- Colibrí
- Rosas y orquídeas
- Volcanes y montañas
- Cacao / chocolate
- Oso de anteojos



Pilares y Ejes Estratégicos

Quito 2021

El Plan se desarrolla a partir de **tres pilares o ejes estratégicos** y se soporta en **cinco principios de trabajo**. Estos pilares integran y están alineados con los 5 ejes estratégicos planteados por Quito Turismo:

1. **Conectividad.**
2. **Producto de alto impacto (UEN / MICE / RICE)**
3. **Marketing.**



Pilares y Ejes Estratégicos

Quito 2021

Programa **conectividad**.

3 estrategias



Conectividad

- Programa **marketing online**.
- Programa **producto, desarrollo e inversiones**.
- Programa **mercadeo y promoción**.

15 estrategias



Marketing



Producto de alto impacto

- Programa **MICE**.
- Programa **producto, desarrollo e inversiones***.

4 estrategias

Principios de Trabajo

Sustentabilidad

Visión integral de marketing

Innovación

Gestión y liderazgo del sector

Empoderamiento

* Programa de producto, desarrollo e inversiones, responde a marketing y a producto de alto impacto. En éste, se relaciona con la captación de inversiones emblemáticas y dinamización de alto valor de espacios turísticos que relancen la oferta actual de turismo cultural de la ciudad.

Objetivos estratégicos específicos

Conectividad

1

Mejorar la conectividad de Quito



2

Mejorar los costos asociados a la infraestructura existente y servicios asociados



3

Aprovechar y mejorar el marco regulatorio de servicios aéreos (ASAs, restricciones a chárter, impuestos, otros)



Estrategias y proyectos por programas

Conectividad

1

Expansión
del mercado
actual de
aerolíneas

1.1

Programa para la promoción y atracción de nuevas aerolíneas.

Impacto: Alto

Factibilidad: Media

Plazo (*): Corto

1.2

Acuerdo de colaboración con aerolíneas latinoamericana.

Impacto: Alto

Factibilidad: Media

Plazo (*): Corto

2

Mejora de
costos
operativos

2.1

Estudio de mercados y destinos internacionales.

Impacto: Medio

Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

2.2

Programa de identificación de operadores y promoción de rutas / frecuencias.

Impacto: Alto

Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

3

Expansión
del mercado
actual de
destinos

3.1

Estudio o identificación de mecanismos para la reducción de costos operativos.

Impacto: Alto

Factibilidad: Media

Plazo (*): Corto

3.2

Programa de colaboración con UIO para reducción de costos operativos del aeropuerto.

Impacto: Alto

Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

(*): Corto: a comenzar en el S2/2016, Mediano: a comenzar en ek S1-S2/2017 y Largo: a comenzar en S1/2018.

Objetivos estratégicos específicos

Producto de alto impacto (UEN / MICE / RICE)

1

Conformar un ente de participación mixta que represente a la comunidad de Quito en el mercado de reuniones

2

Emprender un programa de capacitación y fomento al emprendimiento

3

Contar con un esquema de financiamiento mixto que garantice la sustentabilidad de la UEN

4

Articular narrativa y propuesta de valor que describan al destino como sede ideal para reuniones

5

Involucrar a la comunidad a través de la UEN

Estrategias y proyectos por programas

Producto de alto impacto (UEN / MICE / RICE)

1

Liderazgo
(organización
efectiva y
respetada)

1.1 Creación de la UEN (Unidad Estratégica de Negocios) para la Industria de Reuniones de Quito.

Impacto: Alto

Factibilidad: Media

Plazo (*): Corto

1.2 Creación de cuerpos colegiados del Sector Privado y de los mercados.

Impacto: Medio

Factibilidad: Alta

Plazo (*): Mediano

2

Generación de
capacidades del
Sistema de RICE
Quito

2.1 Fomento a la creación de OPC's y DMC's.

Impacto: Medio

Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

2.2 Certificación internacional de profesionales del sector.

Impacto: Medio

Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

2.3 Acompañar el proceso de licitación de la operación del CC.

Impacto: Medio

Factibilidad: Alta

Plazo (*): Corto

3

Marketing
especializado RICE
e involucramiento
comunitario

3.1 Plan de marketing RICE de Quito.

Impacto: Alto

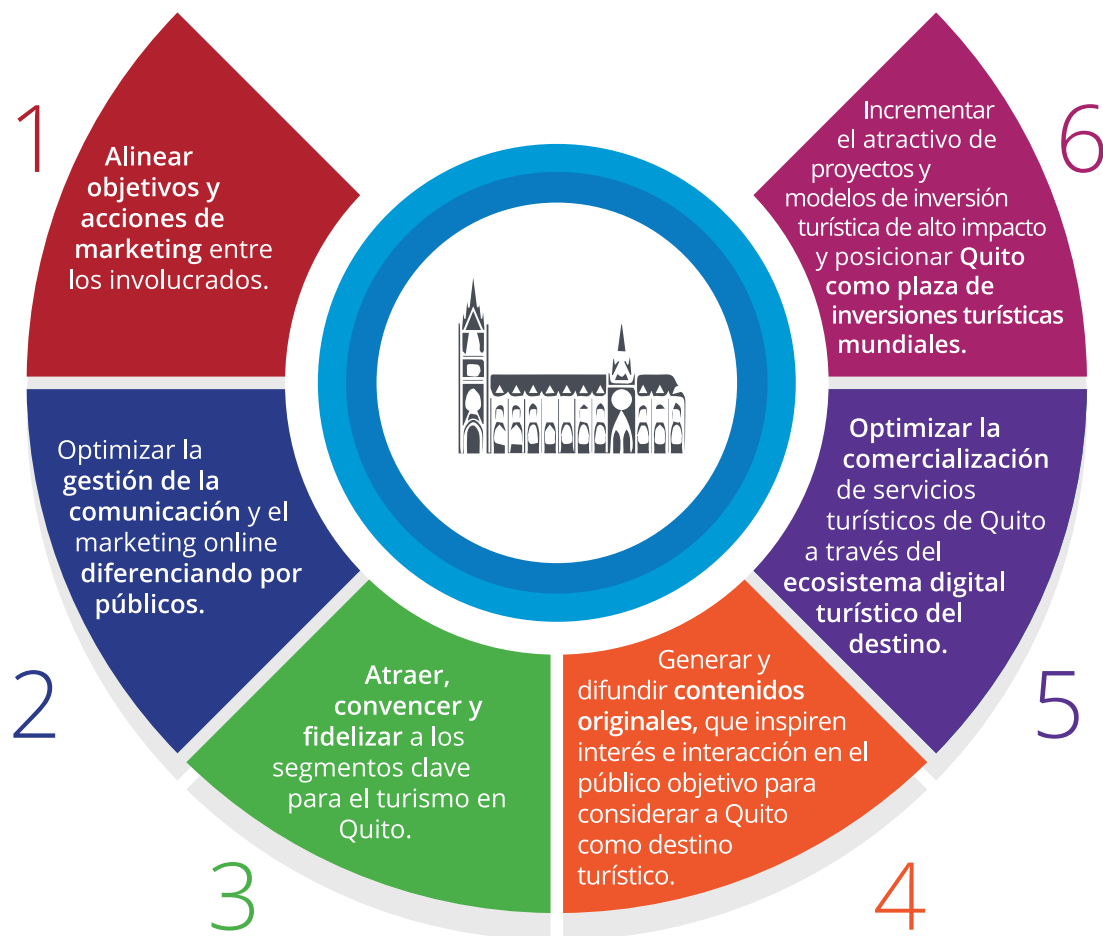
Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

(*): Corto: a comenzar en el S2/2016, Mediano: a comenzar en ek S1-S2/2017 y Largo: a comenzar en S1/2018.

Objetivos estratégicos específicos

Marketing



Objetivos estratégicos específicos

Marketing



Estrategias y proyectos por programas

Marketing



(*): Corto: a comenzar en el S2/2016, Mediano: a comenzar en ek S1-S2/2017 y Largo: a comenzar en S1/2018.

Estrategias y proyectos por programas

Marketing - Marketing Online

1. Especialización de la gestión digital por públicos diferenciados

1.1 Desarrollo de un ecosistema digital de marketing turístico.

Impacto: Alto

Factibilidad: Alta

Plazo (*): Mediano

2. Inbound Marketing

2.1 Creación de la Unidad de Marketing Online.

Impacto: Alto

Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

2.2 Campañas de marketing online.

Impacto: Alto

Factibilidad: Alta

Plazo (*): Mediano

3. Desarrollo de la Web como herramienta de conversión

3.1 Dossier funcional Web Turismo de Quito para el sector privado.

Impacto: Medio

Factibilidad: Media

Plazo (*): Corto

3.2 Captación de operadores turísticos y proveedores de contenido de la Web.

Impacto: Medio

Factibilidad: Media

Plazo (*): Mediano

3.3 Monitoreo e informes de Inbound Marketing.

Impacto: Alto

Factibilidad: Alta

Plazo (*): Mediano

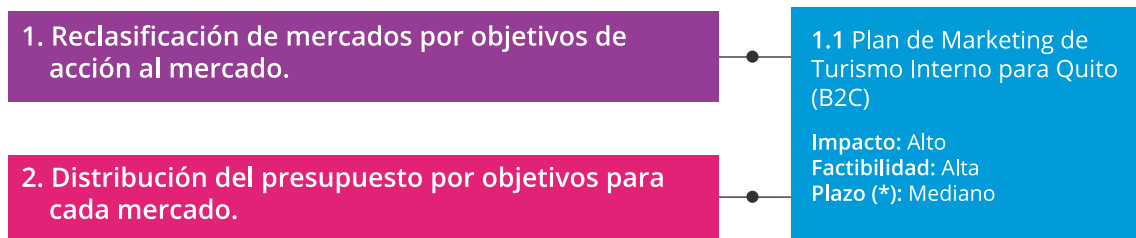
(*): Corto: a comenzar en el S2/2016, Mediano: a comenzar en ek S1-S2/2017 y Largo: a comenzar en S1/2018.

Estrategias y proyectos por programas

Marketing - Mercadeo y Promoción (Internacional)



Marketing - Mercadeo y Promoción (Nacional)



(*): Corto: a comenzar en el S2/2016, Mediano: a comenzar en ek S1-S2/2017 y Largo: a comenzar en S1/2018.

Estrategias y proyectos por programas

Marketing - Producto, Desarrollo e Inversiones

1. Desarrollo inorgánico del turismo a través de captación de inversiones de alto impacto.	1.1 Estructuración de un portafolio de proyectos de inversión turística de nivel internacional. Impacto: Alto Factibilidad: Media Plazo (*): Mediano 1.2 Estructuración de paquetes de incentivos y servicios al inversionista para fomentar la inversión turística. Impacto: Alto Factibilidad: Media Plazo (*): Mediano
2. Promoción de la inversión adecuada a cada tipología de proyecto.	2.1 Marketing de atracción de inversiones. Impacto: Alto Factibilidad: Alta Plazo (*): Mediano 2.2 Fortalecimiento de la Dirección de Inversiones. Impacto: Medio Factibilidad: Media Plazo (*): Mediano
3. Aumentar y comunicar los beneficios integrales para la calidad.	3.1 Plan intensivo para la Calidad Turística de Quito. Impacto: Alto Factibilidad: Media Plazo (*): Corto
4. Foco de desarrollo turístico en centralidades de alto atractivo y potencial.	4.1 Dinamización urbana y rural de barrios y áreas turísticas de Quito. Impacto: Medio Factibilidad: Media Plazo (*): Mediano
5. Dinamización turística integral.	5.1 Desarrollo de productos turísticos sustentables. Impacto: Medio Factibilidad: Media Plazo (*): Largo 5.2 Incubadora y aceleradora de Productos Turísticos Sustentables. Impacto: Medio Factibilidad: Media Plazo (*): Largo 5.3 Fomento de Encadenamientos Productivos en el destino. Impacto: Medio Factibilidad: Media Plazo (*): Mediano

(*): Corto: a comenzar en el S2/2016, Mediano: a comenzar en ek S1-S2/2017 y Largo: a comenzar en S1/2018.

Para acceder al Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Quito, puede ingresar a la página web:

www.quito-turismo.gob.ec/

