EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

INFORME DE EVALUACIÓN TÉCNICA

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
TURISMO
JEFATURA DE PLANIFICACIÓN

ENERO - DICIEMBRE
2019

JEFATURA DE PLANIFICACIÓN

QUITO – enero 2020

Contenido

1. ANTECEDENTES 4
2. EVALUACIÓN POA 2019 8
3. DETALLE DE INGRESOS Y GASTOS POR PROGRAMA (provisional) 10
4. RESUMEN GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE POA 2019 12
4.1. CONSIDERACIONES EN LA EVALUACIÓN 12
4.2. EVALUACIÓN GENERAL POA 2019 13
EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: CLÚSTER TURÍSTICO 16
4.3. EVALUACIÓN POA 2019 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO 18
4.3.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO: 18
4.3.1.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO 19
4.3.2. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE CALIDAD: 84
4.3.2.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE CALIDAD 85
EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: PROMOCIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DEL DMQ 120
4.4. EVALUACIÓN POA 2019 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO 121
4.4.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN: 121
4.4.1.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL 123
4.4.2. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE MERCADEO: 137
4.4.2.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE MERCADEO 138
4.4.3. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA MICE: 227
4.4.3.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN MICE 229
4.4.4. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN: 249
4.4.4.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN 250
4.4.5. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS 277
4.4.5.1. GESTIÓN DE INTELIGENCIA DE MERCADOS 278
EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: GESTIÓN ADMINISTRATIVA y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO 279
4.5. EVALUACIÓN POA 2019 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO 279
4.5.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL: 279

4.5.1.1. GESTIÓN DE FORTALECIMIENTO POR JEFATURAS.....282

4.5.1.1.1. INFORME DE GESTIÓN DE COMPRAS PÚBLICAS 282

4.5.1.1.2. INFORME DE GESTIÓN DE SISTEMAS 288

4.5.1.1.3. INFORME DE GESTIÓN DE ADMINISTRATIVO.....292

4.5.1.1.4. INFORME DE GESTIÓN DEL JURÍDICO.....295

4.5.1.1.5. INFORME DE GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN.....299

4.5.1.1.6. INFORME DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO 311

6. FUENTES DE VERIFICACIÓN.....318

7. ANEXOS.....318

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
TURISMO grande otra vez
JEFATURA DE PLANIFICACIÓN

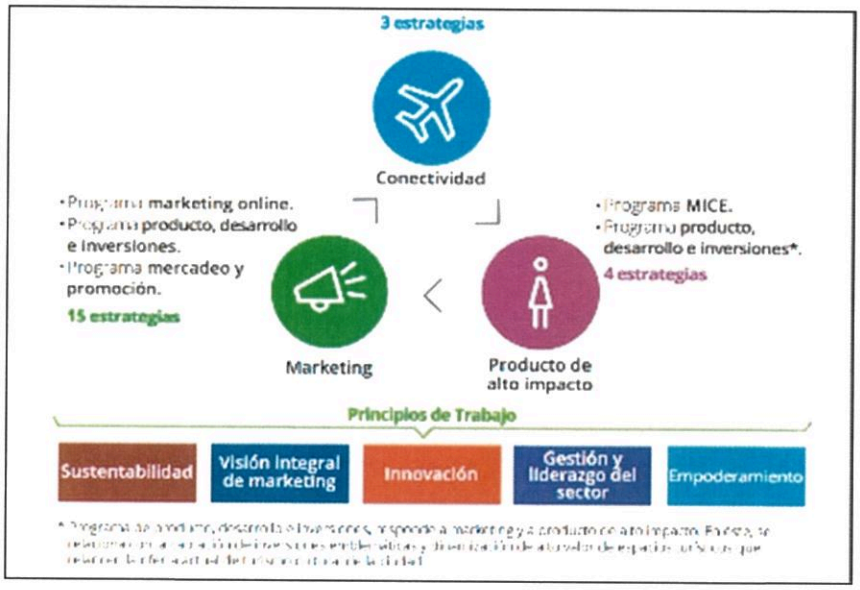
INFORME DE EVALUACIÓN TÉCNICA Y POA 2019

1. ANTECEDENTES

El presente informe se sustenta en su correspondencia con la Estrategia Sectorial de Turismo en el DMQ al 2021, Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito, el cual define:

Tres pilares o ejes estratégicos

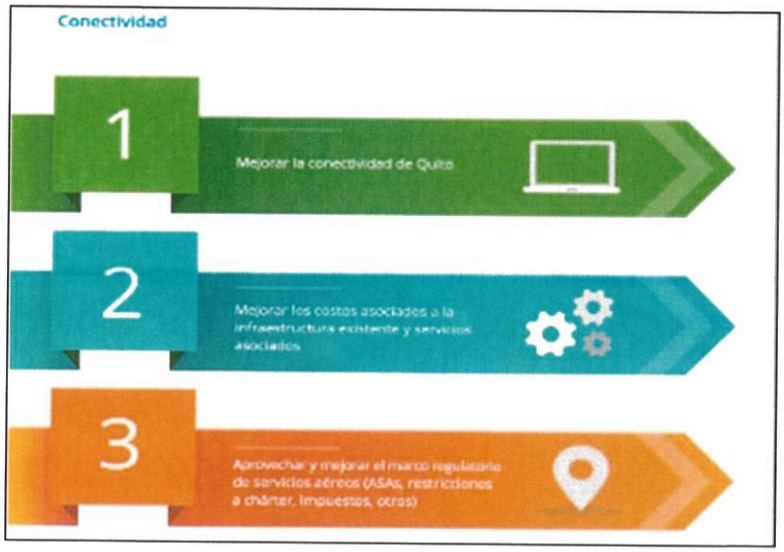
Se soporta en cinco principios de trabajo. Estos pilares integran y están alineados con los 5 ejes estratégicos planteados por Quito Turismo:

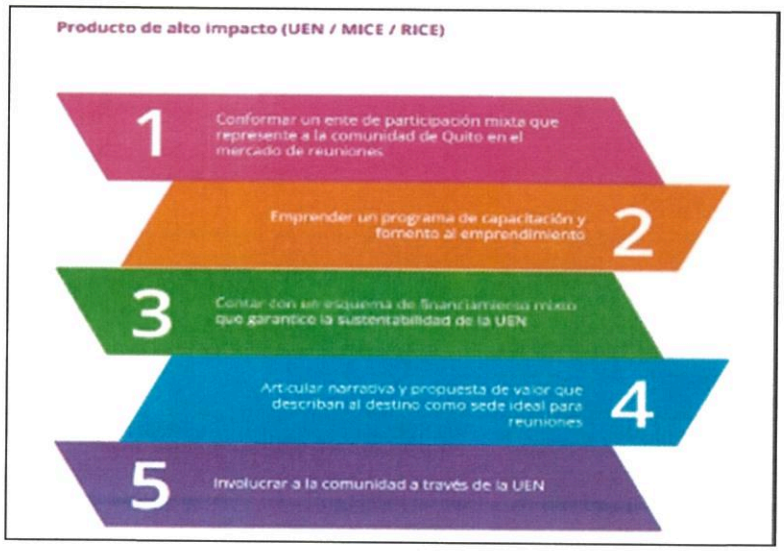


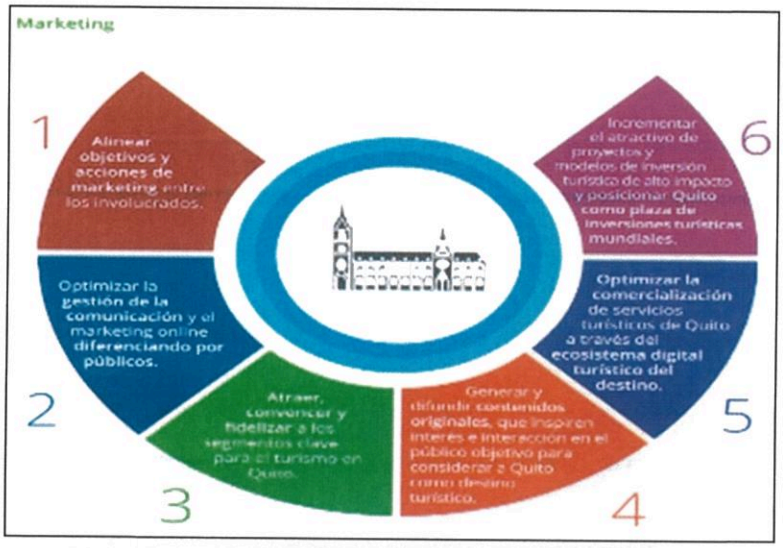
Propuesta única de valor

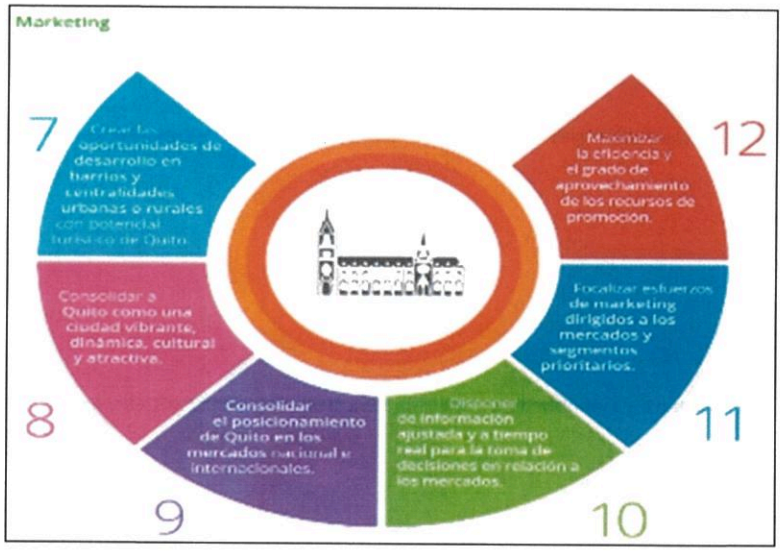


Objetivos estratégicos específicos









Plan Estratégico Quito Turismo 2016 - 2021

Misión de Quito Turismo al 2021

Facilitar y gestionar el desarrollo y promoción del turismo y la industria de reuniones del Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con el sistema turístico y otros sectores productivos, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero; considerando el beneficio y satisfacción del residente en las iniciativas que se emprendan, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación, y contando con talento humano especializado.

Visión de Quito Turismo al 2021

En el 2021, seremos la organización pública oficial de turismo líder y de referencia en Sudamérica, orientada a la gestión de destino turístico en el desarrollo de productos innovadores y emblemáticos, en la atracción de inversiones, en la captación de visitantes y en el desarrollo competitivo y profesional de la industria de reuniones, con un equipo humano técnico, profesional y comprometido en convertir a Quito en un destino de visita obligada en Sudamérica, ofreciendo una colección de experiencias turísticas satisfactorias memorables para visitantes y residentes.

Declaración de valores y principios fundamentales de Quito Turismo al 2021

La Declaración de valores y principios fundamentales se mantiene que, por su amplitud, es vigente hasta 2021. En cuanto a los valores y principios puntuales, se tiene algunas adaptaciones y agregados:

Valores y Principios organizacionales

- Compromiso para lograr el cambio
- Orientación comercial y a resultados
- Ambición y Liderazgo positivos
- Solidaridad y Generosidad
- Ética y respeto
- Responsabilidad técnica con el sistema turístico

Declaración de los Valores y Principios Fundamentales

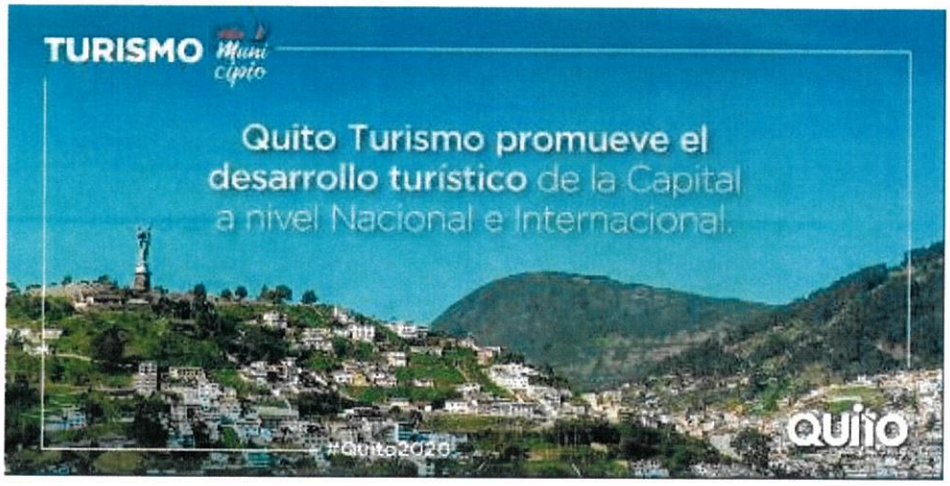
La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, brinda sus servicios en base a prácticas de gobierno corporativo socialmente responsables con la sociedad y el medio ambiente, regulando la relación entre el talento humano, las Direcciones y la alta gerencia de la organización.

- Cambio: de manifestar apertura al cambio, desde una postura de aceptación más pasiva, se pasa a un compromiso con la generación del cambio, con actitud activa como clave para el relanzamiento de Quito como destino turístico.
- Orientación: además de su orientación a resultados, se amplía a una orientación más comercial del desarrollo del turismo.
- Ambición: se agrega la ambición positiva como valor, en el sentido de ambicionar enérgicamente un destino turístico único para el mercado mundial, por su oferta dinámica, novedosa, de gran y pequeño formato, de experiencias auténticas.
- Liderazgo: se agrega el liderazgo como principio, tanto de organización pública como de gestión y activación de iniciativas.
- Solidaridad: agrega generosidad como principio del accionar de Quito Turismo, buscando el beneficio común de los involucrados.
- Respeto: se agrega la ética, como valor primero.
- Responsabilidad: se especifica que es sobre el perfil técnico y hacia el sector turístico y de reuniones de Quito.

Objetivos Estratégicos de Quito Turismo al 2021

Los objetivos estratégicos para el 2021 se relacionan a las actividades clave a realizar por Quito Turismo, detallando la calidad de los objetivos, buscando ampliar los resultados en calidad (posicionamientos claro, desarrollo icónico y de envergadura, etc.) y extendiendo los alcances (turismo, reuniones, encadenamientos productivos). Se agrega un objetivo específico relacionado al impacto económico buscado en la generación de divisas y la contribución general del sector al PIB del DMQ.

1. Posicionar claramente a la ciudad a nivel local, nacional e internacional a través del desarrollo, la comunicación y la promoción de sus atributos y valores únicos como destino turístico y de reuniones
2. Maximizar el desarrollo de oferta turística urbana icónica, de gran envergadura, dinámica, innovadora y atractiva para la demanda, para lograr una experiencia única de la ciudad
3. Optimizar la atracción de inversiones y negocios, tanto para el inversor como para los beneficiarios de la ciudad, para mejorar su desarrollo y encadenamiento económico y competitividad
4. Hacer de Quito una de las ciudades más atractivas de Latinoamérica para la realización de visitas turísticas, reuniones y eventos
5. Mejorar los niveles de conectividad integral de la ciudad para la captación de visitantes internacionales
6. Mejorar los niveles de ingresos de divisas al destino y la contribución del turismo al PIB del DMQ, a través de más visitantes, mayor estadía, más productos turísticos disponibles, y mayor nivel de calidad de la oferta



2. EVALUACIÓN POA 2019

En concordancia con lo que dicta el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas que en su SECCIÓN V; SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA enuncia:

" Art. 119.- Contenido y finalidad.- Fase del ciclo presupuestario que comprende la medición de los resultados físicos y financieros obtenidos y los efectos producidos, el análisis de las variaciones observadas, con la determinación de sus causas y la recomendación de medidas correctivas.

La ***evaluación física*** y financiera de la ejecución de los presupuestos de las entidades contempladas en el presente código, será responsabilidad del titular de cada entidad u organismo y ***se realizará en forma periódica***.... "; La presente evaluación concuerda con lo requerido.

De acuerdo a la estructura orgánica de la empresa, se han identificado 8 programas internos relacionados a cada una de las diferentes direcciones que son las encargadas de la ejecución presupuestaria y técnica de la EPMGDT. Estas direcciones son:

1. Dirección de Desarrollo.- cuyo objetivo es: Gestionar el desarrollo y diseñar productos/servicios del Distrito Metropolitano de Quito para garantizar la experiencia positiva del visitante al destino.
2. Dentro de esta misma dirección se incluye el programa de Inteligencia de Mercados, cuyo objetivo es: Mantener un sistemático de recopilación y análisis de información de indicadores turísticos para apoyar al desarrollo y fomento de la actividad turística en el DMQ
3. Dirección de Calidad.- cuyo objetivo es: Impulsar la calidad turística en toda la cadena de valor del turismo a través de la regularización de los establecimientos, programas de mejora continua, coordinación con las organizaciones municipales y nacionales que trabajan en la regulación y control, asesoramiento técnico a los establecimientos y capacitación a los actores turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.
4. Dirección de Comercialización.- cuyo objetivo es: apoyar a la autogestión de la empresa mediante la generación de ingresos provenientes de las unidades de negocio.
5. Dirección de Mercadeo.- cuyo objetivo es: Promocionar a la ciudad de Quito a nivel internacional y nacional..

6. Dirección MICE.- cuyo objetivo es: Desarrollo y promoción de Quito en la industria de reuniones a nivel nacional e internacional.
7. Dirección de Comunicación.- cuyo objetivo es: Plantear y ejecutar estrategias junto con acciones comunicacionales que permitan difundir la gestión de la empresa y posicionar a Quito como destino.
8. Gerencia Administrativa - Financiera.- cuyo objetivo es: Administrar eficientemente los recursos financieros de la Empresa Quito Turismo y brindar apoyo administrativo, técnico y logístico a través del cumplimiento de las funciones de la administración del Talento Humano, Tecnología, Adquisiciones y Servicios Corporativos.

En estas direcciones / áreas se concentran los programas que se presentan en el siguiente detalle, con su presupuesto prorrogado codificado **inicial** de: US$ 6.693.086,08; un presupuesto con reforma inicial codificado de: $7.068.047,65 y un presupuesto final codificado de: US$ 7.309.126,06

(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2019 – provisional)

Cuadro. Presupuesto inicial por programas QT (prorrogado)



(Elaborado por: Planificación; Fuente: Gerencia Administrativa – Financiera de QT)

Cuadro. Presupuesto inicial por programas QT (No prorrogado)



(Elaborado por: Planificación; Fuente: Gerencia Administrativa – Financiera de QT)

3. DETALLE DE INGRESOS Y GASTOS POR PROGRAMA (provisional)

De acuerdo a los datos emitidos por la Gerencia Financiera Administrativa se presenta el siguiente cuadro que muestra los detalles de Ingresos y de gastos de Quito Turismo por programa: finales - provisionales.

Cuadro. Ingresos QT

QUITO TURISMO
PRESUPUESTO AÑO 2019

Partida Presupuestaria	Descripción	Asignación Inicial	Codificado
130107001009	LEVANTAMIENTO DE TEXTOS, REPRODUCCION Y EDICION DE PLIEGOS	5.000,00	12.621,59
130112000009	PERMISOS, LICENCIAS Y PATENTES	1.000.000,00	1.014.500,00
130304000009	SECTOR TURISTICO Y HOTELERO	1.300.000,00	1.625.135,80
140299001009	VENTA DE PRODUCTOS UNIDADES DE NEGOCIOS	60.000,00	44.500,00
140310002009	RUTAS TURISTICAS	-	3.500,00
140399002009	ORGANIZACION Y COORDINACION DE EVENTOS	231.000,00	615.000,00
140399006009	AUSPICIOS Y ALIANZAS	48.298,00	15.139,00
140399008009	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	233.630,00	156.485,10
140399009009	ESPACIOS Y SERVICIOS CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	150.000,00	202.983,75
140399011009	CENTRO CULTURAL ITCHIMBIA	50.000,00	-
140399013009	CENTRO INTEGRAL DE ATENCION AL TURISTA	-	401,00
140399016009	PARTICIPACION EN FERIAS ESPECIALIZADAS		4.950,00
140399020009	CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	460.000,00	252.261,45
170202004009	ARRIENDO INMUEBLES PLAZA BELMONTE	16.071,43	11.175,02
170202005009	ARRIENDO INMUEBLES EX AEROPUERTO	170.799,45	164.000,00
170202007009	ARRIENDO ESPACIO QUINDE VISITOR CENTER	25.200,00	26.355,00
170399000009	OTROS INTERESES POR MORA	-	11.500,00

170402000009	INFRACCION A ORDENANZAS MUNICIPALES	302.000,00	92.039,34
180104000009	ENTIDADES DEL GOBIERNO SECCIONAL	1.333.500,00	1.333.500,00
190101000009	EJECUCION DE GARANTIAS	-	6.500,00
190499000009	OTROS NO ESPECIFICADOS	315.000,00	19.293,64
190499001009	REEMBOLSO COMUNALES EX AEROPUERTO Y LA RONDA	20.000,00	13.002,55
190499003009	REEMBOLSO GASTOS BASICOS CCEE	2.500,00	5.951,01
190499007009	ALICUOTA SERVICIOS QUINDE VISITOR CENTER	4.502,00	4.876,56
370102000009	DE FONDOS DE AUTOGESTION	965.585,20	1.117.341,35
370104001009	DEL FONDO DE PROMOCION TURISTICO	-	556.113,90
TOTAL INGRESOS		**6.693.086,08**	**7.309.126,06**

(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2019 – provisional)

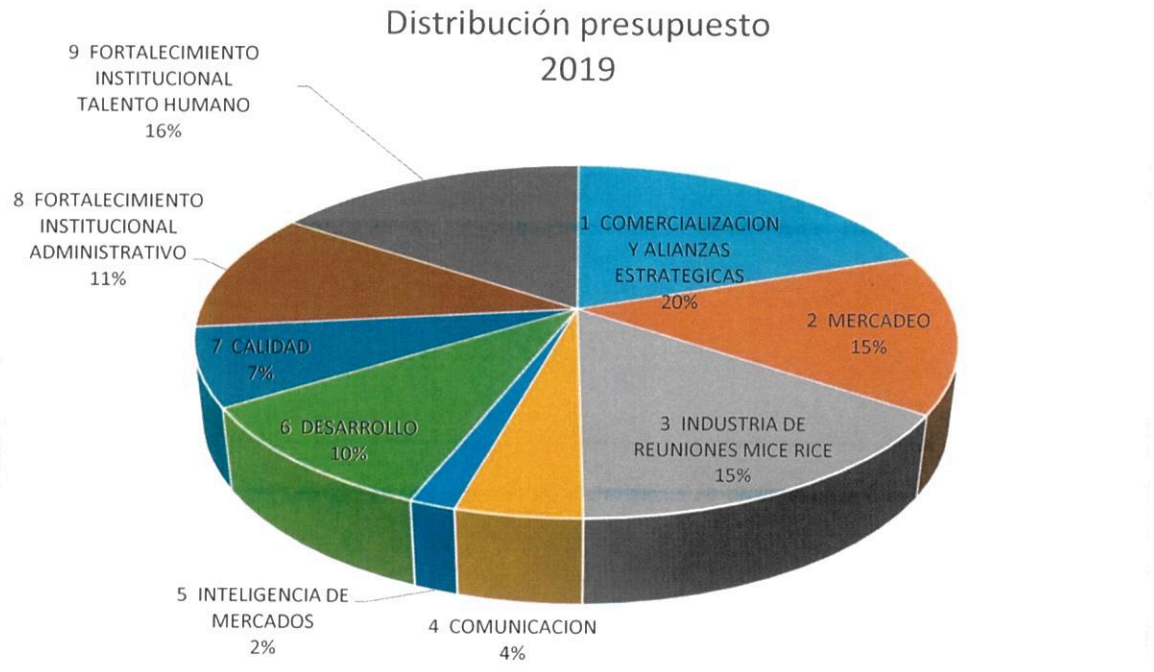
Cuadro. Gastos por programas QT

Descripción	Asignación Inicial	Codificado
1 QUITO TURISMO	**6.693.086,08**	**7.309.126,06**
1 COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATEGICAS	**1.466.257,03**	**1.435.871,28**
2 MERCADEO	**1.135.052,54**	**1.066.765,28**
3 INDUSTRIA DE REUNIONES MICE RICE	**344.018,51**	**1.133.740,30**
4 COMUNICACION	**340.199,43**	**330.200,03**
5 INTELIGENCIA DE MERCADOS	**120.960,00**	**120.960,00**
6 DESARROLLO	**568.777,72**	**739.770,06**
7 CALIDAD	**723.588,05**	**521.124,74**
8 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO	**673.019,72**	**808.391,70**
9 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL TALENTO HUMANO	**1.321.213,08**	**1.152.302,67**

(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2019 – provisional)

La participación de cada área en el presupuesto de la empresa se distribuye de la siguiente manera:

Gráfico.- Participación en presupuesto (por área – programa)



(Fuente: Gerencia Financiera - Administrativa de QT a diciembre 2019 – provisional)

4. RESUMEN GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE POA 2019

4.1. CONSIDERACIONES EN LA EVALUACIÓN

El control y evaluación del plan operativo se lo realiza en este período de acuerdo a metas definidas por cada director/a y/o responsable de cada unidad de la empresa, el cual considera los siguientes aspectos:

- Proporción de metas anuales por producto (relacionado a programa y proyecto QT).
- Metas mensualizadas por actividad y/o producto, de acuerdo a la profundidad de los mismos y en cada dirección (Programa). (acumuladas mensualmente)
    - Se anexan cuadros de seguimiento-evaluación mensual los cuales podrían ampliar la apreciación de los cuadros que se presentan en esta evaluación
- Porción de metas anuales valoradas sobre un 100%, para cada mes.
- Las metas son cuantitativas para una mejor evaluación y monitoreo mensual.

La evaluación se sustenta en dos indicadores como lo son:

a. **Eficacia.**- es la relación entre las metas logradas y las metas programadas en el periodo, teniendo en cuenta el tiempo real de ejecución de la actividad o producto mensualmente.

   Fórmula. (Meta lograda mensualizada) / (Meta Programada – planificada en el periodo) x 100

   - Meta lograda mensualizada.- se refiere al cumplimiento de la meta en el mes especificado desde la dirección encargada acumulada en el mes.
   - Meta Programada en el periodo - planificada.- se refiere a la planificación de la meta (en valor) al final del periodo (planificada)
   - Porcentaje.- expresa el porcentaje real de avance de la meta planteada

b. **Eficiencia**.- entendida como la relación entre los recursos económico invertidos y su comparación con los logros obtenidos.

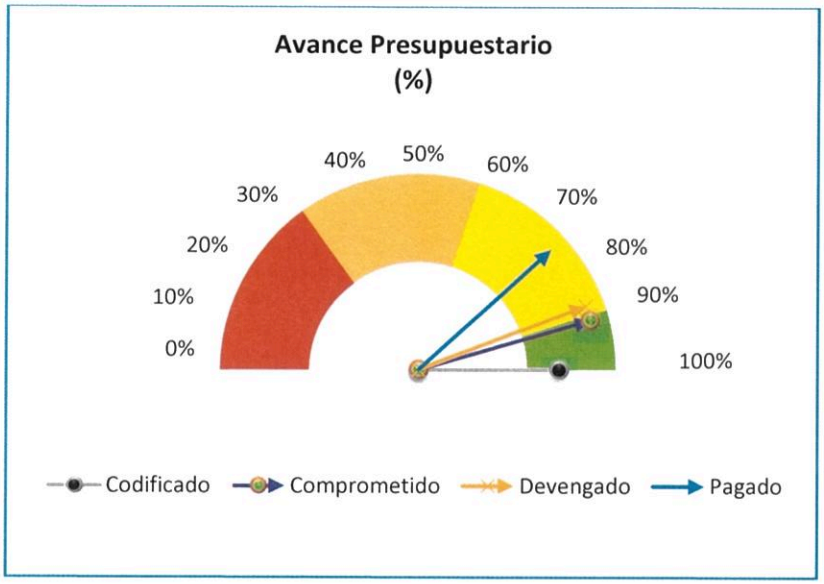
   Gráfico comparativo mensual del % de avance técnico vs. % de presupuesto Comprometido, % de presupuesto Devengado y % de presupuesto Pagado (presupuestos operativos que no incluyen al talento humano)

   - Avance técnico.- se refiere al porcentaje de eficacia de cada área
   - Porcentaje de presupuesto comprometido.- se refiere al porcentaje de presupuesto que se ha comprometido para cumplir con lo descrito en el POA
   - Porcentaje de presupuesto Devengado.- se refiere al porcentaje de presupuesto que ha sido devengado con la consecución de los productos o servicios contratados
   - Porcentaje de presupuesto Pagado.- se refiere al porcentaje que ha sido pagado a los oferentes de productos o servicios.

4.2. EVALUACIÓN GENERAL POA 2019

Luego de aplicar los criterios de evaluación a los programas (direcciones) de Quito Turismo, se ha obtenido el resultado de avance técnico en este **periodo ENERO - DICIEMBRE 2019 con un 90% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo (ENERO - DICIEMBRE) (100%), sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (90%)

Lo cual ha sido realizado con un **91 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), y un **88 % de presupuesto devengado** (total ANUAL) según se lo describe en el siguiente gráfico y tabla siguientes:



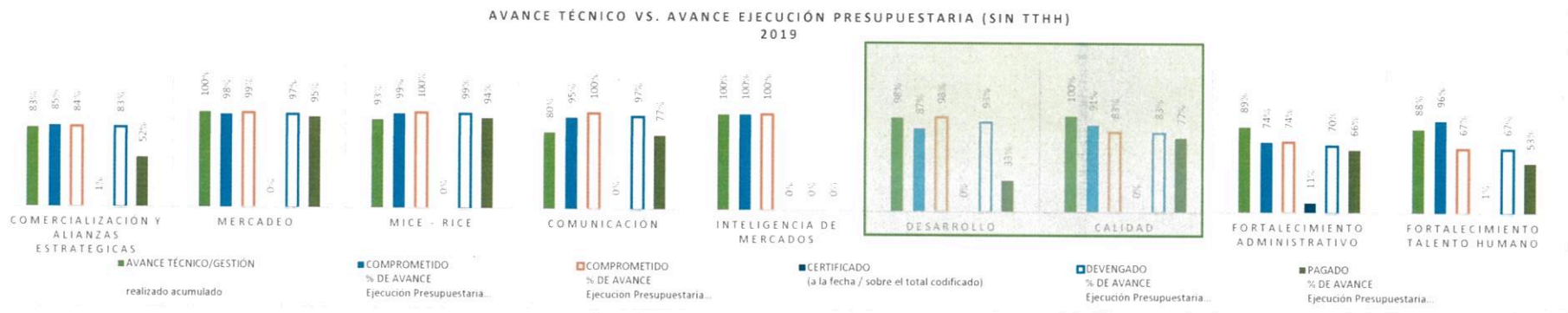
Elaborado: Planificación Quito Turismo

Tabla 1. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019 por programa / área

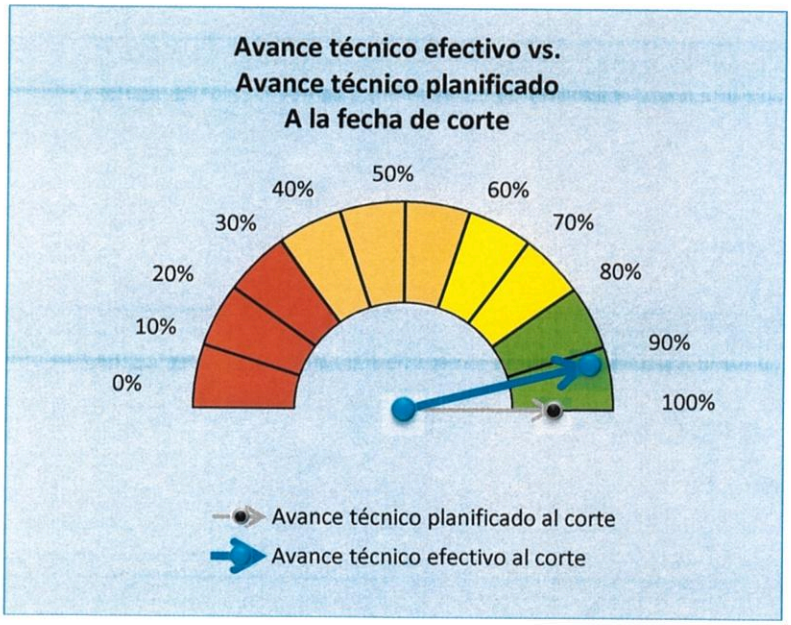
PROYECTOS MI CIUDAD	PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado				CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado o al corte (EFICACIA)
		AVANCE ANUAL		ACUMULADO A DICIEMBRE 2019										
PROMOCION Y GESTION TURISTICA DEL DMQ	COMERCIALIZACIÓN y ALIANZAS ESTRATEGICAS	83%	83%	83%	83%	1%	85%	84%	85%	83%	58%	52%	100%	83%
	MERCADEO	100%	100%	100%	100%	0%	98%	99%	96%	97%	94%	95%	100%	100%
	MICE - RICE	93%	93%	93%	93%	0%	99%	100%	98%	99%	94%	94%	100%	93%
	COMUNICACIÓN	80%	80%	80%	80%	0%	95%	100%	94%	97%	82%	77%	100%	80%
	INTELIGENCIA DE MERCADOS	100%	100%	100%	100%		100%	100%					100%	100%
CLÚSTER TURÍSTICO	DESARROLLO	98%	98%	98%	98%	0%	87%	98%	84%	93%	48%	33%	100%	98%
	CALIDAD	100%	100%	100%	100%	0%	91%	83%	91%	83%	87%	77%	100%	100%
GESTION ADMINISTRATIVA	FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO	89%	89%	89%	89%	11%	74%	74%	70%	70%	66%	66%	100%	89%
GESTION DEL TALENTO HUMANO	FORTALECIMIENTO TALENTO HUMANO	88%	88%	88%	88%	1%	96%	67%	96%	67%	93%	53%	100%	88%
	Promedio QT total	92%	92%	92%	92%	2%	91%		88%		76%		100%	92%
	Promedio QT sin TTHH					2%	88%		86%		70%			
		GESTION				% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO			

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

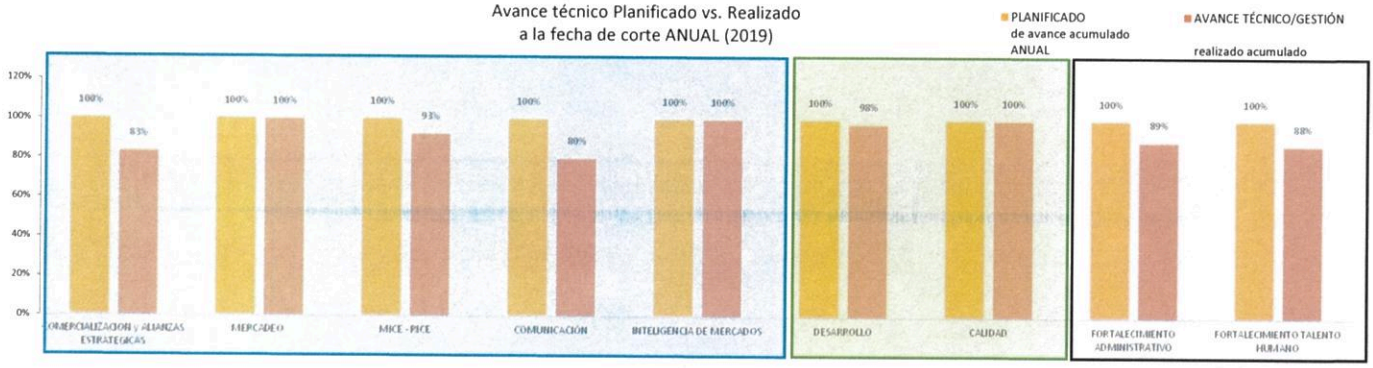
Gráfico.- Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019 por programa



Realizado por Planificación Quito Turismo



Realizado por Planificación Quito Turismo



Realizado por Planificación Quito Turismo

EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: CLÚSTER TURÍSTICO

Avance Programático Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2019

NOMBRE PROYECTO	% AVANCE PROGRAMÁTICO
CLÚSTER TURÍSTICO	100%

http://172.20.24.119/MiCiudad2019/

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	QUITO COMPETITIVO
PROYECTO	CLUSTER TURISTICO
RESPONSABLE DEL PROYECTO	CARDENAS RAMIREZ CARLA PAOLA

Regresar Proyectos EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

PRODUCTO	OBRA	PRIORITARIO	% AVANCE DE LA PROGRAMACION	ESTADO	FECHA PROGRAMADA		FECHA REALIZADA		RESPONSABLE PRODUCTO
					INICIO	TERMINO	INICIO	TERMINO	
PRODUCTOS TURÍSTICOS EXISTENTES Y POTENCIALES EN ZONAS URBANAS Y RURALES DESARROLLADOS Y FORTALECIDOS.			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-02-28	HURAS ROMAN CARMEN ELENEA
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DMQ CON NORMATIVAS DE CALIDAD IMPLEMENTADAS Y FORTALECIDAS.			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-02-28	DEL VALLE VIVANCO MONICA CATALINA
ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO - CLUSTER			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-02-28	RUALES MONCAYO LUIS EDUARDO

Páginas: [1]

Productos Activos:	3	100 %
Productos Inactivos:	0	

http://172.20.24.119/MiCiudad2019/

Metas Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2019

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	QUITO COMPETITIVO
PROYECTO	CLUSTER TURISTICO

Regresar Proyectos

META POA	TIPO META	VALOR DISTRITAL	VALOR UNIDAD OPERATIVA	UNIDAD DE MEDICION	AVANCE	AVANCE DE METAS
MANTENER LA CONTRIBUCION DEL SECTOR TURISMO AL PIB DE LA CIUDAD, DE 4.04% DE 2017 EN 2019	Permanente	4.04	4.04	PORCENTAJE	100 %	Avance de Metas

Páginas: [1]

http://172.20.24.119/MiCiudad2019/

Justificación:

- En 2017 se definió, como línea base, el aporte del VAB (Valor Agregado Bruto) en un 2.7% para ser incrementado en un 2.3% hasta llegar a un 5% de aporte del turismo al PIB de la

ciudad (basados en el VAB), dato ambicioso que fue considerado en miras de propender la mayor participación del turismo en la economía local, y basándose en el dato de que varios países cuentan con un aporte que llega hasta a un 8%.

- Se realizó un análisis más exhaustivo de las actividades económicas que aportan al PIB de país y de cantón (con datos del Banco Central del Ecuador y con el apoyo de la Sec. de Desarrollo Productivo del DMQ), y se utilizó los parámetros de la cuanta satélite que maneja el Ministerio de Turismo del Ecuador y se llegó a definir que.- debido al incremento sostenido de la participación de las diferentes actividades económicas que conforman el VAB como lo fue la Administración Pública (con crecimiento sostenido de 11 a un 15%), como fue la Salud (con un crecimiento de 2 a 3%), como lo fue la Construcción (con una leve recuperación de 10 a 12%), como lo fue agricultura (con un crecimiento del 1.39% al 1.62%) y como lo fue la Enseñanza (crece del 3.37-3.49%) el aporte del turismo se fijó en un estimado para 2016, 2017 y para 2018 de un 4.04%; con lo que la meta de llegar a un 5% estaría dispuesta a ser llegada para el año 2021 como fue considerado en el Plan Estratégico al 2021 que era el de duplicar el aporte del turismo al PIB de ciudad, y se prevé que para ese tiempo se lo pueda lograr.

- De acuerdo a lo descrito y considerando que cuando los varios sectores crecen en mayor proporción que el Turismo (Actividades de alojamiento y de comidas, Actividades de transporte, Actividades Financieras y Actividades profesionales e inmobiliarias) la participación de este se reduce, con lo cual el aporte del turismo al PIB de ciudad en 2018 Y 2019 se mantuvo en un 4.04%. (se actualizará con datos finales de Banco Central del Ecuador cuando los publiquen.

- Se está analizando, con el apoyo de la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad, mejorar los indicadores para el 2021.

AVANCE TÉCNICO VS. AVANCE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA (SIN TTHH)
2019



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Nota: Se anexan cuadros de seguimiento-evaluación llenados por el/la director/a de cada área, los cuales podrían ampliar la apreciación de los cuadros que se presentan en esta evaluación

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT – Desarrollo

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
DESARROLLO MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS EXISTENTES Y POTENCIALES EN ZONAS URBANAS Y RURALES DESARROLLADOS Y FORTALECIDOS.	DESARROLLO URBANO	01 GESTION TURISTICA	100,00%	97,92%	120.000,00	317.429,07	3,00	316.976,07	316.815,57
	DESARROLLO RURAL	01 PROYECTOS TURISTICOS	91,67%		6.000,00	14.000,00	-	13.581,00	13.581,00
	GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	01 GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	92,55%		145.106,94	94.875,49	62,68	87.805,17	68.174,91
		Sub Total Desarrollo			**271.106,94**	**426.304,56**	**65,68**	**418.362,24**	**398.571,48**
	Inversión y Gestión del Talento Humano DESARROLLO	01 TALENTO HUMANO DE DESARROLLO	71,69%		297.670,78	313.465,50	2.344,00	224.723,98	224.453,65
		Total Desarrollo + TH	**97,92%**		**568.777,72**	**739.770,06**	**2.409,68**	**643.086,22**	**623.025,13**

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

4.3.1.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO

TURISMO CULTURAL
PRODUCTO GASTRONÓMICO

Programas de carácter gastronómico:

Octava edición del Reconocimiento a las Mejores Fanescas.

4.3. EVALUACIÓN POA 2019 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO

4.3.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Desarrollo en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: **98% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo.
(Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

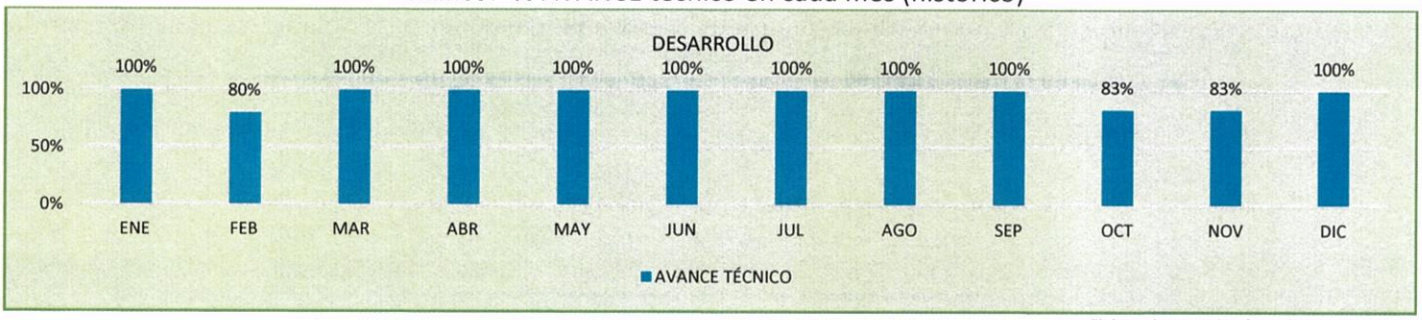
Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **87 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL) y un 84 % de presupuesto devengado, según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla 2. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: DESARROLLO

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
DESARROLLO	98%	98%	0%	87%	98%	84%	93%	48%	33%	98%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Reconocimiento a las Mejores Fanescas 2019

La octava edición de "Reconocimiento a las Mejores Fanescas 2019" en alianza con la UDLA, se realizó el 10 abril del 2019 bajo el concepto de "El lado dulce de la Fanesca", tomando en cuenta la sostenibilidad de los ingredientes y el origen andino de la preparación.

En este año, no solo se dio énfasis al platillo tradicional de la Semana Santa, sino también, se buscó mostrar el lado dulce de la fanesca, es decir, los postres y dulces que acompañan esta tradición culinaria.

Con el fin de retomar la inclusión de establecimientos en diferentes categorías de selección, se premió a 20 establecimientos de la siguiente manera:

Categoría A: Hoteles y Restaurantes (urbano y rural)
Categoría B: Huecas
Categoría C: Nuevas Tendencias
Categoría D: Mercados

- 6 restaurantes Quito **urbano**
- 6 hoteles Quito **urbano**
- 2 hoteles y/o restaurantes Quito **rural**
- 2 huecas
- 2 establecimientos Nuevas Tendencias
- 2 mercados locales.

Los establecimientos seleccionados fueron los siguientes:

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
1	Hacienda Molino San Juan
2	Heladería San Agustín
3	Rafael Centeno Altamirano
4	Heladería Dulce Placer
5	Hotel Plaza Grande

6	Wyndham Quito Airport
7	Hotel Finlandia
8	Hotel Quito
9	Achiote Ecuador Cuisine
10	Honey Honey
11	Cosas Finas de La Florida
12	Chulla Vida Restaurante
13	Citimed Hotel
14	Restaurante Pim´s Panecillo
15	Hotel Barnard
16	Hotel JW Marriott Quito
17	Hotel Sheraton Quito
18	Casa Gangotena
19	Mercado de El Quinche
20	Mercado La Carolina

También existió una eliminatoria con la participación de 7 mercados del DM Quito y cuyos ganadores fueron: Mercado de El Quinche y Mercado La Carolina (Iñaquito).

El evento se desarrolló el 10 de abril a las 18h00 en el Centro de Arte Contemporáneo (CAC) con la asistencia de 300 personas aproximadamente.

Previo a la realización del evento, se realizó la inspección del Centro de Arte Contemporáneo CAC, conjuntamente con la UDLA y el proveedor, con el fin de definir espacios y requerimientos.

Con fecha 28 de marzo se ingresó el plan de contingencia a la Dirección Metropolitana de Gestión de Riesgos para aprobación.



Octava edición del Reconocimiento a las Mejores Coladas Moradas 2019



La octava edición de reconocimiento a las mejores Coladas Moradas 2019 se realizó el martes 29 de octubre de 2019, en el Convento de San Diego bajo el concepto de: "La Celebración de la Muerte como Continuación de la Vida"

El diseño de la imagen estuvo a cargo de la UDLA y con esta, hicieron convocatoria a los establecimientos de alojamiento y A&B, en base a catastro actualizado de 3739 registrados enviado por Quito Turismo.

Los 20 establecimientos seleccionados fueron galardonados en una ceremonia de premiación dirigida por Autoridades de la Universidad, de la Alcaldía de Quito y de Quito Turismo.
Además, los invitados tuvieron la oportunidad de degustar las distintas recetas de Coladas Moradas preparadas por los establecimientos ganadores. Todo esto en alianza con la Universidad de las Américas (UDLA).
Desde Quito Turismo, se realizó la contratación de la logística del evento.

Las categorías de selección fueron las siguientes:

- 8 restaurantes
- 8 hoteles
- 2 nuevas tendencias

Se había previsto la participación también de 2 colegios de la ciudad de Quito (se proponía realizar un concurso interno entre los colegios de Quito para definir a dos ganadores que serían reconocidos

en la ceremonia), sin embargo, en esos días la ciudad estuvo convulsionada y los estudiantes no tuvieron clases, por lo que esta categoría ya no participó.
Los establecimientos seleccionados fueron los siguientes:

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
1	Honey & Honey
2	Hotel Casa Gangotena
3	Achiote Ecuador Cuisine
4	Hotel Finlandia
5	Fruteria Monserrate
6	La Pola Gastronomía
7	Quesadilla de San Juan
8	Hotel Dann Carlton
9	Hotel Sheraton
10	Hotel Plaza Grande
11	Citimed Hotel
12	Mercure Hotel Alameda
13	La Posada del Chagra
14	Hotel Barnard
15	Cosas finas de la Florida
16	Cafetería Fior Di Latte
17	Restaurante Los 3 Guabos
18	Cyrano Corfú
19	Hotel Wyndham
20	Santana



El Free Press de comunicación presentó los siguientes resultados: -

ESCOPUSA
Monitoreo de noticias

Categoría: RECONOCIMIENTO A LAS 20 MEJORES COLADAS MORADAS Y
Periodo: Del 01/10/2019 al 05/11/2019

Medio	Ciudad	Titular	Tono	Valor	Media Value
EL COMERCIO	Quito	COLADA MORADA: TRADICIÓN PRECO	POSITIVA	3.348,00	10.044,00
EL COMERCIO	Quito	UNA COLADA MORADA DE CHIRIYACU	POSITIVA	2.848,00	8.544,00
EL COMERCIO	Quito	COLADAS TÍPICAS Y DE VANGUARDIA	POSITIVA	6.525,00	19.575,00
RADIO QUITO	Quito	20 RECETAS DE COLADA MORADA QU	POSITIVA	85,20	255,60
PLATINIUM	Quito	ENTREVISTA A CAROLINA PÉREZ - DO	POSITIVA	460,80	1.382,40
QUITO INFORMA	Quito	COLADAS MORADAS 2019: CELEBRAC	POSITIVA	0,00	0,00
¡QUÉ! - QUITO	(ninguno)	MUNICIPIO Y UDLA ESCOGERÁN A LA	POSITIVA	0,00	0,00
EL COMERCIO (WEB)	Quito	CONCURSOS Y FERIAS DE COLADA M	POSITIVA	0,00	0,00
EL COMERCIO (WEB)	Quito	20 RECETAS DE COLADA MORADA QU	POSITIVA	0,00	0,00
QUITO INFORMA	Quito	QUITO VIVE LA TEMPORADA DE COLA	POSITIVA	0,00	0,00
EL COMERCIO (WEB)	Quito	¿DÓNDE ESTÁN LOS RESTAURANTES	POSITIVA	0,00	0,00
EL COMERCIO (WEB)	Quito	COLADAS TÍPICAS Y DE VANGUARDIA	POSITIVA	0,00	0,00
VICHADA	(ninguno)	20 RECETAS DE COLADA MORADA QU	POSITIVA	0,00	0,00
GESTIÓN DIGITAL	(ninguno)	20 COLADAS MORADAS FUERON PRE	POSITIVA	0,00	0,00
GAMATV - Q	Pichincha	ENTREVISTA A: CARMEN ELENA HURA	POSITIVA	18.080,00	54.240,00
GAMATV - Q	Pichincha	ENTREVISTA A: CARMEN ELENA HURA	POSITIVA	8.880,00	26.640,00
TELESUCESOS	Pichincha	ENTREVISTA: JERSON ARIAS, QUITO T	POSITIVA	2.845,28	8.535,84
				43.072,28	129.216,84

Adicionalmente se gestionaron otros insumos:

- Se invitó a la Asociación de Artesanos que trabajan en mazapán de la parroquia de Calderón quienes participaron con un stand.
- Se contó con la participación de Quito Eterno para amenizar el evento.
- Se puso a disposición servicio de transporte desde el parqueadero de la Ronda, además se gestionó el parqueadero del cementerio de San Diego para facilitar la asistencia de autoridades y cuerpo diplomático,
- Se gestionó seguridad privada además del apoyo de la Policía Nacional.
- Se contrató una ambulancia para casos de emergencia, así como apoyo de paramédicos.

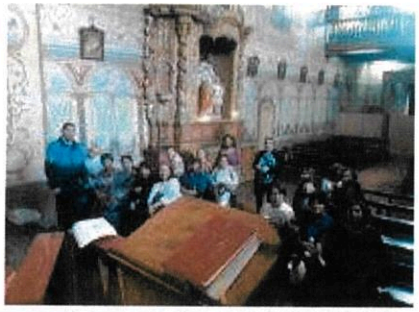
Al evento asistieron en promedio de 300 a 350 asistentes

EVENTOS Y FESTIVIDADES CULTURALES Y RELIGIOSAS

Apertura monasterio de las Agustinas
12-14 de abril

Quito Turismo apoyó con la logística coordinación, guías, seguridad y difusión de la Ruta previa a la Semana Santa en el Convento de las Madres Agustinas.
Los recorridos se llevaron a cabo los días 12, 13 y 14 de abril
Asistieron 1.007 turistas nacionales y 9 turistas extranjeros





Eventos Semana Santa 2019

La Semana Santa Quiteña conjuga expresiones religioso-culturales de esta milenaria ciudad que viven su máximo apogeo en la Semana Santa o Semana Mayor, trayendo consigo un ambiente especial de reflexión y recogimiento para los cristianos.

Para los menos creyentes, esta época se convierte en la oportunidad de admirar la riqueza cultural en un sinnúmero de eventos y tradiciones, fruto del sincretismo de lo mejor del viejo y nuevo mundo; tradiciones que incluso en la misma Europa han desaparecido, pero que en Quito aún se las mantienen, convirtiendo al Centro Histórico de Quito en el escenario principal de todas estas manifestaciones culturales, dinamizando el desarrollo turístico y económico de este sector.

El sector de Turismo Religioso se está implantando potencialmente en Latinoamérica, donde se calcula que más de quince millones de personas realizan algún tipo de turismo religioso, por lo que varias operadoras turísticas se han especializado en este sector.

El cronograma de actividades durante la Semana Mayor se estructuro de la siguiente manera:

CALENDARIO LITÚRGICO SEMANA SANTA 2019

domingo 14 de abril	martes 16 de abril	miércoles 17 de abril	jueves 18 de abril	viernes 19 de abril	sábado 20 de abril	domingo 21 de abril
PROCESIÓN DE DOMINGO DE RAMOS Lugar: La Basílica Hora: 09:30	**PROCESIÓN DE LAS ANDAS EN PUÉLLARO** Lugar: Parroquia de Puéllaro Hora: 19:00	**ARRASTRE DE CAUDAS** Lugar: La Catedral Hora: 12:00	**RECORRIDO POR LAS 7 IGLESIAS** Lugares: Carmen Alto, El Sagrario, San Francisco, San Agustín, La Compañía; La Catedral y la Concepción Hora:18:00	**PROCESIÓN JESÚS DEL GRAN PODER** Lugar: Centro histórico. Inicia y finaliza en la Plaza de San Francisco Hora: 12:00	**BENDICIÓN DEL FUEGO (Alangasí)** Lugar: Parque Central Hora: 18:00	**MISA PONTIFICAL DE LA RESURECCIÓN DE CRISTO** Lugar: Iglesia de Alangasí Hora: 18:00
MISA CAMPAL DE DOMINGO DE RAMOS Lugar: Plaza de San Francisco. Hora: 11:00			**PROCESIÓN DE LA LUZ** Lugar: Inicia en la Basílica y termina en Sto. Domingo Hora: 18:30	**PROCESIÓN JESÚS DEL GRAN PODER SUR** Lugar: Iglesia de la Virgen del Quinche (Barrio La Unión) Hora: 12:00		
ORNAMENTACIÓN FLORAL Puesta en valor de las cruces de las Iglesias a través de la ornamentación floral en calle de las 7 cruces, San Agustín y San Francisco				**PROCESIÓN DEL SILENCIO** Lugar: Plaza de Santo Domingo Hora: 18:00 **PROCESIÓN DE LOS DIABLOS** (Parroquia La Merced) Lugar: Barrio San Francisco Hora: 11:00	**PROCESIÓN DE LA SOLEDAD DE MARÍA** Lugar: Barrio San Marcos Hora: 16:00	

El concepto de Semana Santa 2019 se basó en 5 componentes:

- VIVE: Actos Litúrgicos, procesiones urbanas y rurales
- SABOREA: Gastronomía, Fanescas
- ESCUCHA: Música Sacra
- DESCUBRE: Oferta complementaria (apertura de Conventos, Monasterios, oferta Operadoras)

- MEDITA: Oferta de naturaleza, senderismo, aire libre, ocio.

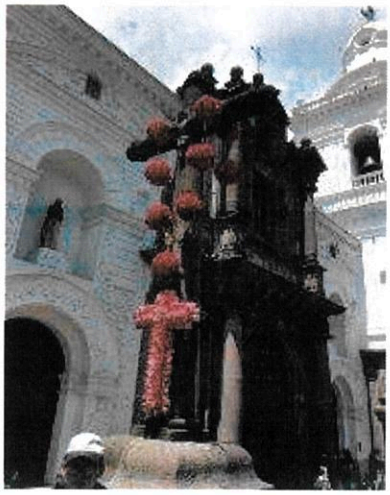
Toda esta información estuvo en el micrositio: semanasantaquito.com y en las plataformas digitales de Quito Turismo.

La coordinación se programó con las Direcciones de Mercadeo, Comunicación y Jefatura de Sistemas.

Ornamentación floral en el centro histórico

Se colocó ornamentación floral en las cruces de las iglesias:

- La Concepción
- San Agustín
- El Sagrario
- La Catedral
- La Compañía
- El Carmen Alto
- San Francisco
- San Blas
- Santa Bárbara
- Santa Clara
- Santo Domingo
- La Merced







Domingo de Ramos – Plaza San Francisco
14 de abril

La Procesión de Domingo de Ramos, inició en la iglesia de la Basílica y recorrió las calles del Centro Histórico, hasta la Plaza de San Francisco. Contó con la participación del ballet Jacchigua para el evento.

Aproximadamente asistieron 800 personas a la procesión del Domingo de Ramos, llevada a cabo el 14 de abril de 2019.

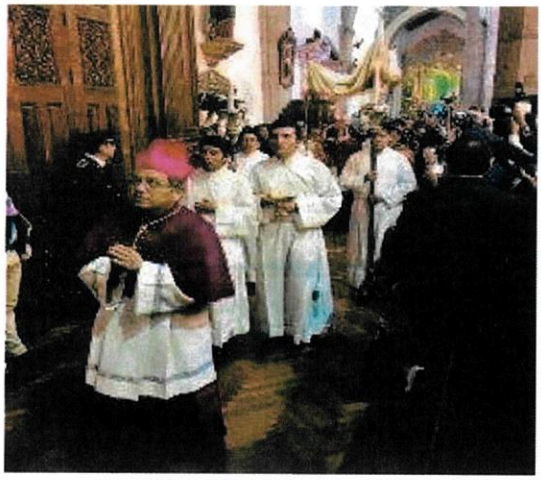


Arrastre de Caudas – La Catedral
17 de abril

La Catedral Metropolitana de Quito, es el escenario del Arrastre de Caudas. Esta es una tradición del Imperio Romano, en la que el ejército rinde homenaje a un general caído en batalla. En esta ceremonia se cubría el cuerpo del general con un manto negro, y luego este manto se deslizaba por sobre todos los soldados, vestidos también de luto. Al pasar el manto del general sobre toda la tropa, se buscaba traspasar a los soldados el espíritu de fuerza y valentía del general muerto.

La iglesia hace lo propio en honor a Jesús; y la capa da vuelta a la Catedral para que las virtudes del Jesucristo, muerto en la cruz, pasen a los fieles, Este es un rito con más de 400 años en la tradición Quiteña.

A esta celebración asistieron alrededor de 700 personas al interior de la iglesia de la Catedral, entre los cuales estuvieron: embajadores, autoridades y turistas de operadoras de turismo. En los exteriores se registraron más 200 asistentes.





Procesión de la Luz – Calle García Moreno
Jueves 18 de abril

Quito Turismo apoyó en la logística y dinamización de la Procesión nocturna de La Luz, por las calles del Centro Histórico, con la participación del ballet Jacchigua.

Asistieron aproximadamente 500 personas a la Procesión de la Luz que inició en la Basílica y culminó en el Barrio La Ronda.





Procesión Jesús del Gran Poder y ceremonia Viernes Santo
19 de abril

Tras el rezo del Vía Crucis en la mañana, inicia la gran procesión de viernes Santo que parte desde la iglesia de San Francisco. La procesión dura hasta las tres de la tarde, hora de la muerte del Señor. Los cucuruchos, junto con las Verónicas, son personajes tradicionales que acompañan a Jesús del Gran Poder y a Virgen Dolorosa en este recorrido que inicia y termina en San Francisco y que recorre buena parte del Centro Histórico de Quito.

Los Cucuruchos simbolizan a los penitentes que, vestidos de morado, muestran su arrepentimiento y su voluntad de cambio y desean reivindicarse y comenzar una vida libre de pecados; las Verónicas son la representación de la mujer valerosa que se abrió paso en él, para limpiar con un paño el sudor y la sangre del rostro de Jesús. En Quito, las Verónicas también visten de morado y llevan el rostro cubierto con un velo negro.

Quito Turismo apoya año a año en la logística y organización de la Procesión Penitencial de Viernes Santo, que se desplaza por las calles del Centro Histórico.

Aproximadamente 24.372 personas asistieron a la Procesión Penitencial de Jesús del Gran Poder en el Centro Histórico. A ello se suman los participantes en la procesión que suman alrededor de 250.000 mil personas.





Procesión del Silencio
19 de abril

Quito Turismo apoyó en la logística de la Procesión del Silencio llevada a cabo en el sector de La Mama Cuchara en el Centro Histórico.

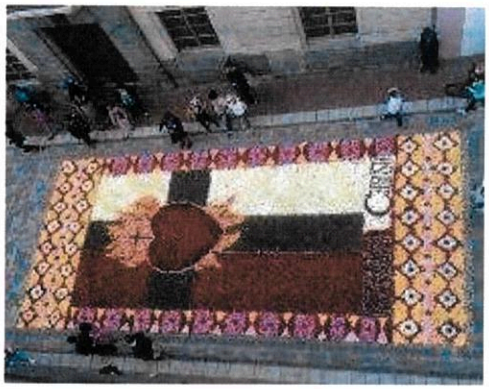
Aproximadamente 1.200 personas asistieron a la procesión del Silencio.




Celebración del Corpus Christi
23 de Junio

Durante a la celebración de Corpus Christi, Quito Turismo gestionó la implementación de 36 alfombras florales a lo largo de la calle Venezuela.

También coordinó la procesión presidida por el Arzobispo de Quito, misma que inició en la Catedral y culminó en la Basílica.

III Festival Música Ocupa
Del 8 al 16 de Junio

Quito Turismo apoyó a la Organización In Concerto para llevar a cabo tres conciertos de música clásica.

Los lugares seleccionados fueron:

- Nono con 300 asistentes
- La Ideal (sector La Mariscal) con 250 asistentes
- Insitu La Floresta con 100 asistentes

Los conciertos se llevaron a cabo en otros 17 puntos del DMQ durante los días del festival, con una asistencia aproximada de 4.000 personas.



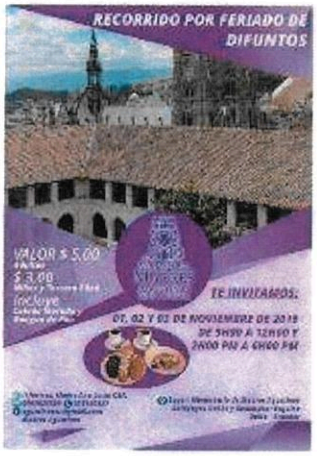


Apertura Monasterio de las Madres Agustinas
Difuntos 01 – 03 de noviembre

Quito Turismo apoyó con la logística, coordinación, guías, seguridad y difusión de la Ruta de Difuntos en el Convento de las Madres Agustinas.

Los recorridos se llevaron a cabo los días 01, 02 y 03 de noviembre

Asistieron 739 personas al Convento.



Ruta de Belenes –
Convento de las Madres Agustinas
20-22 de diciembre

Quito Turismo apoyó con la logística coordinación, guías, seguridad y difusión de la Ruta de Belenes por Feriado de Navidad en el Convento de las Madres Agustinas.

Los recorridos se llevaron a cabo los días 20, 21 y 22 de diciembre

Asistieron 287 visitantes nacionales y 15 visitantes extranjeros.



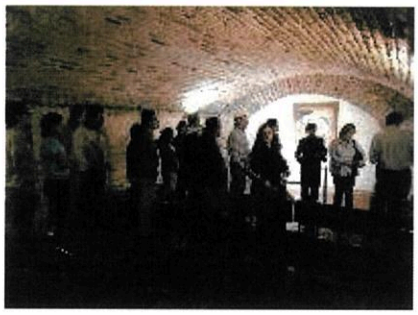


Belén del Monasterio del Carmen Bajo
16-24 de diciembre

Quito Turismo apoyó con, guías, seguridad y difusión de la visita al Belén y los túneles del Convento del Carmen Bajo.

Los recorridos se llevaron a cabo desde el 16 al 24 de diciembre

Asistieron 715 visitantes nacionales y 75 visitantes extranjeros



Belén del Monasterio de Santa Clara
19-22 de diciembre

Quito Turismo apoyó con, guías, seguridad y difusión de la visita al Belén del Convento de Santa Clara.

Los recorridos se llevaron a cabo desde el 19 al 22 de diciembre de 2019

Ingresaron 632 visitantes nacionales y 44 visitantes extranjeros.



MERCADOS NAVIDEÑOS

Con la finalidad de generar espacios de descanso, ocio, esparcimiento y recreación para las familias quiteñas, y permitir que artesanos y emprendedores, en su mayoría pertenecientes a los programas de emprendimiento de Conquito, comercialicen sus productos en los días previos a la Navidad, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, organizó 2 Mercados Navideños, uno en Quitumbe y otro en el Parque Bicentenario, durante los días 12, 13, 14 y 15 de diciembre de 2019.

Proceso de selección de artesanos para participación en mercados navideños
Para la ocupación de los 76 stands de los Mercados Navideños, el 11 de noviembre de 2019, se generó una reunión con CONQUITO, para que, de acuerdo a su experticia en la realización de ferias, se genere una convocatoria abierta a artesanos y emprendedores para su participación en los mercados.

Resultado de esta reunión se levantaron las bases de participación mismas que fueron subidas al portal de ferias que maneja CONQUITO.

Se determinó un valor de arriendo por cada stand fue de USD 100.00 más IVA.



Campaña Publicitaria

Desde la Dirección de Desarrollo se generó el proceso de contratación de una campaña publicitaria para los Mercados Navideños, entre los productos que se contrató están:

Cantidad	Descripción	Detalle producto
1	Producción	Cuña: Una cuña de hasta 40 segundos, incluye producción, edición con efectos, música, voz de hasta 2 personajes + voz de locutor institucional, cierres, derechos de uso de 1 año, material en MP3
		Buses: Sur, Centro, Norte y Valles (25 buses, 1 semana)
1	Plan de Medios	Radio: pauta en horario rotativo, 10 cuñas diarias, 10 radios de (Imbabura, Tungurahua, Cotopaxi, Pichincha) (1 semana)
		Prensa: El Comercio (1 inserto en revista dominical La Familia)



Impacto mediático

El impacto mediático local y nacional de los Mercados Navideños, se ha medido a través de los reportes del proveedor de clipping de medios (Ver Anexo 2) y de la verificación de las redes sociales que administra la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo, con los siguientes resultados:

- Media value de US$ 170.654,22 por publicaciones en prensa, radio y televisión nacional (noticieros especialmente).
- Alcance a 224.941 personas en redes sociales a través de visualizaciones e interacciones en Twitter, Facebook e Instagram.

Es importante destacar que el 38% de los asistentes se enteraron de los Mercados Navideños a través de medios digitales (redes sociales y publicidad en páginas web)

Periodo: Del 09/12/2019 al 16/12/2019

Marca	TM	Medio	Ciudad	Fecha	Valor	Ind. Ad
Mercados Navideños	PR	ÚLTIMAS NOTICIAS (MATUTINO)	Quito	2019-12-09	840,00	2.520,00
		LA HORA (QUITO)	Quito	2019-12-11	567,00	1.701,00
		EL COMERCIO	Quito	2019-12-12	1.480,00	4.440,00
		ÚLTIMAS NOTICIAS (MATUTINO)	Quito	2019-12-13	128,00	384,00
		ÚLTIMAS NOTICIAS (MATUTINO)	Quito	2019-12-13	672,00	2.016,00
		EL COMERCIO	Quito	2019-12-13	4.620,00	13.860,00
		QUÉ! (QUITO)	Quito	2019-12-13	2.079,00	6.237,00
		QUÉ! (QUITO)	Quito	2019-12-13	2.391,00	7.173,00
		QUÉ! (QUITO)	Quito	2019-12-13	2.079,00	6.237,00
		EL COMERCIO	Quito	2019-12-14	2.310,00	6.930,00
		EL COMERCIO	Quito	2019-12-15	5.778,00	17.334,00
		EL COMERCIO	Quito	2019-12-16	2.272,00	6.816,00
Total PR	**12**				**25.216,00**	**75.648,00**
Mercados Navideños	RD	LA RUMBERA	Quito	2019-12-10	198,65	595,95
		MAJESTAD	Quito	2019-12-11	596,00	1.788,00
		RADIO QUITO	Quito	2019-12-11	16,80	50,40
		MAJESTAD	Quito	2019-12-11	259,00	777,00
		DISTRITO FM	Quito	2019-12-11	1.290,54	3.871,62
		RADIO CATÓLICA FM (QUITO)	Quito	2019-12-12	201,98	605,94
		EXA - QUITO	Quito	2019-12-12	691,00	2.073,00
		DEMOCRACIA	Quito	2019-12-12	161,00	483,00
		RADIO QUITO	Quito	2019-12-12	18,00	54,00
Total RD	**9**				**3.432,97**	**10.298,91**
Mercados Navideños	TV	TELEAMAZONAS - Q	Quito	2019-12-11	5.864,99	17.594,97
		TVC TELEVICENTRO	Quito	2019-12-13	8.170,16	24.510,48
		ECUADOR TV - Q	Quito	2019-12-15	1.796,66	5.389,98
		GAMATV - Q	Quito	2019-12-15	1.796,66	5.389,98
		GAMATV - Q	Quito	2019-12-16	2.101,66	6.304,98
		ECUADOR TV - Q	Quito	2019-12-16	2.101,66	6.304,98
		GAMATV - Q	Quito	2019-12-16	2.209,99	6.629,97
		ECUADOR TV - Q	Quito	2019-12-16	2.209,99	6.629,97
		ECUAVISA - Q	Quito	2019-12-16	1.984,00	5.952,00
Total TV	**9**				**28.235,77**	**84.707,31**
Total	**35**				**56.884,74**	**170.654,22**

Fuente: Escopusa - Dirección de Comunicación Quito Turismo

El número total de visitantes a los Mercados Navideños fue de 19.040 personas (4.760 personas por día). En Quitumbe 9.561 personas en total y en el Parque Bicentenario 9.479 personas en total. Con la finalidad de realizar una medición del impacto económico para los emprendedores presentes en los Mercados Navideños de Quitumbe y el Parque Bicentenario y del impacto social para los visitantes, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo, realizó una encuesta in situ a los visitantes de los mercados, en el momento de su salida. La muestra fue de 1.080 personas, lo que permitió un nivel de confianza del 95% aproximadamente. De igual manera, Conquito realizó una encuesta directa a los 76 emprendedores que participaron en los mercados para medir los beneficios obtenidos. Los resultados generales de esta medición a continuación:

- El 28% de los asistentes recorrió y compró algún producto (artesanías, utilitarios, etc) en los 76 stands de los emprendedores.

- El 29,5% de los asistentes compró algún producto alimenticio para consumo directo en los mercados, para lo cual se dispuso de un patio de comida dentro de los mercados.
- El 19% de los asistentes tuvieron la oportunidad de disfrutar de algún show de villancicos navideños (con María Isabel Albuja y María Fernanda Argotti principalmente).
- El 18% de los asistentes aprovecharon para tomarse fotos en el escenario navideño con los personajes de Papá Noel y elfos.
- El 80% de los asistentes calificó positivamente a los Mercados Navideños (8+ puntos).
- Las ventas totales de los emprendedores ascienden a US$ 45.037,57 de acuerdo con el reporte de Conquito, lo que habría significado un ingreso promedio de US$ 592, 60 para cada emprendedor.

Entre los elementos que más llamaron la atención de los asistentes estuvieron la decoración y ambiente navideño (calidad), la variedad, las artesanías, la música, entre otros. El 97,2% de los asistentes considera que los mercados navideños deben realizarse cada año y esto además permitió el posicionamiento positivo de la Alcaldía Metropolitana de Quito en 2 importantes zonas de la ciudad.

De igual manera la logística, montaje y desmontaje de los Mercados Navideños en Quitumbe y el Parque Bicentenario permitieron el involucramiento de 600 personas aproximadamente de forma directa e indirecta, a través de la provisión de diferentes bienes y servicios necesarios para la implementación de estos espacios de esta magnitud, permitiendo un mayor encadenamiento productivo.





Centros de Información Turística

Los puntos de Información Turística son el primer contacto del turista cuando llega a la ciudad. Actualmente se encuentran localizados en sitios estratégicos de la ciudad:

- Centro Histórico, bajos de la Alcaldía
- Aeropuerto Mariscal Sucre
- Terminal Terrestre de Quitumbe
- La Mariscal

Oficinas de información Turística	Dirección	Horario de atención al público actualmente	Personal que labora
Aeropuerto Mariscal Sucre	Sala de arribo internacional	L – V 07h00 a 14h00 / 14h00 a 22h00 Una o dos veces a la semana de 22h00 a 07h00	3 informadores que laboran en modalidad de contrato con Quito Turismo
Quinde Visitor Center - Centro Histórico	Venezuela y Espejo	L- S 09h00 a 18h00 D 09h30 a 16h30	1 informador que labora en modalidad de contrato con Quito Turismo
Terminal Terrestre Quitumbe	Interior del Terminal	L – D 08h00 a 18h00	1 policía metropolitano en cada oficina de información de acuerdo a convenio que tenemos con Secretaría de Seguridad para el apoyo de policía metropolitana de turismo
La Mariscal	Reina Victoria y Foch	L - Mier 09h00 a 17h30 J – S 09H00 a 19h00	

Número de turistas atendidos en el período enero hasta diciembre 2019

Oficinas de Información	*Turistas Diciembre 2019*	*Total Turista 2019*
Aeropuerto	3639	44477
Quinde (Visitor Center)	2260	27018
Quitumbe	2009	24607
Mariscal	967	12421
Total	**8875**	**108523**

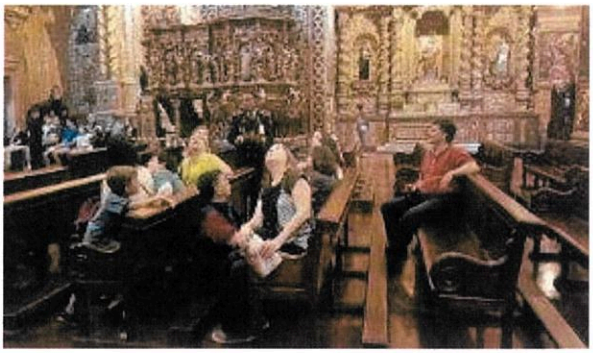
Además de brindar información, desde estas oficinas, se realiza permanentemente la actualización de bases de datos y se recopilan semanalmente los eventos en parroquias que luego se integran a la agenda de eventos de ciudad. Esta información es revisada conjuntamente con la Dirección de Comunicación y posteriormente pasa a la Jefatura de Sistemas para su promoción y difusión

En el mes de mayo se actualizó la base de iglesias, museos, y espacios pet friendly.

No.	NOMBRE DEL MUSEO	Zona	CONTACTO	CORREO ELECTRÓNICO	TARIFA	
1	Museo Intiñan	San Antonio de Pichincha	Humberto Vera	carolina@museointinan.com.ec	Adulto Extranjero	4,00
					Adulto Nacional	4,00
					Universitarios con carnet	3,00
					Niños (hasta 12 años)	2,00
					Estudiantes colegios con carnet	2,00
					Tercera edad nacional	2,00
					Discapacitados	2,00
2	Mitad del Mundo	San Antonio de Pichincha	Martha Intriago	[illegible]	Adultos - Entrada Ciudad Mitad del Mundo y sus atractivos	5,00
					Tercera Edad, Discapacitados, Niños menores de 12 años - Entrada Ciudad Mitad del Mundo y sus atractivos	2,50
					Parqueadero	3,00
3	Museo de Sitio Tulipe	Tulipe	Estefanía Pavón	estefania.pavon@tulipe.gob.ec	Adulto Nacional o Extranjero	3,00
					Niños,estudiantes escuela y colegio en giras de observación, Tercera edad, discapacitado	1,00
4	Parque Arqueológico y de Investigación Científica Cochasqui	Pedro Moncayo	Eliezer Guevara	[illegible]	Adulto Extranjero	3,00
					Adulto Nacional	1,00
					Niños (Menores 12 años)/Estudiantes /Tercera Edad	0,50
5	Pucara Rumicucho	San Antonio de Pichincha	Miguel Chipantasig	sonia0108@hotmail.com	Adultos	1,00
					3ra edad, niños y discapacitados	0,50

Tours Agentes Metropolitanos de Control Unidad de Turismo

Desde el Centro de Información Turística del Quinde, en el período enero a junio se han atendido en total 35 tours con 1.162 turistas, guiados por los Agentes Metropolitanos de Control de la Unidad de Turismo, en coordinación con la Policía Nacional para la seguridad de los visitantes, con resultado positivo en la experiencia de la visita en Quito.



Mes	Tours Policía Metropolitana	Total Turistas atendidos
Enero	7	382
Febrero	5	37
Marzo	5	67
Abril	8	581
Mayo	7	49
Junio	5	121
Julio	5	147
Agosto	14	1104
Septiembre	7	528
Octubre	10	753
Noviembre	14	1390
Diciembre	5	1905
TOTAL	*92*	*7064*

Levantamiento de información nuevos proyectos turísticos

Quito Bike Tours.- Con fecha 12 de enero se realiza el recorrido con esta operadora que ofrece tours de bicicleta en la ciudad, se visita diferentes atractivos de la ciudad entre ellos Murales de la Floresta, Mirador de Guápulo, Mercado Santa Clara, La Mariscal, Parque El Ejido y la Alameda

Casona de las artes.- El día sábado 26 de enero se realiza la visita y recorrido a la Casona de las artes, un espacio dedicado a la época de oro del teatro y la música ecuatoriana.



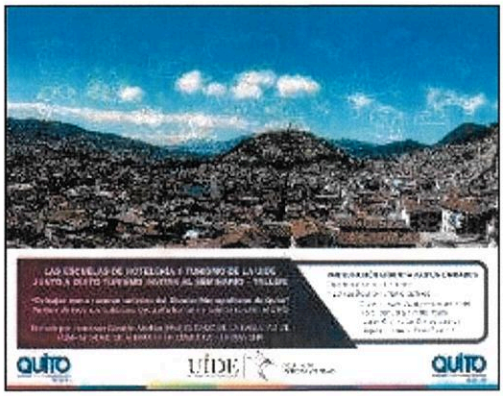


Seminario Quito Turismo y Universidad Internacional del Ecuador
24 enero 2019

En coordinación con la Universidad Internacional del Ecuador, se llevó a cabo el "Taller Paisaje como recurso turístico del Distrito Metropolitano de Quito". Este seminario dictó Francisco Cabrían, Decano de la facultad de Humanidades de Albacete – Castilla, junto con un funcionario de Quito Turismo y de la Universidad Internacional.

Asistieron aproximadamente 70 asistentes al evento, entre ellos estudiantes, docentes de universidades, Policías Metropolitanos y Policía Nacional





Proyecto Manos en La Ronda

El proyecto **Manos en la Ronda** en una iniciativa que promueve la implementación de talleres artesanales demostrativos que permitan diversificar la oferta para los turistas nacionales e internacionales con nuevos productos innovadores y de calidad, además de impulsar emprendimientos locales, fortaleciendo el rol de la artesanía como herramienta de desarrollo turístico sostenible en el Distrito Metropolitano, rescatando la simbología y las técnicas artesanales tradicionales, incluyendo elementos contemporáneos, diseño y calidad tanto en el producto como en su exhibición.

Los talleres se encuentran actualmente distribuidos de la siguiente manera:

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD
CASA 989	
Chez Tiff	Esta chocolatería estudia y revaloriza el cacao para convertirlo en chocolate. Ofrece a sus visitantes la experiencia de una "degustación didáctica" para conocer la historia del Ecuador.
Escuela Quiteña: Taller de Orfebrería	Oficio que crea piezas artísticas de metal especializado en la técnica de repujado con estilos pre-colombinos, coloniales y contemporáneos.
Escuela Quiteña: Taller de Forja Artística	Oficio que trabaja el hierro calentado y modelado por golpes del martillo para la elaboración de rejas, faroles, llamadores, etc.
Escuela Quiteña: Taller de Taracea	Arte de la construcción de muebles con incrustaciones de madera, concha, hueso, nácar y metales. Los muebles más representativos son los Bargueños.
CASA 925	
Api Real	Las abejas, guardianas de la naturaleza y habitantes de bosques andinos inspiran día a día a este taller para elaborar jabones, bálsamos, cremas, lociones en base a la cera, miel de abejas y su fusión con aceites esenciales.
Zabalartes	La madera es la protagonista en este taller en el que los yo-yos, baleros y trompos recuerdan aquellos juegos que se practicaban en el Quito de antaño.
Heladería	Tradición convertida en helado, sabores como el arroz con leche, morocho, canelazo, chapo, etc. Son sabores característicos en esta heladería.
Sombreros Humacatama	En este taller se crean diferentes tipos de sombreros elaborados a la medida, así como exposición de trajes de épocas pasadas.
Hojalatería Silva	Las hábiles manos de la familia Silva han dado vida por casi 60 años a pequeños objetos de hojalata.

A partir de 01 de enero se realiza seguimiento de procesos administrativos La Ronda, y se ubicación a Humacatama y Hojalatería Silva en la casa 925.

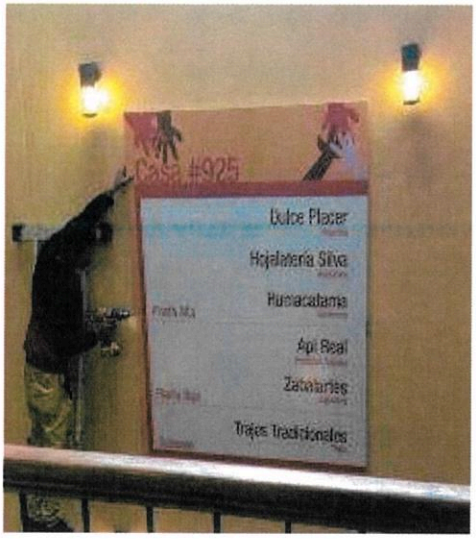
También se hace el seguimiento con IMP y Área Administrativa para el traspaso de custodios de los inmuebles.

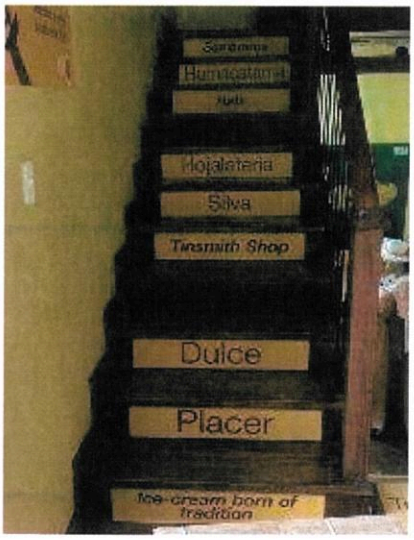
El 5 de febrero se establece una reunión con los artesanos del proyecto Manos en La Ronda, junto con el área Administrativa de Quito Turismo y un representante del Instituto Metropolitano de Patrimonio (IMP).

El día 2 de mayo, junto con el señor Diego Madriñán se realiza la inspección del local ubicado en la casa 707 de La Ronda, que fue ocupado por talleres Guayasmín.

Este local fue devuelto por lo que posteriormente se realizan los arreglos y con fecha 14 de mayo se firma el acta entrega recepción del mismo.

Nueva Señalización Proyecto Manos en La Ronda
El 02 de se realizó el mantenimiento de los talleres artesanales de las casas 925 y 989.





Con el fin de generar nuevas propuestas para la Ronda, se realizó un informe de diagnóstico sobre la situación actual en La Ronda.

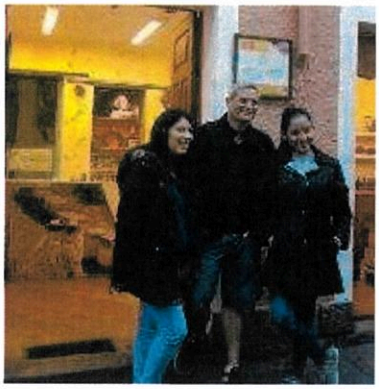
Proyecto Preliminar del Nuevo Modelo de Gestión de La Ronda
El 27 de diciembre se presentó el nuevo modelo de gestión con una oferta turística innovadora para visitantes nacionales y extranjeros con actividades enfocadas al turismo cultural y turismo creativo.



Gestión visitas a talleres La Ronda

Como parte de las activaciones en el Centro Histórico, la Dirección de Desarrollo gestiona, unas veces junto con Mercadeo, la visita de grupos, turistas o personalidades, a los talleres del proyecto Manos en La Ronda.

Se gestiona diferentes vistas: 9 FAMTrips y 10 PRESS trips









Socialización peatonalización calle Venezuela

El 26 de abril del 2019 se socializó la peatonalización de la calle Venezuela a los establecimientos turísticos y se informó los horarios de cierre de la calle así como zonas de carga y descarga.

Se trabajó con 39 establecimientos turísticos.

Se contó con el apoyo de la Jefatura de Operación Receptiva.

Entrega de invitaciones charlas de seguridad turística

El 16 de mayo se realizó la invitación a establecimientos de Alimentos y Bebidas de la Zona Especial Turística de La Mariscal a las charlas de Seguridad Turística impartidas por Quito Turismo.



Reuniones para rehabilitación del Panecillo

En el mes de octubre se realizaron 3 reuniones con varias instituciones municipales y con la congregación de Padres Oblatos para coordinación de intervención en el sector.

Quito Turismo se comprometió a hacer las gestiones para habilitar el Fortín y Polvorín así como la colocación de señalización turística según instrucciones del IMP.

Se hizo el acercamiento con la congregación de padres Oblatos para habilitar la Olla del Panecillo, integrando un museo.





Rehabilitación de La Marín

Entre octubre y noviembre se realizaron tres reuniones con varias instituciones municipales para analizar los avances y acciones emergentes en La Marín.
Quito Turismo se comprometió en realizar Inspecciones, Regulación (realizado por la Dirección de Calidad) e implementación de Beacons (sistemas electrónicos con información turística y de movilidad relevante) en el sector.
En el mes de diciembre se colocaron 4 beacons en el Mercado Central, Corredor Marín Central, Estación de integración Playón Marín, Terminal interparroquial e intercantonal "La Marín"





Coordinación y participación en Habitat III+3

En octubre se realizaron varias reuniones de coordinación de participación en el evento de Habitat III +3 y en noviembre Quito Turismo participó con un stand de información, seguridad turística y trámites para registro turístico en el sector de la Mariscal.





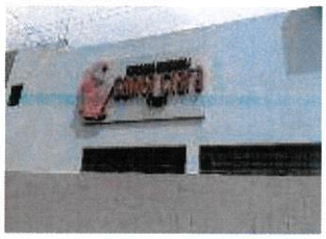




Reunión para intervención mercado San Francisco y Santa Clara

Quito Turismo, en noviembre participó en una reunión convocada por el Instituto Metropolitano de Patrimonio para realizar coordinación de acciones solicitadas por moradores y empresarios del sector, con apoyo de varias instituciones municipales





Reuniones mesas de coordinación de transporte

Desde el mes de agosto hasta diciembre del 2019 se participó en mesas de trabajo de coordinación de movilidad convocada por la Secretaria de Movilidad para realizar coordinaciones de cierres por diferentes actividades como repavimentación, actividades culturales, entre otras.

Todas estas acciones fueron compartidas con los gremios turísticos.




Evaluación Preliminar De Sitio Mercados

El 18 de julio se realizó una visita de campo a los mercados Santa Clara, La Carolina y La Floresta

Se generó un diagnóstico de condiciones actuales y recomendaciones para el desarrollo turístico de los mercados.

Mercado La Floresta tiene potencial turístico, necesita una intervención integral por parte de diferentes instituciones.







ACTIVACIONES TURÍSTICAS EN ZONAS TURÍSTICAS

Se han planificado diversas activaciones en el espacio público en zonas especiales turísticas que generen empoderamiento y actividades que impulsen actividades culturales, ocio y turismo, que serán implementadas desde marzo del 2019, y que a continuación se detallan:

Evento	Concepto	Descripción	Fechas	Lugares	Tipo
MARZO					
Equinoccio en Quito	Efectos lumínicos en Iglesias de Quito / El día sin Sombra	Realizar una campaña de interés comunicativa para que turistas visiten los lugares del Centro Histórico donde se puedan apreciar estos efectos lumínicos, crear tendencias en redes sociales donde las mejores fotos de los turistas sean publicadas en redes sociales de Quito Turismo, recolectar experiencias de turistas que han experimentado estos fenómenos naturales y ponerlas como pastillas o # hashtag en redes sociales.	Miércoles 20 de Marzo	Plazas Centro Histórico Iglesia La Catedral, El Sagrario, San Francisco	Gestión QT
ABRIL					
Semana Santa	Turismo Religioso en Quito	Apoyo de difusión y promoción a actividades de Semana Santa, Ornamentaciones florales en la calle de las 7 cruces, Eventos Litúrgicos, Evento Gastronómico	Del 14 al 21 de Abril	Iglesias, calles y plazas CHQ Centro de Arte Contemporáneo	Gestión QT
Festival Internacional de Narración Oral Patrimonial	Día Mundial del Patrimonio	Espectáculo de narración oral, narratón de cuentos e historias del mundo con 4 narradores de México, Chile Bolivia y Colombia, presentación de cuentos en inglés	27 de abril	Plaza Grande	Contrato
MAYO					
Mes de los museos	Día internacional de los museos	Dar fuerza a todas las propuestas de los museos por esta fecha. Promoción y difusión de eventos de los museos / Red de museos / Museos de la Defensa / Museos Metropolitanos etc. Difusión de eventos a través de medios de Quito turismo	Sábado 18 de Mayo	Museos de Quito	Gestión QT
JUNIO					
Solsticio de Verano	Efectos lumínicos en Iglesias de Quito / El día sin Sombra	Continuar con la campaña de interés comunicativa para que turistas visiten los lugares del Centro Histórico donde se puedan apreciar estos efectos lumínicos, crear tendencias en redes sociales donde las mejores fotos de los turistas sean publicadas en redes sociales de Quito Turismo, recolectar experiencias de turistas que han experimentado estos fenómenos naturales y ponerlas como pastillas o # hashtag en redes sociales.	21 de Junio	Plazas Centro Histórico Iglesia La Catedral, El Sagrario, San Francisco, Plazas	Gestión QT
Alfombras de flores y procesión del Corpus Christi	Corpus Christi	Por motivo de la celebración de Corpus Christi, se implementarán alfombras de flores en el Centro Histórico y se llevará a cabo una procesión que iniciará desde La Catedral hasta La Basílica, dando fuerza a esta celebración religiosa en Quito.	5 de Junio	Calle García Moreno	Gestión QT
Música en el Bicentenario	Plaza de la Bienvenida	Por motivo de la inauguración de la Plaza de la Bienvenida realizar una presentación musical con la intervención de una banda (Municipal, Policía Metropolitana, Policía Nacional, Bombreros)	15 de Junio	Plaza de la Bienvenida	Gestión QT

Evento	Concepto	Descripción	Fechas	Lugares	Tipo
JULIO					
Rutas de leyenda	Verano en Quito	Por verano realizar rutas de fachadas de edificios no convencionales del Centro Histórico - La Mariscal	6,13,20,y 27 de julio	Centro Histórico / **La Mariscal**	Contrato
AGOSTO					
La Historia de la Independencia	Conmemoración por el día de la Independencia	Propuesta artística con la que se creará el ambiente propicio para trasladar en el tiempo a los visitantes y narrar los hechos que desembocaron en 2 fechas importantes de inicios del siglo XIX, a través de 5 personajes de leyenda en sitios relacionados a esta temática	3 de Agosto	San Agustín Museo Manuela Sáenz Centro Cultural Metropolitano	Contrato
SEPTIEMBRE					
Mes del Patrimonio	Declaratoria de Quito Patrimonio de la Humanidad	Tour de Fachadas e historia por el Centro Histórico de Quito, realizar tours de fachadas con guías de la policía Metropolitana previa inscripción y sin costo para los participantes, grupos máximo de 15 personas / Disponer de todos los juegos tradicionales en La Ronda y difundir junto con actividades de los talleres para este mes.	07 de Septiembre	Iglesias, calles y plazas CHQ / La Ronda	Gestión QT
Día Mundial del Turismo	Miradas a través de las piedras Narración oral	Contar historias en los muros de los principales iglesias y monasterios del Centro Histórico, las narraciones se acompañarán de ilustraciones en vivo proyectada en los muros	28 de septiembre	Muros de: Monasterio de Santa Catalina; Iglesia de la Compañía; La Merced; Carmen Alto	Contrato
OCTUBRE					
Encuentro Musical La Ronda	Día del Pasillo ecuatoriano	Presentación de grupos musicales de universidades, evento abierto al público. Contratación: Equipos, amplificación, iluminación, grupos musicales	5,12,19 y 26 de octubre	en la calle Morales, La Plaza Benitez Valencia, **Plaza Foch** Plaza Grande, La Guaragua	Contrato
NOVIEMBRE					
Eventos temáticos de temporada	Día de los difuntos en Quito	Anclarse a oferta de museos, gestores culturales e iglesias que realizan estos recorridos, dar difusión y promoción de las mismas en las redes sociales de Quito Turismo / Crear Hashtags – Plan de comunicación	Sábado 02 de Noviembre	Museos e iglesias del Centro Histórico	Gestión QT
DICIEMBRE					
Delicias Monásticas	Feria Internacional de productos monásticos en Quito	Realizar un feria que reúna a todos los conventos y religiosas que elaboran productos como jabones, jarabes, miel, recuerdos para que expongan sus trabajos y vendan sus productos. Gestión para uso de convento y acercamiento con monasterio. Contratación: mesas, manteles, sillas, decoración	Del viernes 20 al domingo 22 de diciembre	Instalaciones Fundación Iglesia de la Compañía de Jesús	Contrato
Serenatas quiteñas	Fiestas de Quito	Realizar serenatas Quiteñas en barrios tradicionales de Quito. Evento abierto al público.	Viernes 06 de Diciembre	*La Ronda	Contrato

Evento	Concepto	Descripción	Fechas	Lugares	Tipo
Inocentes en Quito	Tradiciones Quiteñas	Contratación: Equipos, amplificación, iluminación, grupos musicales	De 28 de Diciembre al 06 de Enero	Plaza Grande	Gestión QT
Fin de año	Fin de año tradicional	Difundir las costumbres antiguas de inocentes, crear tendencias en redes sociales, para que turistas tomen fotos y subirlas a redes sociales de Quito Turismo. / Promocionar un fin de año de antaño como la de las viudas tradicionales no vulgar, realizar investigación sobre costumbres perdidas en DM Quito y difundir en redes Sociales un fin de año cultural / Concurso de fotos en redes	31 de Diciembre	CHQ	Gestión QT
*** Rutas La Mariscal**		Se validará 6 Rutas a realizarse a partir del 16 de marzo en La Marista / 30 salidas / QT apoyará con Gestión para FAM y PRESS Trip así como promoción y difusión de las rutas.	3 Recorridos por mes	La Mariscal	Gestion QT / Administración zonal La Mariscal
*** Activaciones musicales La Mariscal - CHQ**		A la espera de confirmación de grupos musicales de la UDLA para definir fechas y grupos / También se gestionará con bandas de instituciones para presentaciones en Plazas	1 presentación por mes	La Mariscal / CHQ / La Ronda	Gestion QT / UDLA

SEGURIDAD TURÍSTICA

Se ha realizado diversas acciones y gestión con la Policía Nacional para apoyar a la Seguridad Turística de los visitantes locales, nacionales e internacionales.

- El Servicio de Seguridad Turística, actualmente cuenta con 160 efectivos policías que se encargan prioritariamente de la protección de los turistas, estos efectivos se encuentran distribuidos en 45 puntos de interés turístico y en el que se realizan acciones preventivas y reactivas ante los delitos.
- Policía Nacional de la Zona Centro y Seguridad Turística están trabajando con patrullaje en el Parque García Moreno y en la parte posterior de la iglesia de la Basílica para evitar se presenten actividades delictivas.
- Con el apoyo de personal del restaurante San Ignacio y con la actuación del personal policial del Servicio de Seguridad Turística se logró la aprehensión de uno de los integrantes de una banda que robaba a los turistas en el Centro Histórico.
- El 28 de enero del 2019, mediante labores de inteligencia de Policía Nacional se desarticuló una estructura delictiva que delinquía contra ciudadanos y turistas en los alrededores de la Iglesia de San Francisco, del sector Centro Histórico.
- Se ha desarrollado una propuesta entre Quito Turismo, Secretaria de Seguridad y Servicio de Seguridad Turística para capacitar en temas preventivos a la industria turística. Estos iniciarán en el mes de marzo durante 3 meses.
- Con fecha 14 y 15 de marzo se realizó la invitación a 60 establecimientos turísticos de La Mariscal para que asistan a charlas de seguridad turísticas impulsadas por Quito Turismo. Estuvo dirigida a dueños o administradores de los establecimientos.
- Con fecha 12 de abril se realizó la entrega de invitaciones a Charlas de Seguridad Turística a cargo de la Policía Nacional. Invitaciones entregadas a 49 establecimientos turísticos de La Mariscal.
- El 16 de mayo se realizó la invitación a 51 establecimientos de Alimentos y Bebidas de la Zona Especial Turística de La Mariscal para que asistan a las charlas de Seguridad Turística impartidas por Quito Turismo.
- En el mes de Mayo se llevó a cabo una reunión con el personal de Seguridad Turística para coordinar una capacitación dirigida a la industria. Participaron 114 personas a través de la plataforma Webinar
- Se mantuvo una reunión con la Unidad de Turismo Protocolo y Seguridad del Cuerpo de Agentes de Control Metropolitano para plantear estrategias de atención a los visitantes en los lugares turísticos más concurridos de la ciudad.
- Se obtuvo un total de 69 denuncias recibidas en mayo de 2019 en las cuatro oficinas de Seguridad Turística ubicadas en el DMQ. Se evidenció un decrecimiento del 16% en relación al mismo periodo del 2018. De las 69 denuncias recibidas 56 fueron en el DMQ.
- Se llevaron a cabo 3 talleres sobre seguridad en diferentes ámbitos de la seguridad turística y ciudadana, más una reunión sobre normativa y aplicación, de seguridad de deportes de aventura.

- Reunión convocada por Sec. de Seguridad, Crnl. Mantilla para coordinar acciones en torno al tema de inseguridad, como respuesta al oficio enviado por Gerencia de Quito Turismo, el 24 de septiembre del 2019.

- Del 3 al 13 de octubre hubieron manifestaciones a nivel nacional ante lo cual Quito Turismo conformó el "Comité Turístico de Crisis" entre instituciones públicas - privadas con aportes de todas las áreas técnicas para una efectiva comunicación y propuestas para contrarrestar la problemática.
- Dos reuniones para levantamiento de información de daños físicos por manifestantes en el Paro Nacional del mes de octubre.
- Dos reuniones para coordinación de seguridad y logística para eventos en varios sectores de la ciudad con motivo de la visita de Roger Federer
- Coordinación para apoyo a la seguridad y logística para evento "Mas allá de la Vida" desarrollado en el Centro Cultural Metropolitano del 01 al 03 de noviembre.
- En los meses de junio, agosto y diciembre se realizaron tres reuniones para tratar la problemática de la Ronda relacionada con la seguridad, control, movilidad, mendicidad, tráfico de drogas, entre otros. En estas estuvieron presentes entidades nacionales, municipales, comunidad y empresarios, comprometiéndose a trabajar en mejoramiento de los temas antes indicados.



No. De Turistas atendidos en las cuatro oficinas de Seguridad Turística.

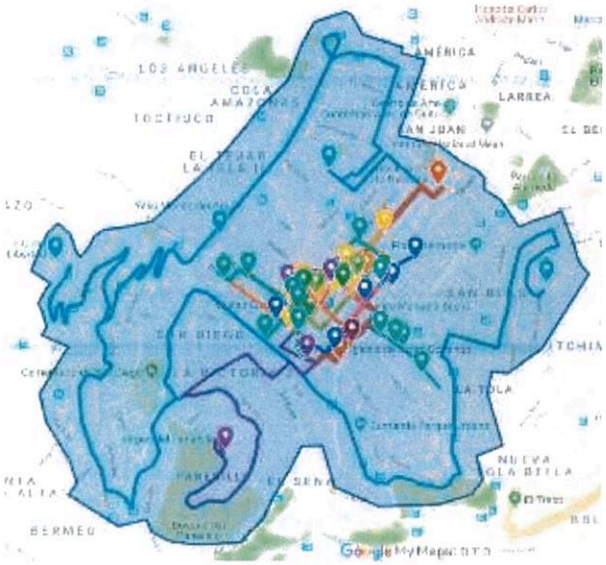
Proceso de contratación sistema integral de indicadores turísticos (SIIT)

Se realizó todo el trámite administrativo para la contratación del Sistema Integral de Indicadores turísticos del DMQ.

Se ha contratado por 2 años con la Empresa Pública de la Politécnica Nacional (EPN-TECH-EP) el estudio de los datos turísticos de la ciudad relacionados a datos hoteleros, datos de perfil de turistas, datos en feriados y demás estadísticas que necesita la ciudad en el ámbito del turismo.

Rutas Centro Histórico

Georeferenciación de 7 rutas dentro del Centro Histórico, elaboradas por Quito Turismo. Y 7 rutas dentro del Centro Histórico, propuestas por AEI (Alianza para el Emprendimiento e Innovación).



Parámetros de evaluación para circuito cerrado para el transporte turístico del DMQ

De acuerdo a la disposición de la Resolución N° SM-010-2019 se expide el procedimiento para la emisión de la autorización de ruta de circulación para excursión en circuito fijo para el transporte terrestre turístico dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

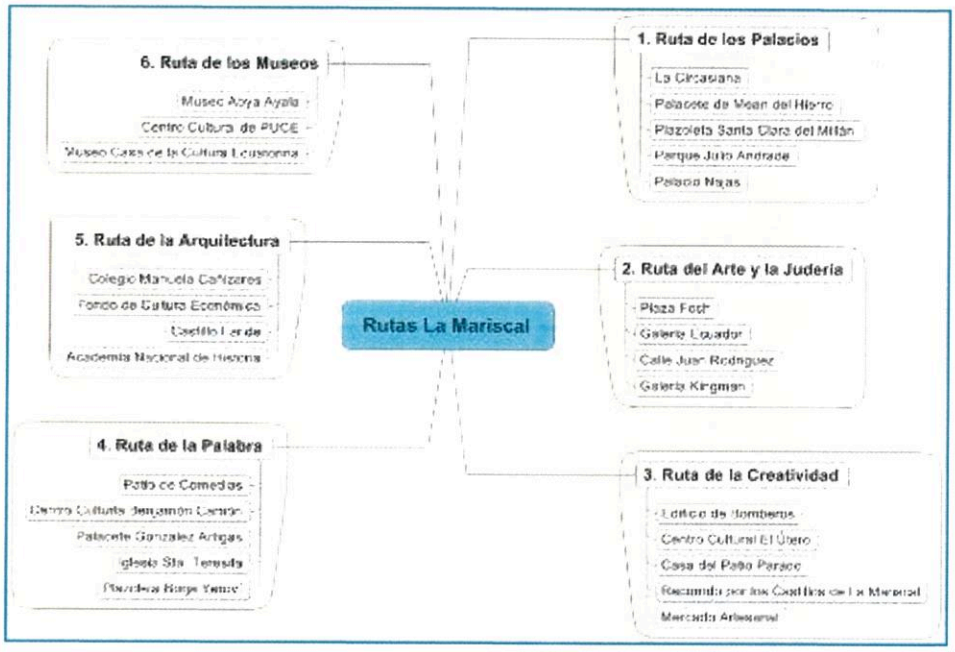
Para ello, luego de una revisión de parámetros de evaluación de otros países y metodología de verificación de servicios turísticos, se determinó 38 parámetros estructurados en ejes de guianza turística, diseño de rutas, operación turística y responsabilidad social y ambiental.

Se ha realizado 2 inspecciones de evaluación a las empresas Quito Tour Bus y VanService. Esta última busca obtener la autorización de circulación de circuito fijo en el DMQ.



Rutas turísticas La Mariscal

En coordinación con la Administración Zonal La Mariscal y el colectivo MediArte se diseñaron 6 rutas turísticas en la zona La Mariscal. Se realizó un press y fam trip para promocionarlas.
Las rutas son:



Señalización la Mariscal y Centro Histórico

Se realizó el diseño para implementar nueva señalización en el Centro Histórico de Quito y La Mariscal que incluye lenguaje braille.



LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL DMQ.

Se realizó un levantamiento de información y presentación de los principales productos turísticos del DMQ. Se identifica 6 productos principales con sus subproductos y temáticas.



REUNIONES DE COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL

- El 22 de Mayo tuvo lugar una reunión con varias instituciones municipales para conocer e informar con respecto al cierre de la calle Benalcázar por trabajo del Metro de Quito y conocer las rutas alternas que deben tomar los operadores durante el cierre.
- El 28 de Mayo se llevó a cabo una reunión con representantes de varias instituciones municipales y nacionales para el apoyo en logística para el evento del Corpus Christi.
- El 30 de Mayo se mantuvo una reunión con la Arquidiócesis de Quito y representantes de Grupos Laicos para determinar acciones en la celebración del Corpus Christi que tendrá lugar el 23 de Junio en la Zona Especial Turística Centro Histórico.
- Reunión para cambio de guardia presidencial, coordinación interinstitucional para el tema de seguridad.
- Reunión proceso de activación de terrazas, con el fin de coordinar los procesos administrativos en el espacio público.
- Reunión para tratar el tema de la problemática de las calles García Moreno y Venezuela por efectos de la peatonización.
- Reunión activaciones en el Centro Histórico, para definir actividades y /o rutas culturales en la ZET Centro Histórico.



- Reunión para coordinación sobre eventos, comercio informal para Fiestas de Quito convocado por la Secretaria de Coordinación y Participación ciudadana.

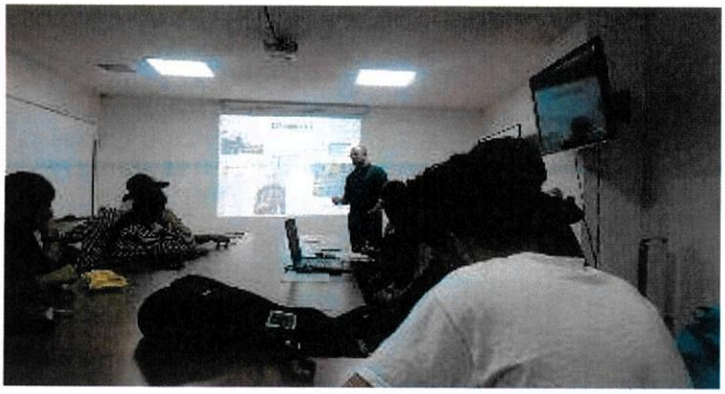




Talleres de productos turísticos

El 10 de junio se dictó un taller de Productos Turísticos y Rutas Turísticas del DMQ, dirigido a 22 estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí quiénes se beneficiaron de la capacitación.

El 20 de junio se dictó un taller de Productos y Destinos Turísticos en el DMQ organizado por la Dirección de Calidad de Quito Turismo, dirigido a 35 establecimientos que se beneficiaron de la capacitación otorgada.



Trabajo con la Administración Zonal Los Chillos

Del 15 al 19 de julio se llevaron a cabo reuniones con los presidentes de los GAD Parroquiales de los Chillos: Pintag, La Merced, Alangasí, Amaguaña, Guangopolo y Conocoto para conocer su propuesta para trabajar en Turismo.

Se realizaron talleres de capacitación sobre Introducción al Turismo



Foro Turismo Rural Nono

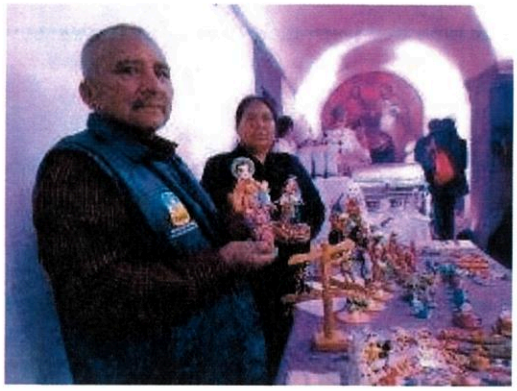
El 29 de octubre, el GAD Parroquial Rural de Nono organizó el foro sobre Turismo Rural, esto como parte del Encuentro de Parroquias Rurales del DMQ.

Quito Turismo participó con la presentación de las Rutas Turísticas del Distrito Metropolitano de Quito.



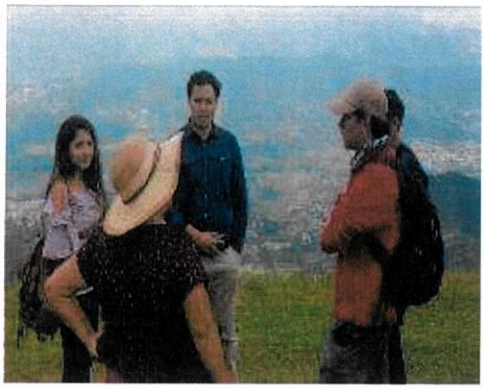
Unión De Artesanos De Mazapán De Calderón

El 14 de octubre se realizó una reunión de socialización con los artesanos de Calderón para que sean parte del evento de reconocimiento a las mejores Coladas Moradas en el convento de San Diego. El 29 de octubre una delegación de artesanos de mazapán asiste al evento con sus artesanías en el convento de San Diego.



Levantamiento de Información Rutas Turísticas Los Chillos

Durante el mes de noviembre y para dar seguimiento a los acuerdos, se realizaron cuatro diferentes visitas y recorridos a potenciales rutas o proyectos turísticos con la finalidad de brindar apoyo a La Administración Zonal Los Chillos y a los GAD´S Conocoto, Amaguaña, Alangasí y La Merced.



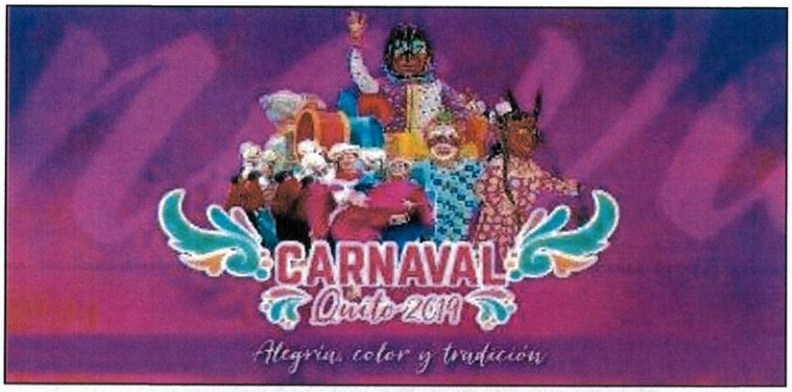


AGENDA TURÍSTICA

Carnaval 2019

A partir del 11 de febrero se recopiló y consolidó información de eventos que se llevarían a cabo en el Distrito Metropolitano de Quito con motivo de Carnaval. Se apoyó con la elaboración de artes.

73 eventos recopilados.

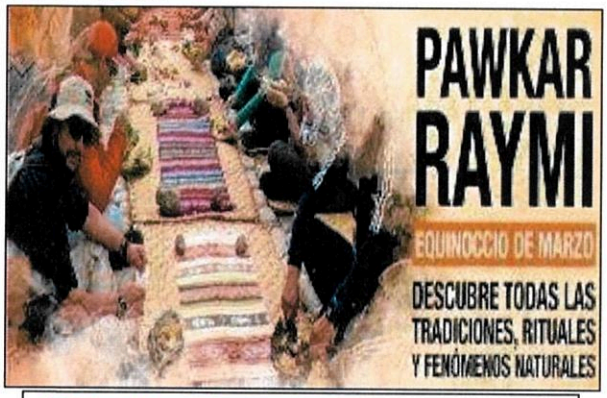


Equinoccio en Quito

Se recopiló diferentes eventos a realizarse en el Distrito metropolitano de Quito por motivo del Equinoccio de Marzo.

Ocho eventos recopilados a realizarles en espacios públicos como plazas, parques, calles peatonalizadas etc.

Con fecha 21 de marzo se realiza la entrevista al Cronista de la ciudad Patricio Guerra por motivo del equinoccio en Quito.





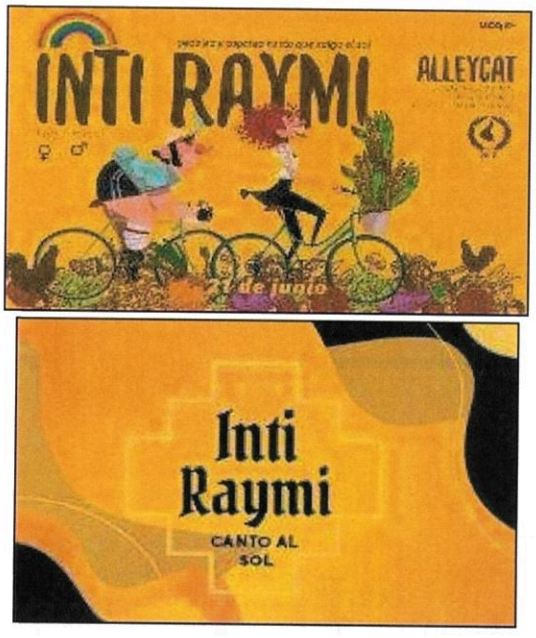
Semana Santa

Se recopiló eventos para la temporalidad de Semana Santa, aproximadamente 80 eventos semanales. Agenda de presentaciones de 52 eventos de Música Sacra por semana



Solsticio De Verano

A partir del 10 de junio se recopiló y consolidó información de eventos que se llevarán a cabo en el Distrito Metropolitano de Quito con motivo del Solsticio de Verano y celebración del Inti Raymi.
20 eventos recopilados



Verano 2019

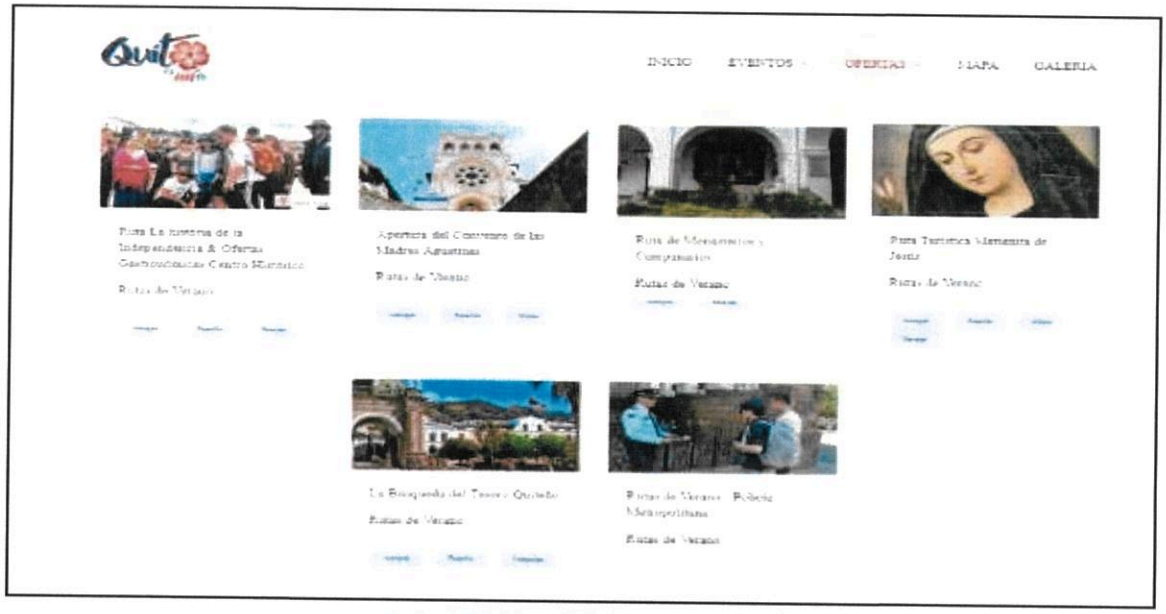
Se realizó una oferta de verano estructurada en 2 componentes:

- Oferta gestionada por Quito Turismo
- Actividades realizadas por la Industria turística estructurada por segmentos.

Oferta gestionada por Quito Turismo.- Se gestionó 8 rutas de verano para que sean parte de la oferta turística del DMQ.

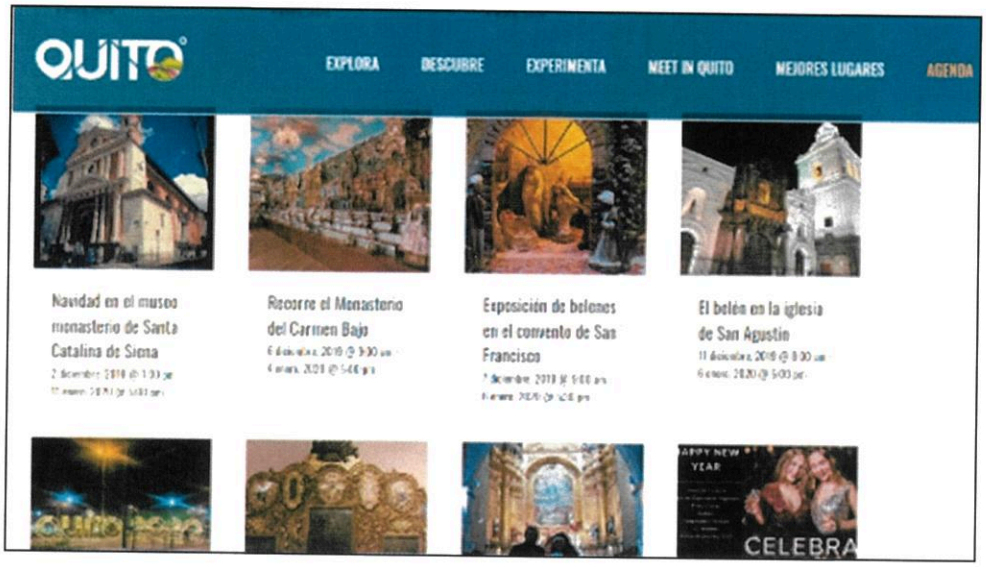


Actividades realizadas por La Industria Turística.- Se recopiló 159 eventos a realizarse en el mes de agosto en el DMQ.



Agenda Eventos Diciembre

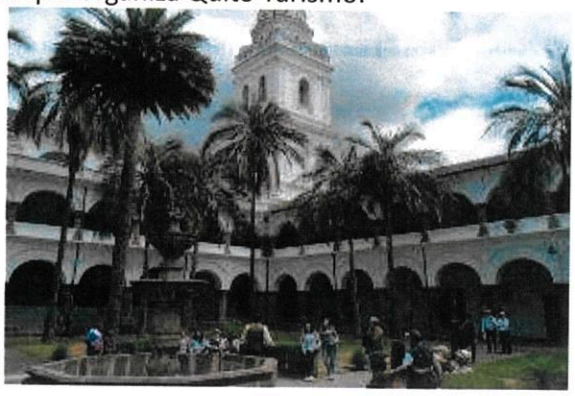
Recopilación de eventos para el mes de diciembre, incluyendo eventos de fiestas de Quito, Navidad y Fin de año para promoción y difusión en aplicación y página web.
15 rutas recomendadas, 112 eventos recopilados



Recorrido Centro Histórico Con Autoridades

El 3 de agosto del 2019 se realizó un recorrido con las nuevas autoridades municipales para dar a conocer la ruta turística que organiza Quito Turismo.





Repotenciación Museos La Florida Y Rumipamba

El 23 de agosto del 2019, se realizó una visita de inspección para incluir a los dos museos en la oferta turística de la ciudad. Además se hizo la verificación de señalética de aproximación.

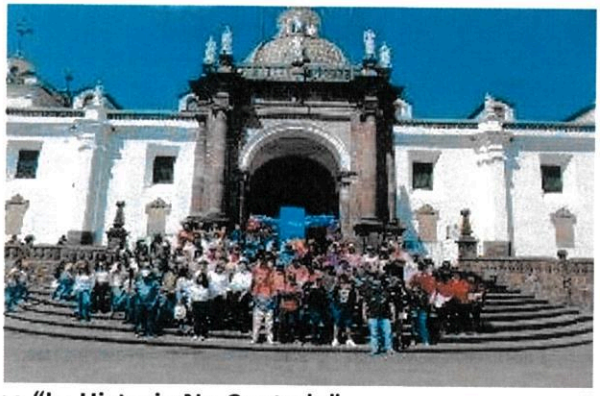




Yincana La Búsqueda de Tesoros Quiteños

El 31 de Agosto de 2019 se llevó a cabo en diferentes Plazas, calles, parques y espacios del Centro Histórico, la "Yincana La Búsqueda de Tesoros Quiteños", para lo cual se elaboró planes de contingencia, se obtuvo permiso de uso de espacio.

Se gestionó premios para los participantes. Se contó con la presencia de 20 equipos participantes con un total de 96 personas. Se premió a los 3 primeros lugares así como al equipo con mejor distintivo.



Ruta de la Circasiana "La Historia No Contada"

El 8 y 17 de agosto se llevaron a cabo las Rutas de la Circasiana "La historia no contada" conjuntamente con Mediarte y el apoyo del INPC



Activaciones Turísticas Centro Histórico

Durante el mes de diciembre se llevaron a cabo 5 diferentes eventos en el espacio público con el objetivo de brindar alternativas turísticas a los visitantes:

- Chivas Culturales por Fiestas de Quito
- Serenatas Quiteñas
- Recorridos teatralizados
- Proyecciones de Leyendas e historias en los muros de las Iglesias

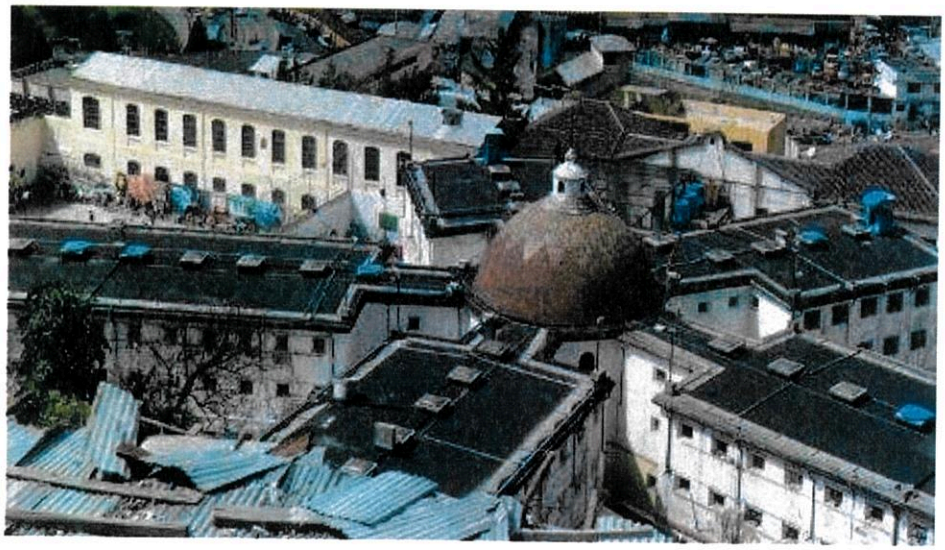
Estas activaciones tuvieron un alcance 4.000 personas aproximadamente.





Evaluación Preliminar De Sitio Ex Penal

El lunes 26 de agosto se entregó los resultados del Estudio de Factibilidad Turística realizado al emprendimiento "Post Mortem" en el proyecto Entre Rejas.



Corredor Turístico Aeropuerto

El 15 de agosto del 2019 se realizó un recorrido con Autoridades Municipales y personeros de Adriana Hoyos, con el objetivo de Identificar los correctivos que se deben tomar a lo largo de la Ruta Viva, desde la Av. Simón Bolívar hasta el aeropuerto.



En el segundo recorrido Corredor Aeropuerto, realizado el 27 de agosto se pudo determinar los puntos donde se pueden colocar elementos de ornamentación a lo largo de la Ruta Viva. Adriana Hoyos apoyó con propuestas de diseño.

ADRIANA HOYOS
FURNISHINGS



Levantamiento de Información de Espacios Creativos en el Barrio La Floresta

El jueves 31 de octubre se inició el levantamiento de información de los espacios creativos que se ofertan en el barrio de la Floresta. El objetivo es conocer los negocios que sirven como punto de partida para una plataforma virtual del turismo creativo en el Distrito Metropolitano de Quito.



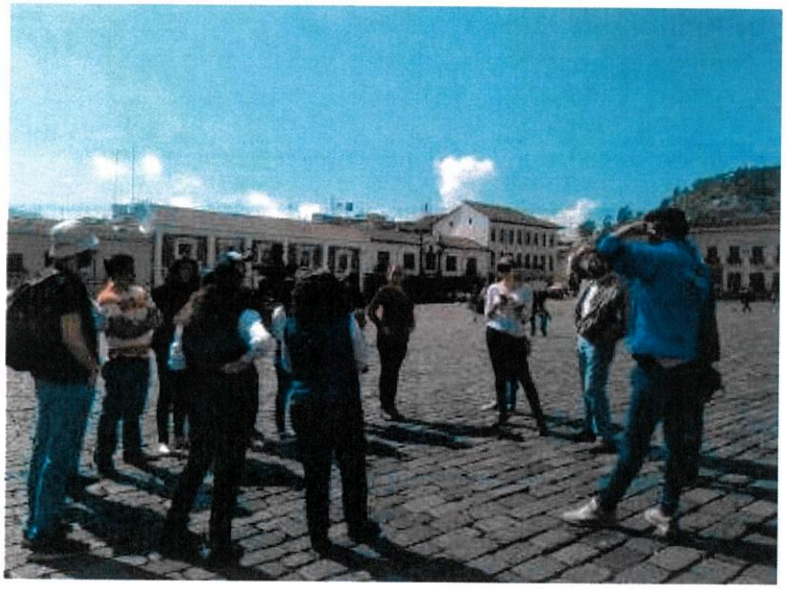
Fam Trip Quito Epicentro Del Más Fino Chocolate

El 12 de noviembre del 2019 se realizó el recorrido de familiarización "Quito Epicentro del más fino chocolate", organizado por el Ministerio de Turismo con apoyo de Quito Turismo.

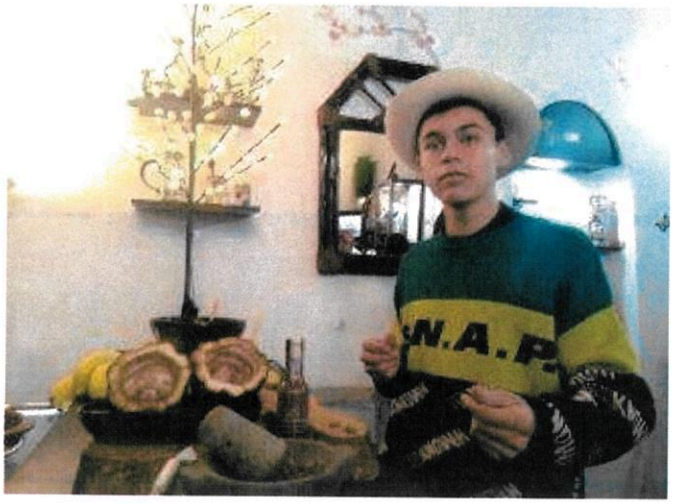


Reconocimiento De Rutas Turísticas Propuestas Por AEI Y Conquito

El 19 de noviembre se hizo un recorrido con el fin de determinar la capacidad de incluir temas de ejes productivos dentro de una ruta que incluya experiencias de café y chocolate.
La ruta propuesta fue: Plaza de San Francisco, Calle Bolívar, Venezuela, Plaza Grande y García Moreno.



Consolidación Base Portafolio De Productos
En el mes de noviembre se consolidó la información del portafolio de productos del DMQ. Se está trabajando en un folleto que tenga elementos gráficos para que sea más atractivo.



Levantamiento de Información de Espacios Creativos y Gastronómicos

Durante el mes de noviembre se recorrieron varios lugares con potencial para ser parte de un turismo de experiencias. Se levantó información de Parroquias urbanas y rurales.



Evaluación Preliminar de Sitio Chucchurillos Ñaupa Ayllu

El día miércoles 7 de noviembre del 2019 se realizó la inspección técnica del Centro Cultural de Saberes Ancestrales "Chucchurillos Ñaupa Ayllu", ubicado en la Parroquia Pomasqui.
La investigación refleja que el lugar actualmente **SI** tiene potencial para el desarrollo de actividades afines al Turismo Cultural.



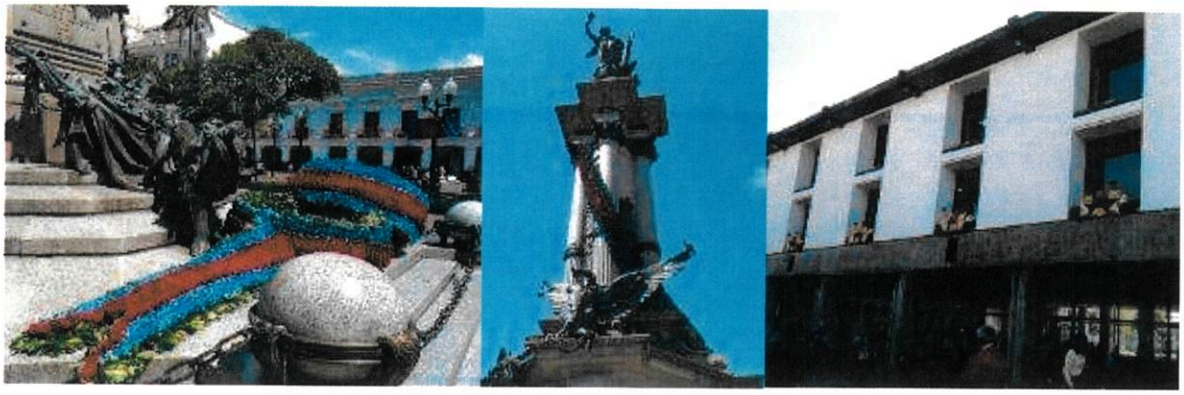
Evaluación Preliminar de Sitio "Unión de Artesanos de Mazapán de Calderón"

El jueves 8 de noviembre del 2019 se realizó la inspección técnica en la Parroquia de Calderón a la Unión de Artesanos Progresistas de Mazapán de Calderón.
La investigación refleja que el lugar actualmente **SI** tiene potencial para el desarrollo de actividades afines al Turismo Cultural.



Ornamentación Floral por fiestas de Quito

Con motivo de las Fiestas de Quito, el domingo 1 de diciembre se montó una ornamentación floral con el fin de rendir homenaje a la ciudad, creando además un atractivo turístico en la Plaza Grande.



Levantamiento fotográfico Zona Urbana

El día 19 de diciembre se realizó la visita a los barrios: La Floresta, San Marcos y Guaragua con el fin de crear un archivo fotográfico de los sitios creativos del DMQ.



Producto Chocolate Quito

El 23 de diciembre se trabajó en la propuesta para el Festival Quito Capital Mundial del Chocolate mismo que pretender resaltar al cacao y sus derivados como parte del producto gastronómico en el Distrito Metropolitano de Quito.



Informes Técnicos
Plaza Belmonte

Con fecha 24 de junio se elabora el informe de diagnóstico de condiciones actuales de la Plaza de Toros Belmonte para analizar su viabilidad turística.



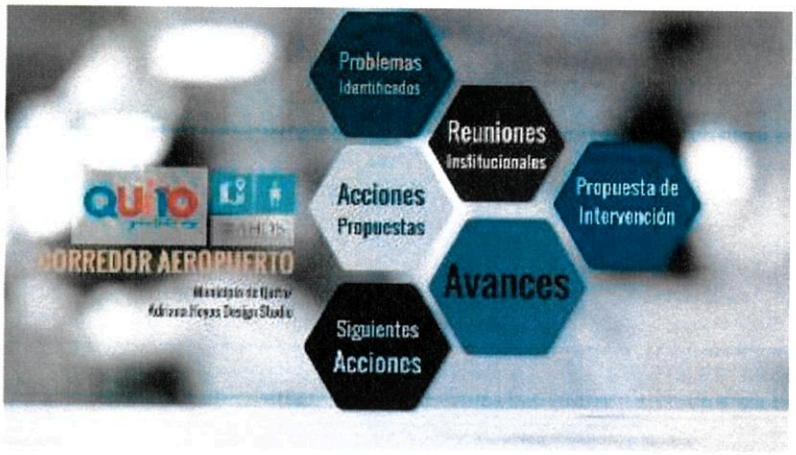
Taller de Introducción al Turismo

El miércoles 11 de septiembre se llevó acabo el taller de Introducción al Turismo a los Comerciantes de las terminales terrestres. Se capacito a 160 comerciantes.



Proyecto Corredor Turístico Aeropuerto

Consolidación de información provista por las entidades municipales sobre los avances obtenidos dentro del Proyecto Corredor Aeropuerto. Presentación realizada en formato PowerPoint y Prezi.



Promoción Y Difusión Por El Feriado

El 30 y 31 de octubre se ofrecieron entrevistas en radio y televisión para promocionar las alternativas turísticas que Quito y sus alrededores tienen para el feriado de finados.

Radio Centro y el programa el Vecino del Comercio, fueron los medios de comunicación que apoyaron para la promoción de las actividades para el feriado.

TURISMO RURAL

Cierre Convenio Secretaría de Ambiente

En diciembre de 2014, Quito Turismo firmó un Convenio de Cooperación Interinstitucional con la Secretaría de Ambiente con el fin de consolidar productos turísticos de naturaleza con identidad cultural en las Áreas de Conservación y Uso Sustentable–ACUS Mashpi y Pachijal y en el Corredor Ecológico del Oso Andino-CEOA al Noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito.

En enero del 2019 culmina el convenio por lo cual se presentó el informe de actividades 2018 para la revisión y aprobación de la Secretaría de Ambiente y posteriormente realizar el acta de finiquito para el cierre formal del convenio.

Evaluación Preliminar Quebrada El Carmen

Se realizó una visita a la "Quebrada Bosque del Suro" por solicitud del Concejal Mario Granda a través de la Cooperativa de Vivienda Alianza Solidaria ubicada en el programa Ciudad Quitumbe.

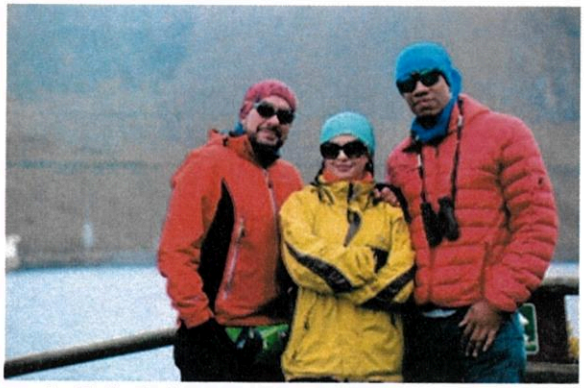
La visita arrojó que el sitio es un lugar restaurado y se mantiene conservado y tiene un paisaje limpio que sirve de ocio y esparcimiento para los habitantes del sur de Quito, pero que no ofrece servicios complementarios para ser considerado un sitio de interés turístico. El lugar debe ser promovido como un parque lineal o una zona verde conservada de Quito de libre acceso.

Plan del Noroccidente del DMQ

En el año 2018 se presentó el Plan Integral de Actividades Turísticas del Noroccidente del DMQ a la Secretaría de Ambiente, dando cumplimiento a la OM #° 137. Se realizaron los ajustes requeridos solicitados por la Secretaría de Ambiente.

Levantamiento Fotográfico Parroquias Rurales

Los días 7,8 y 9 de mayo se realizó el levantamiento fotográfico de las Parroquias Rurales para su promoción.



Evaluación Preliminar de Sitio Culunco Nanegalito

El 19 de junio se realizó una visita de campo al Culunco de Nanegalito, con el fin de generar un estudio de Factibilidad Turística para conocer su potencial turístico actual.

Evaluación Preliminar de Sitio Museo de Perucho

El 21 de junio se realizó una visita de campo al Museo de la Parroquia de Perucho, con el fin de generar un estudio de Factibilidad Turística, para conocer su potencial turístico actual.

Visita Técnica Museo del Agave

Con fecha 17 de julio se realizó la visita al Museo del Agave y Cueva de los Murciélagos, productos turísticos a ser considerados en la zona del Centro del Mundo.

Se diseñaron 3 rutas turísticas que incluyen la Casa del Agave. Además se hizo la gestión para generar una alianza entre Casa del Agave y Quito Tour Bus.





Taller de Introducción al Turismo

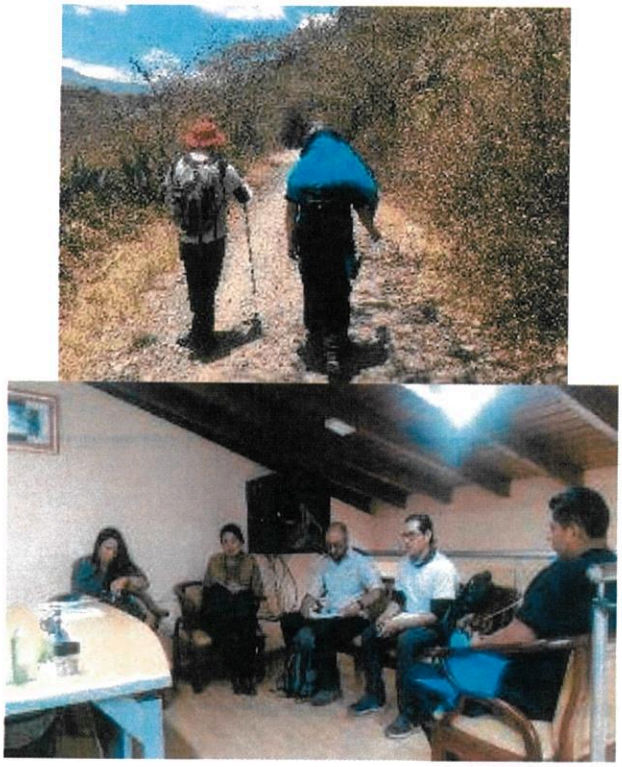
El miércoles 7 de agosto se llevó a cabo un taller de introducción al turismo y elaboración de productos turísticos solicitado por la Administración Zonal Los Chillos.



Levantamiento de Información Corredor Turístico El Quinche

El 26 de septiembre, se realizó el recorrido y levantamiento de información de la Ruta por el Chaquiñán Cumbayá – Puembo con el objetivo de verificar el estado del sendero.

Se realizó además una reunión con la Junta Parroquial El Quinche para trabajar conjuntamente en el proyecto de rehabilitación del Chaquiñán.



Encuentro de Comunas Pactoloma 2019

El 6 de septiembre se realzó el recorrido por los principales atractivos turísticos de la Comuna de Pactoloma con medios de comunicación para dar a conocer los atractivos turísticos.



Levantamiento de Información Corredor Turístico El Quinche

Con fecha 2 de octubre, se realizó el recorrido y levantamiento de información del segundo tramo del Chaquiñán de Puembo - El Quinche con autoridades de las juntas parroquiales del sector y funcionarios de EPMMOP.



Propuesta de intervención en el Chaquiñán



Fam Trip Viaje Al Centro Del Mundo Con Olor A Miske Y Café

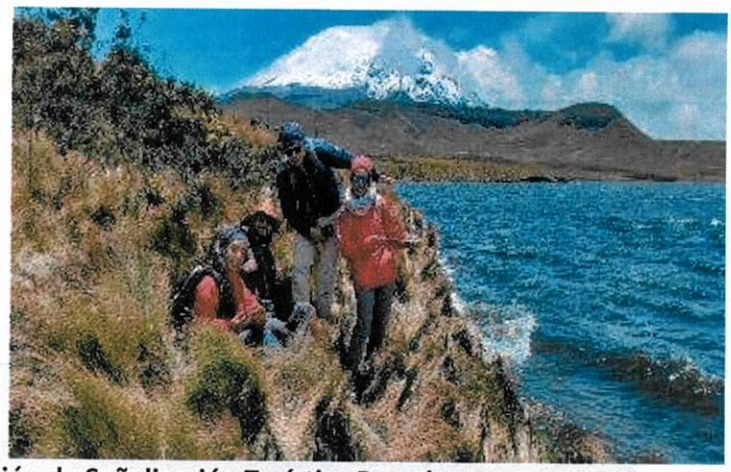
El 28 de octubre se organizó un fam trip con TTOO

debidamente registradas hacia el noroccidente de Quito, combinando con atractivos en el Corredor Centro del Mundo, el objetivo fue dar a conocer espacios donde se promueve el consumo y comercialización del café de altura quiteño, complementado con historia, arqueología y emprendimientos creativos.
Ruta: Templo del Sol – Finca Frajares – Agave Spirit.



Levantamiento Fotográfico

El lunes 16 de septiembre se realizó el levantamiento fotográfico en la Parroquia Rurales de Pintag y Amaguaña, que servirá de insumo para la Guía de Actividades al Aire Libre del DMQ.



Implementación de Señalización Turística Pactoloma

El jueves 19 de septiembre se instaló la señalética en la Comuna de Pactoloma como parte de los compromisos de Quito Turismo para el Encuentro de Comunas 2019



Taller de Introducción al Turismo Pintag

El martes 10 de octubre se llevó a cabo un taller de introducción al turismo y elaboración de productos turísticos enfocados a emprendimientos locales de la Parroquia Rural de Pintag.



Press Trip Parroquia de Nono

El 3 de octubre se realizó el recorrido por los principales atractivos turísticos de la Parroquia de Nono con diferentes medios de comunicación para promocionar y difundir el Encuentro de Parroquias Nono 2019



Instalación De Señalética Nono

El martes 15 de octubre se instaló la señalética en la Parroquia de Nono como parte de los compromisos de Quito Turismo para el Encuentro de Parroquias Nono 2019



Taller De Resultados Proyecto "Chaquiñan"

El jueves 17 de octubre se llevó a cabo un taller de resultados de las visitas de campo realizadas a los tramos del Chaquiñán, direccionado a los GAD Parroquiales de El Quinche, Checa, Yaruquí, Puembo, Tumbaco, Pifo.



Visita Técnica Parroquia de Guangopolo

El 14 de noviembre se realizó la visita técnica a la Parroquia de Guangopolo, dentro de los compromisos adquiridos con la Administración Zonal Los Chillos

En la visita técnica se generó una Evaluación Preliminar de sitio para conocer el estado actual del producto propuesto por el GAD Parroquial



Taller De Intercambio de Experiencias

El sábado 16 y domingo 17 se llevó a cabo el cuarto Taller de Experiencias, en el proyecto Turístico Comunitario Runa Tupary

En el Taller de Experiencias participaron 33 líderes Comunitarios de las Parroquias Rurales del DMQ



Geoparque Maciso de Los Pichinchas

Por iniciativa del Concejal Juan Manuel Carrión, se genera la necesidad de crear grupos técnicos para la declaratoria del Geoparque Maciso de los Pichinchas.
Las reuniones permanentes inician el 19 de noviembre.

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

UNESCO
Global
Geoparks

Visita Técnica Puellaro y Perucho

El 21 de noviembre se realizó una visita a las Parroquias de Puéllaro y Perucho con expertos Mexicanos para eventualmente aplicar la metodología de Pueblos con Encanto para esta zona.



Instalación de Señalética

El 5 de diciembre se instaló señalética informativa, direccional y de aproximación a los principales emprendimientos y atractivos turísticos del Corredor Centro del Mundo: Museo Arqueológico Rumipamba y Museo de Sitio de la Florida.





Entrevista Diario El Comercio

El martes 17 se ofreció una entrevista en Diario el Comercio resaltando los principales atractivos Históricos-Arqueológicos de la Comunidad de Pacto Loma.

La publicación del Diario el Comercio salió al público en general el domingo 22 de diciembre


VIAJAR

Dos piscinas de vertientes naturales destacan en este destino del Distrito Metropolitano

PACTOLOMA, AVENTURA EN EL LEGADO YUMBO

CONCLUSIONES

- Una de las funciones claves de la Dirección es la gestión interinstitucional, lo que conlleva una alta dedicación y tiempo del

equipo técnico, que varias ocasiones no es visible el trabajo pero que contribuye para lograr los resultados esperados de las acciones planificadas de la empresa.

- Las actividades desarrolladas en Semana Santa como parte del producto turístico religioso se van consolidado y con la industria turística ya forma parte de la oferta turística, tanto para el mercado nacional como internacional.
- En este año se ha desarrollado gestión a diversos niveles para apoyar a la Policía Nacional para contribuir en la seguridad turística de la ciudad, sus habitantes y los visitantes.
- A lo largo del 2019 se han incorporado importantes productos turísticos que ayudan a diversificar la oferta turística dentro del DMQ

RECOMENDACIONES

- Continuar con el apoyo a nuevas modalidades turísticas del DMQ como son el producto gastronómico y el religioso, turismo creativo, turismo accesible, de compras, entre otros.
- Promover los programas, planes y proyectos propuestos en el Plan Estratégico de Turismo 2021, que permita generar una oferta turística, diversa, amplia para los habitantes y visitantes de Quito.

Responsable: Carmen Elena Huras
Directora de Desarrollo

4.3.2. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE CALIDAD:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Calidad en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: **100% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

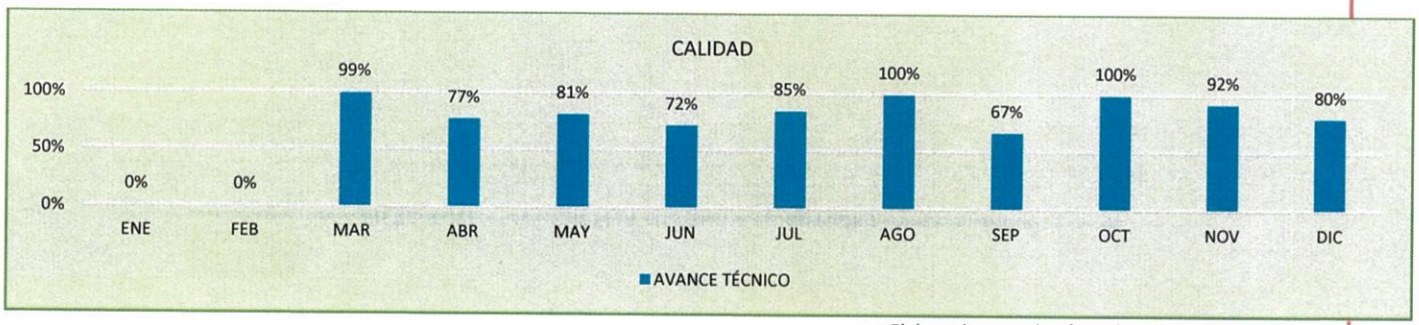
Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **91 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL) y un 91% de presupuesto devengado, según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: CALIDAD

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado o al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
CALIDAD	100 %	100 %	0%	91%	83%	91%	83%	87%	77%	100%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

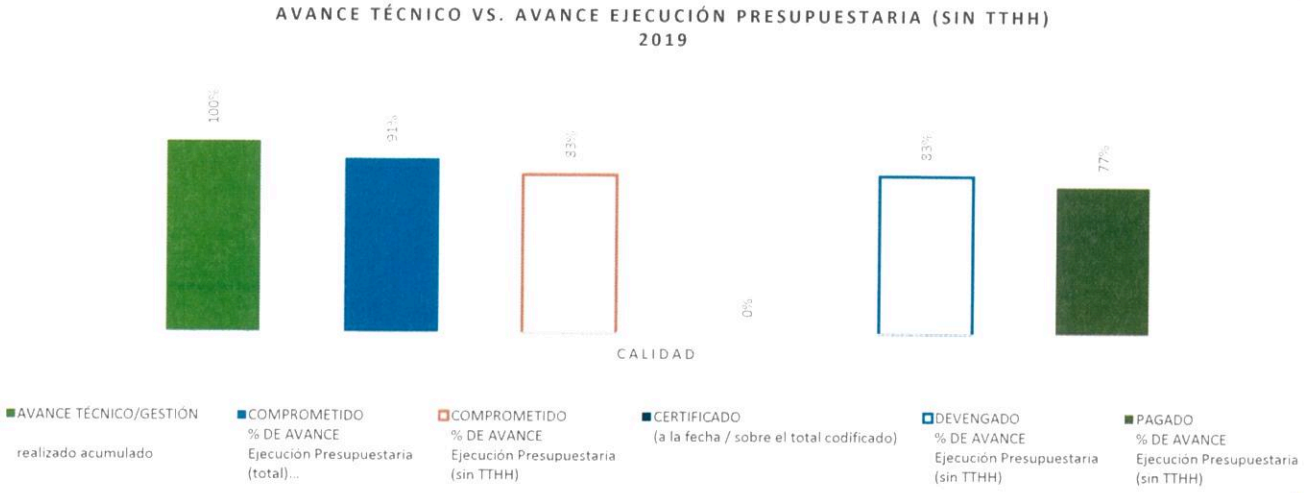
Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT – Calidad

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
CALIDAD MC: ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DMQ CON NORMATIVAS DE CALIDAD IMPLEMENTADAS Y FORTALECIDAS.	CALIDAD TURISTICA	CALIDAD TURISTICA	100,00%	100,00%					
	CAPACITACION TURISTICA	01 CAPACITACION TURISTICA	100,00%		162.000,02	75.631,00	-	62.575,00	62.575,00
	DISTINTIVO Q	01 DISTINTIVO Q	100,00%		57.400,00	25.000,00	-	24.800,00	24.800,00
	REGULACION	01 REGULACION	100,00%		5.957,14	17.130,00	-	10.369,69	9.949,69
	GASTOS COMUNES DE CALIDAD MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)	01 GASTOS COMUNES DE CALIDAD	83,00%		97.786,84	14.131,32	0,01	11.729,36	11.678,96
		Sub Total Calidad			**323.144,00**	**131.892,32**	**0,01**	**109.474,05**	**109.003,65**
	Inversión y Gestión del Talento Humano CALIDAD	01 TALENTO HUMANO DE CALIDAD	93,56%		400.444,05	389.232,42	2.190,34	364.149,59	364.149,59
		Total Calidad + TH	**100,00%**		723.588,05	521.124,74	2.190,35	473.623,64	473.153,24

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

4.3.2.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE CALIDAD

1. CAPACITACIÓN:

La capacitación turística se nutre del 12.5% de la Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos para la capacitación al sector turístico del DMQ. Este programa ejecuta las capacitaciones;

para lo cual realiza una planificación anual fundamentada en un sondeo de necesidades de capacitación que se realiza en las siguientes fuentes: encuestas de satisfacción en capacitaciones dictadas, necesidades manifestadas por otras áreas técnicas de Quito Turismo, (mercadeo, comercialización, MICE, Desarrollo, comunicación), sondeos de opinión con gremios y asociaciones.

Además de la inversión económica para la contratación de capacitaciones técnicas, la Dirección de Calidad con su personal técnico capacita mensualmente a los empresarios turísticos en la aplicación de normas técnicas, aspecto fundamental para su funcionamiento legal. Estas capacitaciones se realizan con invitaciones personalizadas a aquellos establecimientos que ejercen actividades turísticas en el DMQ, como también a diferentes actores del sector turístico.

En el año 2019, se efectuaron 2 charlas impartidas por parte del Ministerio del Interior a establecimientos turísticos ubicados en la Zona Especial Turística de La Mariscal a 43 personas de 26 establecimientos que registraron su asistencia a las charlas. El objetivo de esta charla fue dar a conocer los procesos legales y operativos que realizan la Policía Nacional y Ministerio del Interior respecto al control de establecimientos y prevención del delito en el Distrito Metropolitano de Quito.

Así mismo, se efectuaron 39 charlas de socialización de Normativa Técnica del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas a 342 personas de 342 establecimientos de las Administraciones Zonales Calderón, Quitumbe, Eloy Alfaro, Eugenio Espejo, Manuela Sáenz, Manuela Sáenz (Centro Histórico), La Delicia y Tumbaco, que registraron su asistencia a las charlas, con el fin de que los negocios no incurran en gastos innecesarios o confusiones en la aplicación de la normativa. Por otra parte, en estas charlas el personal de Quito Turismo puede conocer las necesidades y dificultades de los establecimientos de manera que se adecuen ciertos alcances en los criterios y sean beneficiosos para ambas partes.



Foto: Charlas de normativa técnica de 2019.



Foto: Charlas de normativa técnica de 2019.

Además, se efectuaron 12 charlas de seguridad turística a 115 personas de 115 establecimientos de la Administración Especial Turística de La Mariscal. El objetivo de estas charlas es gestionar la seguridad turística a través de personal técnico y especializado, contribuyendo al desarrollo de actividades turísticas, mediante la implementación de establecimientos seguros, en este sentido los negocios podrán conocer e informar a sus clientes sobre técnicas de seguridad y autoprotección.



Foto: Charlas de seguridad turística de 2019.

Además, se efectuó 01 charla de seguridad turística a 142 personas de 142 establecimientos de Terminales Terrestres. El objetivo de esta charla es gestionar la seguridad turística a través de personal técnico y especializado, contribuyendo al desarrollo de actividades turísticas, mediante la implementación de establecimientos seguros, en este sentido los negocios podrán conocer e informar a sus clientes sobre técnicas de seguridad y autoprotección, es importante destacar que el fin de esta charla estaba enfocada a los comerciantes de terminales donde existe gran afluencia de personas.



Foto: Charlas de seguridad turística a comerciantes de terminales terrestres de 2019.

Se efectuaron 40 eventos de capacitación de acuerdo al siguiente detalle:

- 02 cursos de Técnicas de Venta Online, a 48 personas de 32 establecimientos del Distrito Metropolitano de Quito, estas capacitaciones estaban enfocadas a potencializar las técnicas de venta de productos con identidad cultural y así fortalecer el turismo de compras en el DMQ.
- 13 cursos de Atención al Cliente, divididos de la siguiente manera: 2 para productos con identidad cultural, 2 para operación turística, 2 para alojamiento, 2 para alimentos y bebidas, 2 para discotecas, 1 para transporte turístico y 2 para Mercados de la ciudad; con un total de 365 asistentes de 340 establecimientos, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar alternativas en cuanto se refiere a atención al cliente para mejorar la calidad del sector turístico.
- 04 cursos de Accesibilidad, Diseño Universal y su importancia en el Turismo Sostenible para la atención a personas con discapacidad; con un total de 52 asistentes de 52 establecimientos en capacitación teórica; y 249 personas de 52 establecimientos en capacitación in situ; estas capacitaciones estaban enfocadas en mejorar y aplicar prácticas efectivas con estándares de calidad en la atención a personas con discapacidad.
- 02 curso de Buenas Prácticas de Manufactura; con un total de 53 asistentes de 53 establecimientos, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar alternativas en cuanto

se refiere a Buenas Prácticas de Manufactura para mejorar la calidad del sector turístico.

- 02 curso de Marketing Digital; con un total de 53 asistentes de 53 establecimientos, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar alternativas en cuanto se refiere a la comercialización, actualización y conocimiento de nuevas tecnologías para mejorar la calidad del sector turístico.
- 02 curso de Seguridad Turística para el Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional; con un total de 60 policías asistentes, estas capacitaciones estaban enfocadas en adquirir y reforzar nuevos conocimientos para el servicio a turistas nacionales y extranjeros.
- 02 cursos de Inglés dirigido al Cuerpo de Agentes Metropolitanos de Quito; con un total de 40 agentes asistentes, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar conocimientos en el idioma Inglés para el servicio a turistas nacionales y extranjeros.
- 03 cursos de Inglés para establecimientos turísticos; con un total de 60 asistentes de 60 establecimientos, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar conocimientos en el idioma Inglés para mejorar el servicio a turistas nacionales y extranjeros.
- 01 curso de Organización de Congresos y Eventos para establecimientos turísticos; con un total de 20 asistentes de 20 establecimientos, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar conocimientos en gestión y organización de los eventos que realizan las Quintas de Tumbaco, con el objetivo de mejorar y optimizar los recursos de los establecimientos.
- 01 curso de Patrimonio Histórico para guías turísticos; con un total de 20 asistentes de museos del centro histórico, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar conocimientos referentes a la riqueza patrimonial existente en la ciudad de Quito, con el objetivo de cultivar en los museos el compromiso cultural y atención al cliente.
- 02 cursos de Barismo para establecimientos turísticos; con un total de 49 asistentes de 49 establecimientos, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar conocimientos referentes a nuevas técnicas de preparación de café, con el objetivo de brindar a los turistas nuevas alternativas en servicios de cafeterías.
- 02 cursos de Promotores Turísticos; 01 para mercados con un total de 60 asistentes, y 01 para para establecimientos turísticos de la mitad del mundo con un total de 20 asistentes; estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar conocimientos referentes a temas turísticos, con el objetivo de brindar a los turistas servicios de calidad.
- 03 cursos de Competencias Laborales para establecimientos turísticos; con un total de 120 asistentes de 120 establecimientos, estas capacitaciones estaban enfocadas en brindar conocimientos referentes a nuevas técnicas en la profesionalización de Administrador de Restaurante, Administrador de Alojamiento y Técnicas de Mesero, con el objetivo de brindar a los turistas servicios profesionales y de calidad.
- 01 curso de Lengua en Señas con un total de 25 asistentes de 25 establecimientos; estas capacitaciones estaban enfocadas en mejorar y aplicar prácticas efectivas con estándares de calidad en la atención a personas con discapacidad.



Fotos: Grupo capacitado en curso de Atención al cliente en Alimentos y Bebidas y Atención al cliente para Discotecas 2019.



Fotos: Grupo capacitado en curso de Atención al cliente para Alojamiento y Atención al cliente para establecimientos con identidad Cultural 2019.



Fotos: Grupo capacitado en curso de Accesibilidad, Diseño Universal y su importancia en el Turismo Sostenible para la atención a personas con discapacidad para establecimientos turísticos 2019.





Fotos: Grupo capacitado en Marketing Digital para establecimientos turísticos 2019.





Fotos: Grupo capacitado en curso de Buenas Prácticas de Manufactura para establecimientos turísticos 2019.



Fotos: Grupo capacitado en curso de Atención al Cliente para mercados 2019.



Fotos: Cuerpo de Agentes Metropolitanos de Quito capacitados en Inglés 2019.




Fotos: Policías de Seguridad Turística capacitados en Seguridad Turística 2019.




Fotos: Grupo capacitado en Inglés para establecimientos turísticos 2019.




Fotos: Grupo capacitado en Organización de Congresos y Eventos para establecimientos turísticos 2019.




Fotos: Grupo capacitado en Barismo para establecimientos turísticos 2019.

Se efectúo 01 charla de socialización de Distintivo Q a 32 personas de la Universidad Católica del Ecuador, quienes registraron su asistencia a las charlas. El objetivo de estas charlas es dar a conocer las ventajas del Distintivo Q, contribuyendo al desarrollo de actividades turísticas, mediante la implementación de establecimientos con altos estándares de calidad.



Foto: Grupo de estudiantes de la Universidad Católica capacitados en Distintivo Q 2019

Se efectúo 01 charla de socialización de Normativa Turística a 12 estudiantes de la Universidad de las Américas UDLA, quienes registraron su asistencia a las charla. El objetivo de esta charla es dar a conocer el Reglamento que permitirá, regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística en los establecimientos de alimentos y bebidas.



Foto: Grupo de estudiantes de la Universidad de las Américas capacitados en Normativa Turística.

Se realizó 01 charla de socialización de Distintivo Q a 10 personas de la Universidad del Norte, quienes registraron su asistencia a las charlas. El objetivo de estas charlas es dar a conocer las ventajas del Distintivo Q, contribuyendo al desarrollo de actividades turísticas, mediante la implementación de establecimientos con altos estándares de calidad.




Foto: Grupo de estudiantes de la Universidad del Norte capacitados en Calidad Turística.

También, se efectúo 03 charlas de socialización en buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos frente a los derechos de las personas consumidoras, a 45 personas representantes de agencias de viajes mayoristas, quienes registraron su asistencia a las charla. La misma se coordinó conjuntamente con la Defensoría del Pueblo y Ministerio de Turismo. El objetivo de esta charla es generar un proceso de sensibilización a las empresas proveedoras de servicios turísticos, con la finalidad de dar a conocer las herramientas técnicas, legales y operativas que beneficiarán a la calidad de los servicios ofertados.




Foto: Grupo de asistentes a la charla de Buenas Prácticas en la Prestación de servicios turísticos.

Se realizó asesorías a 240 personas en 240 establecimientos. El objetivo de estas es orientar a los representantes de los establecimientos de las actividades turísticas en materia de Normativa Turística.




Foto: Técnicos de Calidad en asesorías in situ 2019

Además, se efectuaron 04 capacitaciones online a través de WEBINAR, en temas de: Turismo de compras con 100 asistentes; Seguridad Turística con 114 asistentes, Normativa Turística con 61 asistentes y Distintivo Q con 44 asistentes. El objetivo de estas charlas es llegar a más personas y brindar las facilidades en cuanto se refiere a tiempos y desplazamientos de los mismos, puesto que lo realizan desde su lugar de trabajo o vivienda, contribuyendo al desarrollo de actividades turísticas.

Así mismo se efectuó un evento de entrega de certificados a los establecimientos turísticos participantes en las capacitaciones de Accesibilidad, Diseño Universal y su importancia en el Turismo Sostenible para la atención a personas con discapacidad; efectuado en los meses de junio, julio y agosto de 2019; el cual conto con la participación del capacitador, representantes de los establecimientos y autoridades de Quito Turismo.



Foto: Entrega de certificados a los establecimientos turísticos

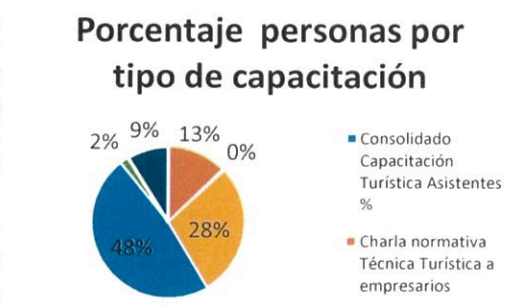
De igual manera se efectuó un evento de entrega de certificados a los funcionarios del Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional; efectuado en los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2019; el cual contó con la participación del capacitador, representantes de los establecimientos y autoridades de Quito Turismo.





Foto: Grupo de Policías del Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional.





Fuente: Indicadores Capacitación Dirección de Calidad 31 de diciembre de 2019

2. DISTINTIVO Q

Distintivo Q, es el reconocimiento que otorga el Municipio a través de la Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico -Quito Turismo- a establecimientos que implementan sistemas de gestión de turismo sostenible y de calidad.

Acciones de reclutamiento a nuevos establecimientos turísticos:

En el transcurso del año 2019, se ha mantenido la campaña para reclutamiento de nuevos establecimientos turísticos interesados en formar parte del programa de Calidad Turística Distintivo Q.



Redes sociales, con la finalidad de sumar nuevos establecimientos interesados en participar del Distintivo Q.

Incorporación de huecas quiteñas al programa de Calidad Turística Distintivo Q:
En el mes de febrero de 2019, se mantuvo una reunión de coordinación con representantes de las huecas quiteñas, con el fin de generar estrategias para que estos establecimientos puedan pertenecer al programa de Calidad Turística Distintivo Q.



Foto: reunión mantenida con asociación de huecas el 05 de febrero de 2019.

Reunión normativa para huecas:
En el mes de abril 2019 mantuvimos una reunión con representantes del Festival de Huecas para trabajar en la generación de la normativa para "huecas patrimoniales"



Foto: reunión mantenida con 16 de abril de 2019.

Renovación Distintivo Q 2020:

En los meses de enero, febrero, marzo, abril, junio, septiembre y noviembre de 2019 se solicitó a los establecimientos remitir las expresiones de renovación y firma del Código de Ética que se encuentra estipulado en el Reglamento General del Distintivo Q, a los 239 establecimientos turísticos con 595 visitas técnicas que cuentan con este reconocimiento, mismos que recibieron las visitas correspondientes de la normativa técnica de Distintivo Q de acuerdo al siguiente cuadro:



Fuente: Indicadores Distintivo Q Dirección de Calidad noviembre 2019

Comunicaciones oficiales a establecimientos con Distintivo Q:
Con la finalidad de mantener a los representantes de establecimientos con Distintivo Q informados de las actividades y noticias que realiza Quito Turismo relacionado al programa de Calidad Turística, en el mes de febrero, iniciaron las gestiones con la Dirección de Comunicación de la EPMGDT –Quito Turismo-, para el diseño de un "Periódico Informativo" mismo que se remitirá trimestralmente.



Reunión análisis de normativa Huecas:
Como parte práctica se aplicó el borrador de la normativa de huecas en el establecimiento "Todos los Secos El Vecino".

En el mes de junio se ha mantenido mesas de trabajo con la dirección de Mercadeo y Desarrollo, donde se actualizó y se evaluó parámetros diferenciadores para la normativa de "Establecimientos Patrimoniales".

Actualización Distintivo Q en SICET:
Se actualizó la información total de Certificaciones de los establecimientos turísticos que se encuentran dentro del Distintivo Q en SICET.

CERTIFICACIONES

Año: 2019 | Categoría de Certificado: | Tipo de Certificado:

Año	Nombre Certificado	Tipo Certificado
2012	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q
2013	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q
2014	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q
2015	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q
2016	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q
2017	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q
2018	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q
2019	Certificaciones Turísticas	Distintivo Q

Imagen: SICET- Certificaciones

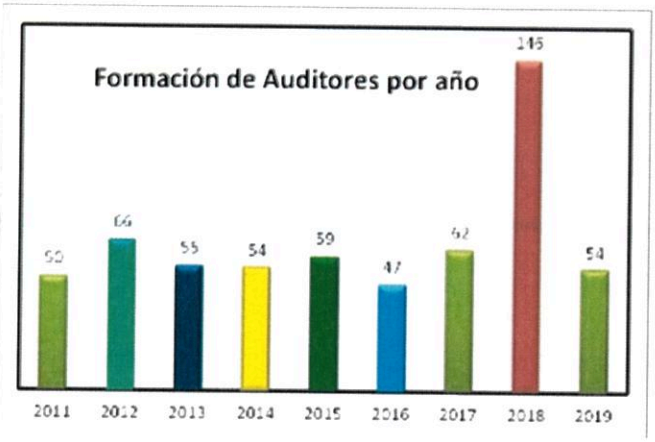
Además en coordinación con la Dirección de Comunicación, se definió próximas promociones, campañas y boletines del Programa Distintivo Q y dentro del punto de reunión se entregó el arte, el cual confirma el cupo para el taller de auditor interno.



Foto: Arte taller técnicas de auditoría.

Formación de Auditores:
En el mes de junio, se capacitó a 54 representantes de 60 establecimientos que desean formar parte y obtener por primera vez Distintivo Q.

De los cuales 51 establecimientos de alimentos y bebidas incluidos 08 establecimientos de oferta gastronómica patrimonial "Huecas", 6 establecimientos de alojamiento y 4 Tour Operadores, se encuentran participando para la obtención del Distintivo Q.



Fuente: Indicadores Distintivo Q Dirección de Calidad junio 2019



Foto: Capacitación formación de Auditores con fecha 4, 5, 10, 11,12 y 13 de junio de 2019.

Mediante correo electrónico se enviaron las invitaciones a los establecimientos participantes para la obtención de Distintivo Q, con el arte desarrollado por la Dirección de Comunicación.







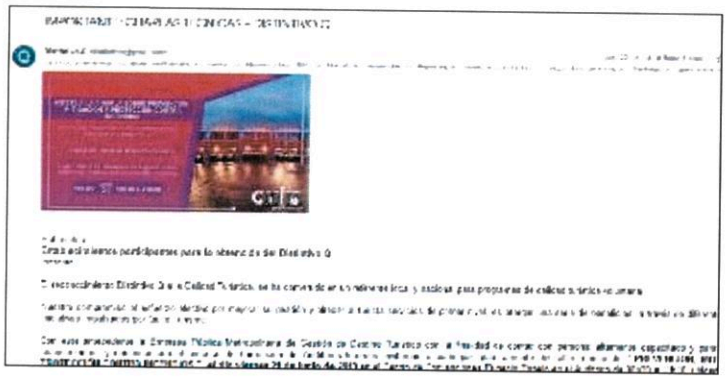












Se realizaron publicaciones en las redes sociales acerca de las Charlas Técnicas dirigidas por parte de la entidades colaboradoras como: el Cuerpo de Bomberos de Quito, CONADIS, Ministerio de Trabajo, Secretaría de Ambiente , ARCSA y personal de Quito Turismo, el evento se desarrolló en el Auditorio del Centro de Convenciones Eugenio Espejo.



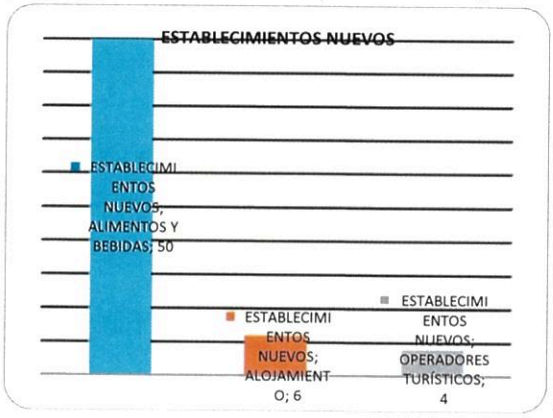
Primera Visita – Establecimientos nuevos:

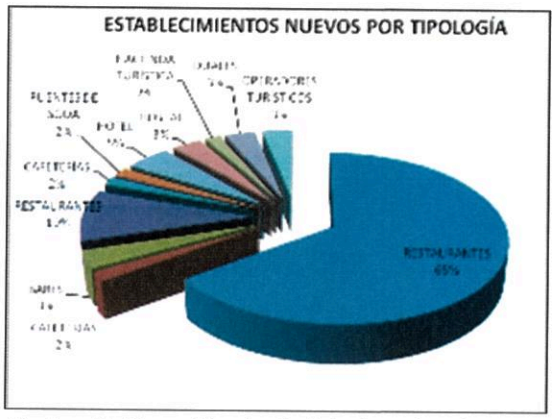
La primera semana de julio, se contactó con los representantes de los establecimientos nuevos que se encuentran participando para el Distintivo Q, se señaló y confirmó la fecha de visita mediante vía correo electrónico y llamadas telefónicas a cada uno de los participantes.

Desde el 15 julio hasta el 23 de agosto, se realizaron las verificaciones a 60 nuevos establecimientos, donde se verificaron los 4 ámbitos de la norma del Distintivo Q:

- Gestión Administrativa,
- Responsabilidad Social Empresarial,
- Infraestructura y Equipamiento,
- Calidad de Servicio y Atención al Cliente;

De los cuales, 50 establecimientos corresponden a la actividad de alimentos y bebidas; 6 establecimientos de alojamiento y 4 operadores turísticos, distribuido en el norte, centro, sur y valles del Distrito Metropolitano de Quito.





Fuente: Indicadores Distintivo Q Dirección de Calidad noviembre 2019

Reunión Huecas – Mesa de trabajo preliminar "Dialogando sobre las Huecas del Ecuador" Quito Turismo, Ministerio de Turismo, Universidad de las americas, Ministerio de Patrimonio Y Cultura:

Con fecha 12 de julio, la Dirección de Calidad, revisó el borrador de normativa para establecimientos con identidad cultural "Huecas", donde se analizaron los parámetros diferenciadores y porcentaje de cumplimiento.

Con fecha 15 de julio, la Universidad de las Américas UDLA, organizó una mesa de trabajo preliminar con representantes de las siguientes instituciones: Quito Turismo, Mintur, Udla, Ministerio de Patrimonio y Cultura, donde se dialogó y planificó temas de interés para para el evento "Dialogando sobre las Huecas del Ecuador".

En esta mesa de trabajo preliminar, se trataron puntos clave para la mejora de la normativa como así como:

- Definición de una hueca en el contexto ecuatoriano (conceptos de patrimonio cultural y alimentario).
- Infraestructura: ¿Cuál es la infraestructura mínima necesaria?¿Cuáles son las facilidades turísticas que debería tener una hueca?
- Sanidad, inocuidad e higiene (¿Se debe incluir un tema de alimentación saludable y sostenibilidad como un puntaje adicional?)
- Mecanismos de preservación de tradición, conocimiento y saberes.

- Costos de los platos.
- Servicio y procesos operativos: personal empleado, profesión y cualificación, capacitación, etc.
- Permisos básicos y normativas que debería cumplir una hueca.



Fotografía: Distintivo Q 2019

WEBINAR - DISTINTIVO Q:

El día 30 de julio, Quito Turismo, a través de la Dirección de Calidad, expuso vía Web (Webinar), el programa de calidad turística Distintivo Q, dictado por el Ingeniero Marco Mena Auditor de Calidad de Quito Turismo, donde se trataron temas de interés como:

- ¿Qué es el Distintivo Q?;
- Objeto del programa;
- La presencia de la marca Distintivo Q a la Calidad Turística;
- Principios del programa Distintivo Q;
- Comité de Calidad;
- Proceso de aplicación;
- Requisitos de aplicación al Distintivo Q;
- Proceso de obtención del Distintivo Q por primera vez;
- Proceso de renovación del Distintivo Q; y
- Beneficios.



QUITO
grande otra vez

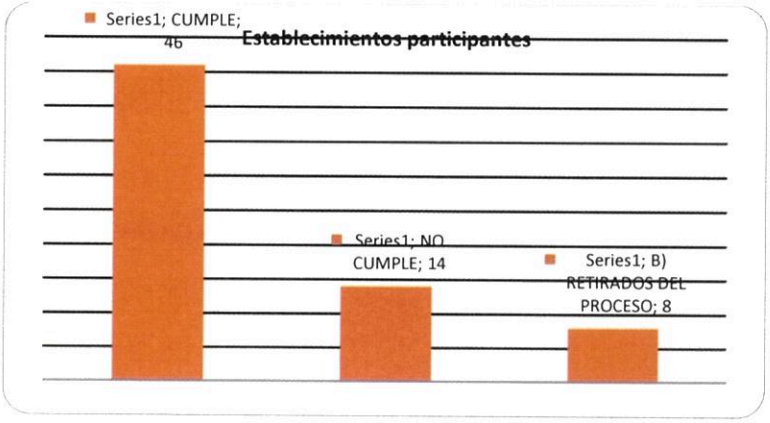
Imagen: Dirección de Comunicación 2019

Informes de resultados – Establecimientos Nuevos:

Dentro del proceso de obtención al programa de Calidad Turística, en la segunda semana de agosto, se elaboraron 60 informes y 60 oficios con los resultados de la primera vista a los establecimientos participantes a la obtención del Distintivo Q, de los cuales: 46 establecimientos participantes cumplieron con la norma, por lo que alcanzaron el 80% de aprobación y se encuentran dentro del programa; por otro lado 14 establecimientos no alcanzaron el porcentaje mínimo requerido, por lo que se realizará una segunda visita para verificar las No Conformidades observadas en la primera visita.

Entre la tercera y cuarta semana de agosto, se elaboró el cronograma para la segunda visita a los establecimientos que no alcanzaron el porcentaje mínimo requerido en la primera visita, por lo que los establecimientos serán notificados para la segunda visita que se ha planificado realizarla entre los meses de septiembre y octubre de 2019.

INDICADOR	ESTABLECIMIENTOS
CUMPLE	46
NO CUMPLE	14
A) TOTAL DENTRO DEL PROCESO	**60**
B) RETIRADOS DEL PROCESO	8
TOTAL A+B	**68**



Fuente: Indicadores Distintivo Q Dirección de Calidad 2019

Cronograma de Segunda Verificación de Renovación – Establecimientos integrantes del programa:
Se elaboró el cronograma para la segunda visita que se realizará en el mes de septiembre a los 200 establecimientos que expresaron su renovación de mantenerse en el programa Distintivo Q hasta el año 2020, por lo que se comunicará oportunamente la fecha de visita para la revisión del ámbito C de la norma de Distintivo Q.

Mesa de trabajo con funcionarios de la Dirección de Turismo del GAD Riobamba:
El 23 de agosto, en las instalaciones de Quito Turismo, se realizó una mesa de trabajo con funcionarios de la Dirección de Turismo de Riobamba, donde se trataron directrices para promover la firma de convenio y aplicación del Distintivo Q en la ciudad de Riobamba.

Por lo que, dentro de los compromisos generados en la reunión, se envió por correo electrónico el Reglamento de uso, aplicación, renovación y entrega para el Distintivo Q y sus anexos, además se trabajó en la propuesta metodológica de implementación del programa Distintivo Q para el GAD de Riobamba.





Fotografía: Distintivo Q 2019

Posicionamiento Marca Distintivo Q:
Se encuentra en revisión y observaciones, el borrador del proceso de contratación de del servicio de posicionamiento del programa Distintivo Q.

Además, se realizaron 02 boletines, para difundir las actividades de gestión del programa Distintivo Q a través de los medios de comunicación de Quito Turismo.

Se emitió el primer boletín el 24 de agosto de 2019 sobre la reunión de trabajo con el GAD de Riobamba y el 31 de agosto sobre la charla técnica que se dictó a estudiantes de la Universidad Técnica del Norte de la Maestría en Turismo con mención en Patrimonio de la ciudad de Ibarra sobre el programa Distintivo Q y la Calidad Turística.

El 26 de agosto, se mantuvo una reunión de trabajo con la Dirección de Comunicación, donde se trataron directrices de posicionar la gestión y el programa Distintivo Q en los medios de comunicación de Quito Turismo, por lo que dentro del trabajo conjunto se envió el contenido informativo del programa el cual servirá como elemento de estrategia comunicacional y de mejora para la sección Distintivo Q dentro de la página web institucional y comercial.





Normativa para establecimientos que ofertan gastronomía patrimonial con identidad cultural "HUECAS":

Continuando con el proceso de generar una norma para establecimientos que ofertan gastronomía patrimonial con identidad cultural "HUECAS", se remitió a Gerencia Jurídica el borrador de normativa para la revisión, aprobación y que ésta sea anexada en el programa de Distintivo Q.

Además, se realizó un informe cronológico detallado del avance de implementación de la normativa para Huecas dentro del Reglamento del Distintivo Q, solicitado por Gerencia General.

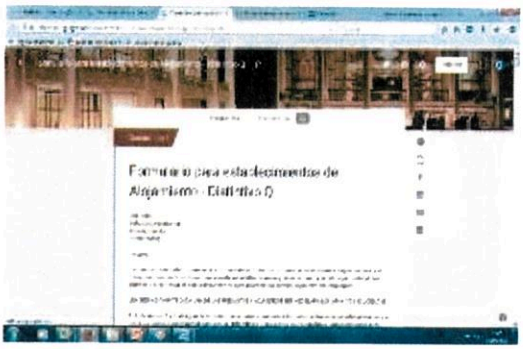
Actualización de información del contenido de página web comercial e institucional:
Con fecha 05 de septiembre de 2019, se generó una reunión con la jefatura de Sistemas, en la cual se aclaró el contenido en el cual se solicitaría a los establecimientos que se encuentran dentro del programa de Calidad Turística Distintivo Q, para mejorar el contenido e información actualizada de cada uno de los establecimientos con Distintivo Q.





Formulario de actualización de datos de establecimientos Distintivo Q:
Se elaboró un formulario vía web, solicitando información a 247 establecimientos que forman parte del programa de Calidad Turística, la cual servirá como base actualizada para la publicación y promoción en los medios de comunicación con las que Quito Turismo cuenta.







Organización de evento Distintivo Q:
Con fecha 13 de septiembre de 2019, se generó una reunión con la Dirección de MICE, en la cual se marcaron las directrices para la organización del evento del Distintivo Q, para la elaboración del proceso de contratación.

Marca Distintivo Q:
Se generó una reunión el 05 de septiembre de 2019, con Gerencia General, en la cual se aclaró seguir utilizando la Marca de Distintivo Q.

Con fecha 25 de septiembre se generó una reunión con la Dirección de Comunicación, en la cual se trataron directrices para generar y potenciar el cobro de aplicación del programa Distintivo Q, para convenios con otros Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Propuesta económica para GAD´s interesados en incorporar el Programa Distintivo Q:
Desde la Dirección de Calidad se elaboró una propuesta económica, para que los Gobiernos Autónomos Descentralizados que se encuentren interesados en incorporar el programa Distintivo Q, puedan aplicar en sus territorios, y a la vez sea un ingreso económico a la empresa.

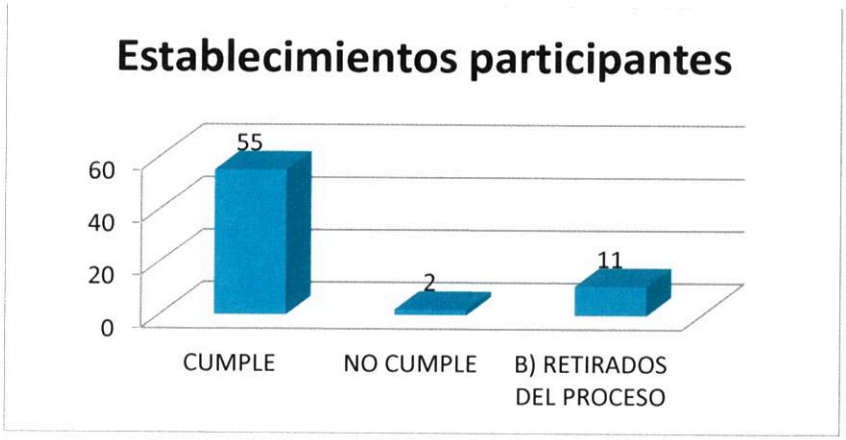
Convenios de interés:

- **Riobamba.-** Se envió al Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba, la propuesta económica de implementación del Distintivo Q, el cual servirá como base para realizar un convenio específico entre las dos entidades.
- **Cotacachi.-** Se retomó con el GAD de Cotacachi, las obligaciones que se encuentran estipuladas en el convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre Quito Turismo y el GAD Santa Ana de Cotacachi, en pro de la actividad turística entre las instituciones.

- **Pichincha.-** Se realizó el informe de terminación de convenio con el GAD de Pichincha, el cual cumplió con los estipulado con la cláusula sexta del convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Gobierno Autónomo Descentralizado del Pichincha y Quito Turismo.

Notificación de segunda verificación establecimientos participantes para la obtención del Distintivo Q:
Con fecha 30 de septiembre de 2019, se envío por correo electrónico, la notificación de segunda visita a los 14 establecimientos que no alcanzaron el 80% mínimo en la primera verificación de Distintivo Q.

Segunda verificación establecimientos participantes para la obtención del Distintivo Q:
Desde el 21 de octubre al 31 de octubre, se realizó la segunda visita a los 14 establecimientos que no cumplieron con el porcentaje mínimo requerido en la primera visita.



Fuente: Indicadores Distintivo Q Dirección de Calidad noviembre 2019

De los 60 establecimientos participantes a la obtención del Distintivo Q, se desprende el siguiente análisis:

- 55 establecimientos participantes cumplieron con la norma técnica voluntaria, por lo que se encuentran dentro del porcentaje mínimo requerido del 80% de acuerdo al Reglamento del programa; 02 no cumplieron con la normativa técnica; y 03 establecimientos se retiraron del proceso.

Norma de Calidad Turística "Distintivo Q" para los establecimientos de alimentos y bebidas que ofertan gastronomía patrimonial con identidad cultural "HUECAS":
Con fecha 31 de octubre mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2019-0027, la señora Gerente General Carla Cárdenas Ramírez reforma e incorpora como anexo técnico al "REGLAMENTO PARA LA ENTREGA, USO, RENOVACIÓN Y APLICACIÓN DEL 'DISTINTIVO Q' A LA CALIDAD TURISTICA." emitido mediante resolución EPMGDT-GG-CC-2018-396 del 20 de noviembre de 2018, la norma de calidad turística "Distintivo Q" para los establecimientos de alimentos y bebidas que ofertan gastronomía patrimonial con identidad cultural "HUECAS".

Tercera vista de renovación Distintivo Q:
En el mes de noviembre, se realizaron visitas técnicas a los establecimientos que mostraron su interés de renovar el Distintivo Q para el año 2020, por lo que se cuenta actualmente con un total de 239 establecimientos dentro del programa de Calidad Turística.

Reunión Comité de Calidad y Quejas:

El 29 de noviembre, se realizó la primera reunión del Comité de Quejas, en la cual se tuvo la presencia de actores importantes del sector turístico, quienes fueron reconocidos con Distintivo Q, como son los representantes de los establecimientos mejores calificados, así como los representantes de la Academia y delegados de las áreas agregadoras de Quito Turismo.



Fotografía: Distintivo Q noviembre 2019

Además, la dirección de comunicación, cubrió la noticia de la primera reunión del Comité de Calidad y Quejas y fue expuesta en la red social institucional.



Ejecución Evento Distintivo Q y datos importantes

El día jueves 12 de diciembre de año en curso a las 19h00, en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo, la Alcaldía de Quito, a través de Quito Turismo, realizó la entrega del

reconocimiento a la calidad turística – 'Distintivo Q' a 55 nuevos establecimientos del Distrito Metropolitano de Quito.



También, se entregaron 18 reconocimientos especiales como 'Distintivo Q Oro' para aquellos establecimientos con fidelidad al programa y un promedio mayor al 90% de cumplimiento y 'Distintivo Q Platino' para los 20 establecimientos con un cumplimiento del 100% de la norma.









Indicador anual Distintivo Q Enero – Diciembre 2019

Forman parte del reconocimiento de la calidad Turística Distintivo Q, 183 establecimientos de alimentos y bebidas, 08 huecas patrimoniales, 36 operadores turísticos y 60 alojamientos sumando un total de 287 establecimientos que cuentan con su placa por la excelencia y sostenibilidad de su oferta turística en el cierre de este año.

DISTINTIVO Q 2019				
ACTIVIDAD	TIPO	# POR TIPO	TOTAL	%
ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	160	183	63,76
	CAFETERIA	16		
	FUENTE DE SODA	5		
	BAR	2		
	HUECAS	8	8	2,79
ALOJAMIENTO	HOTEL	42	60	20,91
	HOSTAL	13		
	HOSTERÍA	3		
	HACIENDA TURISTICA	1		
	LODGE	1		
OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA	AGENCIA DE VIAJES DUAL	15	36	12,54
	OPERADOR TURÍSTICO	21		
TOTAL 2019			287	100,0%

Establecimientos con Distintivo Q por sector

A lo largo del Distrito Metropolitano de Quito tanto en el área urbana como rural, se encuentran distribuidos los establecimientos con Distintivo Q de la siguiente manera:,

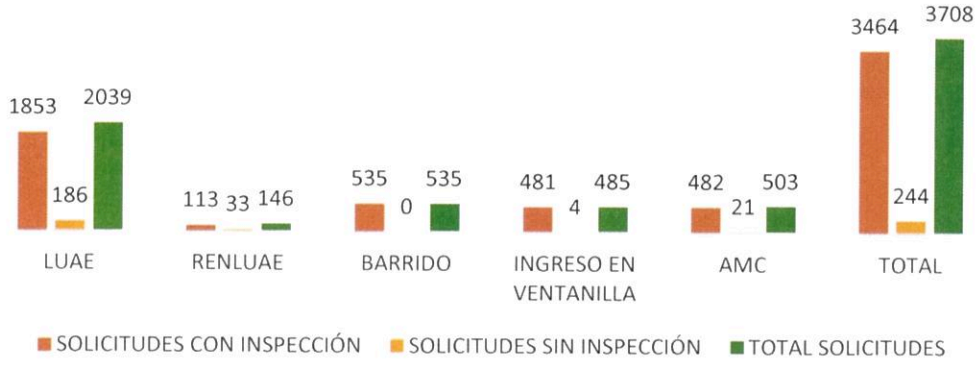
SECTORES													
ACTIVIDAD	C-CENTRO	CH-CENTRO HISTORICO	LA FLORESTA	M1-MARISCAL 1 (MARISCAL)	M3-MARISCAL 3	MCN-MARISCAL CENTRO NORTE	N1-NORTE (EUGENIO ESPEJO)	N2-NORTE (CARAPUNGO / CALDERÓN)	N3-NORTE (LA DELICIA)	S1-SUR	VT-TUMBACO	VCH-LOS CHILLOS	TOTAL
A&B	6	18	8	37	4	26	34	2	6	9	32	1	**183**
HUECAS	0	4	0	2	0	0	1	0	1	0	0	0	**8**
ALOJAMIENTO	7	13	1	18	1	6	6	0	1	0	6	1	**60**
TTOO	1	0	3	9	0	15	3	0	3	1	0	1	**36**
TOTAL	**14**	**35**	**12**	**66**	**5**	**47**	**44**	**2**	**11**	**10**	**38**	**3**	**287**

3. REGULACIÓN

La regulación turística, acapara el 90% del personal de la Dirección de Calidad, y su misión es atender a los trámites de licenciamiento ingresados por los usuarios, a través de las ventanillas municipales para obtener su LUAE o a través de la ventanilla de Quito Turismo para obtener su Registro Turístico. Hasta el 31 de diciembre de 2019, ingresaron 3708 solicitudes de inspección a establecimientos, y fueron atendidas 3464 con visitas de inspección. El porcentaje de atención a trámites fue del 93%, la falta de atención al 7% de establecimientos es debido al alto ingreso de trámites de licenciamiento en los últimos meses del año y además que el personal técnico de la Dirección de Calidad participó como apoyo a

la Agencia Metropolitana de Control, en los operativos de disuasión de ventas ambulantes que se desarrollaron en la Administración Zonal Manuela Sáenz desde el 19 hasta el 31 de diciembre del 2019.

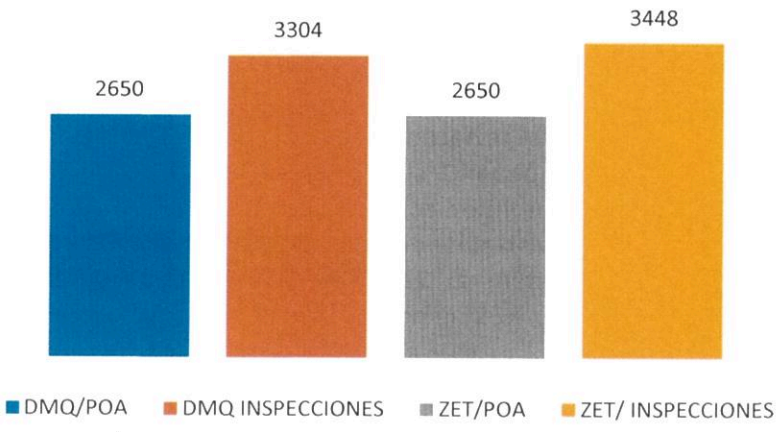
SOLICITUDES ATENDIDAS CON Y SIN INSPECCIÓN 2019



Fuente: Indicadores Regulación Dirección de Calidad 31 de diciembre de 2019

Sin embargo, en el siguiente gráfico se puede observar la cobertura de inspecciones en el Distrito Metropolitano de Quito, es así que la Dirección de Calidad ha realizado 6752 inspecciones a establecimientos turísticos, estas verificaciones son segregadas en Zonas Especiales Turísticas y Zonas de Distrito, con el objetivo de evidenciar que todas las zonas del Distrito Metropolitano de Quito son atendidas. La meta de inspecciones en el Distrito Metropolitano de Quito superó lo planificado en un 25% de lo programado para el mes de diciembre y en ZET´s superó lo planificado en un 30%.

ENERO HASTA 31 DE DICIEMBRE 2019



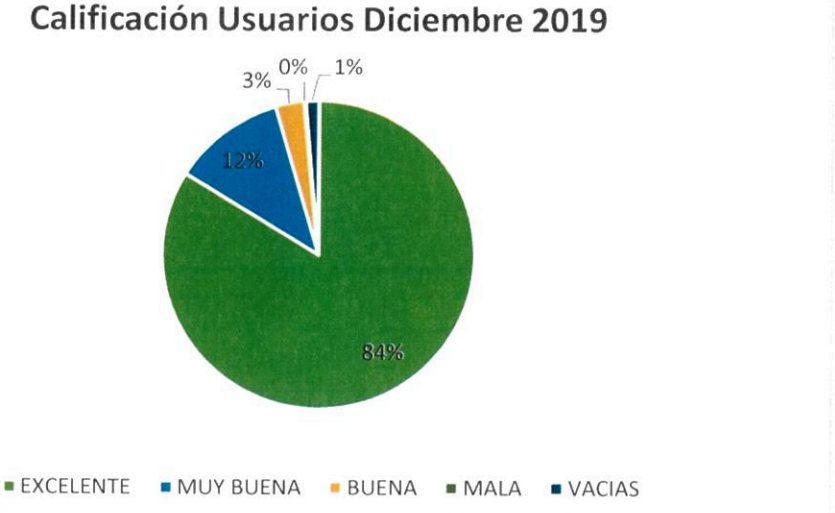
Fuente: Indicadores Regulación Dirección de Calidad 31 de diciembre de 2019

Desde enero hasta el 31 de diciembre de 2019 se han atendido un total de 5630 usurarios en las ventanillas de atención al cliente de la Dirección de Calidad. El 84% de los usuarios de la

ventanilla de la Dirección de Calidad, calificaron como excelente la información y trato recibido. El 12% como muy buena, 3% como buena y 0% como mala.



Fuente: Indicadores Atención al Cliente Dirección de Calidad 31 de diciembre 2019

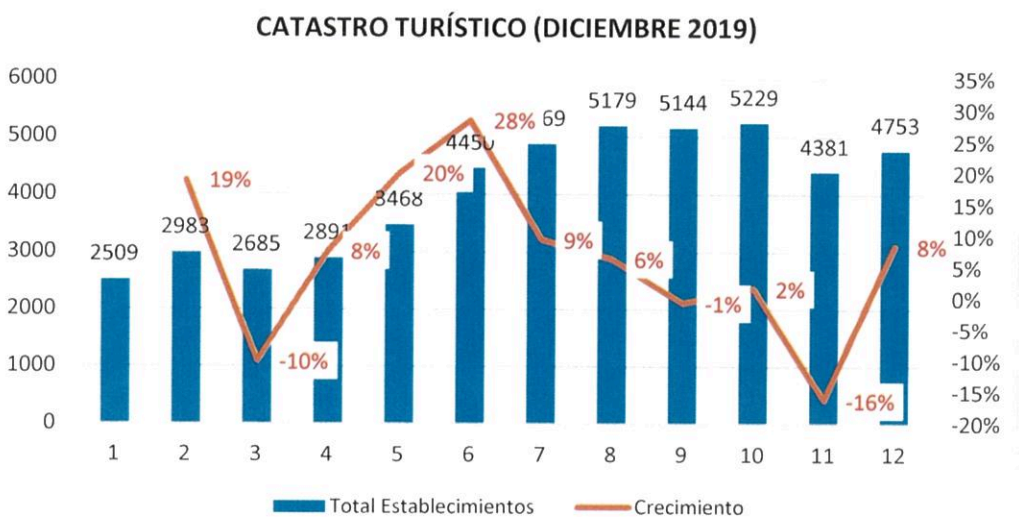


Fuente: Indicadores Atención al Cliente Dirección de Calidad 31 de diciembre 2019

4. CATASTRO TURÍSTICO 2019:

El Catastro Turístico, es la base de datos de establecimientos regulados por la EPMGDT Quito Turismo. Esta base está sujeta a las necesidades de información y regulación del Ministerio de Turismo. Gracias al catastro turístico, Quito Turismo a través de la Gerencia Financiera cuenta con información para la emisión de tasas de Turismo y Tasas de Facilidades Turísticas.

En los siguientes gráficos se puede observar, el catastro turístico actualizado con 4753 establecimientos y la distribución por actividades, por lo que en el tercer trimestre del año 2019, existe un incremento del 8% del catastro respecto diciembre de 2018.



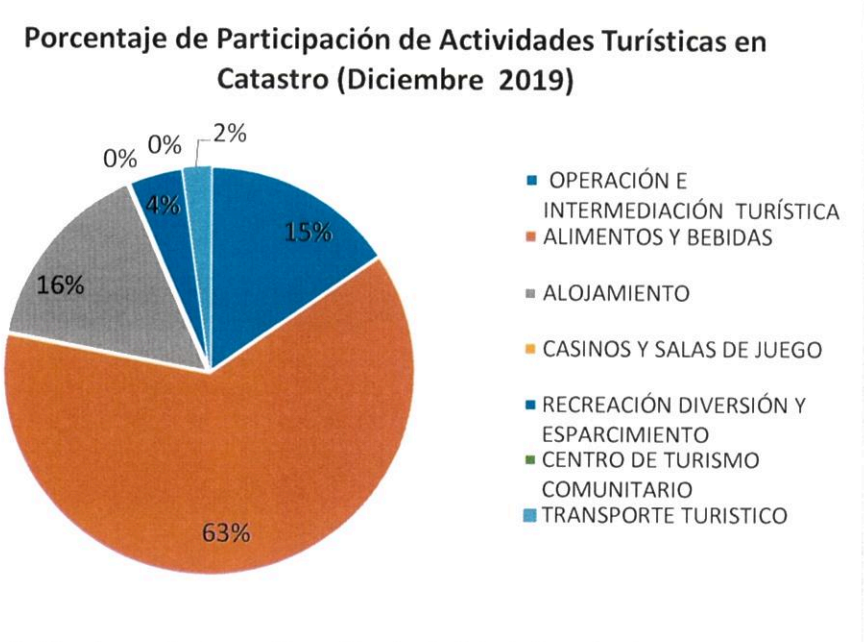
Fuente: Indicadores Catastro Dirección de Calidad al 31 de diciembre de 2019

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS CATASTRADOS
POR TIPO DE ACTIVIDADES TURISTICAS CATASTRADAS DESDE 2008 A 2019
(DICIEMBRE 2019)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TRANSPORTE TURISTICO	118	148	121	78	98	100	101	102	110	125	93	103
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
RECREACIÓN DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO	85	101	85	96	100	151	171	189	189	197	174	205
CASINOS Y SALAS DE JUEGO	13	12	11	10	0	0	0	0	0	0	0	0
ALOJAMIENTO	402	445	428	442	461	547	602	676	694	654	684	736
ALIMENTOS Y BEBIDAS	1435	1755	1576	1752	2245	3021	3316	3489	3480	3514	2786	2978
OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA	456	522	464	513	564	631	679	723	671	739	644	730

Fuente: Indicadores Catastro Dirección de Calidad 31 de diciembre de 2019

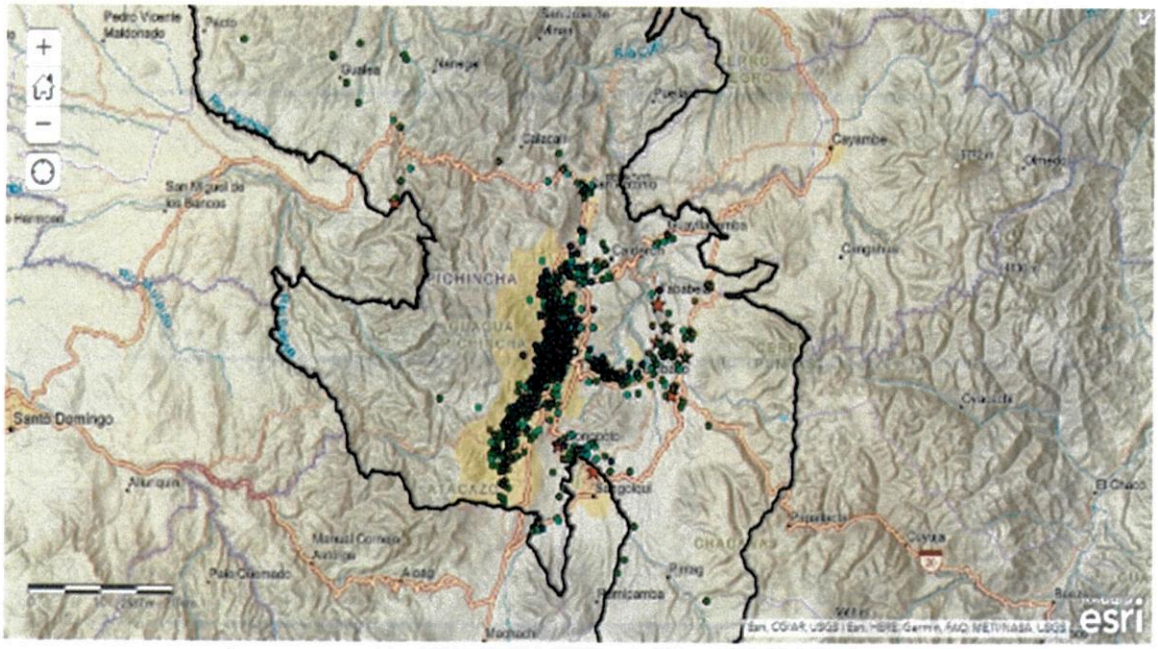
En el año 2019, el catastro turístico del DMQ se mantiene con una mayoría de establecimientos del área de alimentos y bebidas como se puede observar en el siguiente Gráfico.



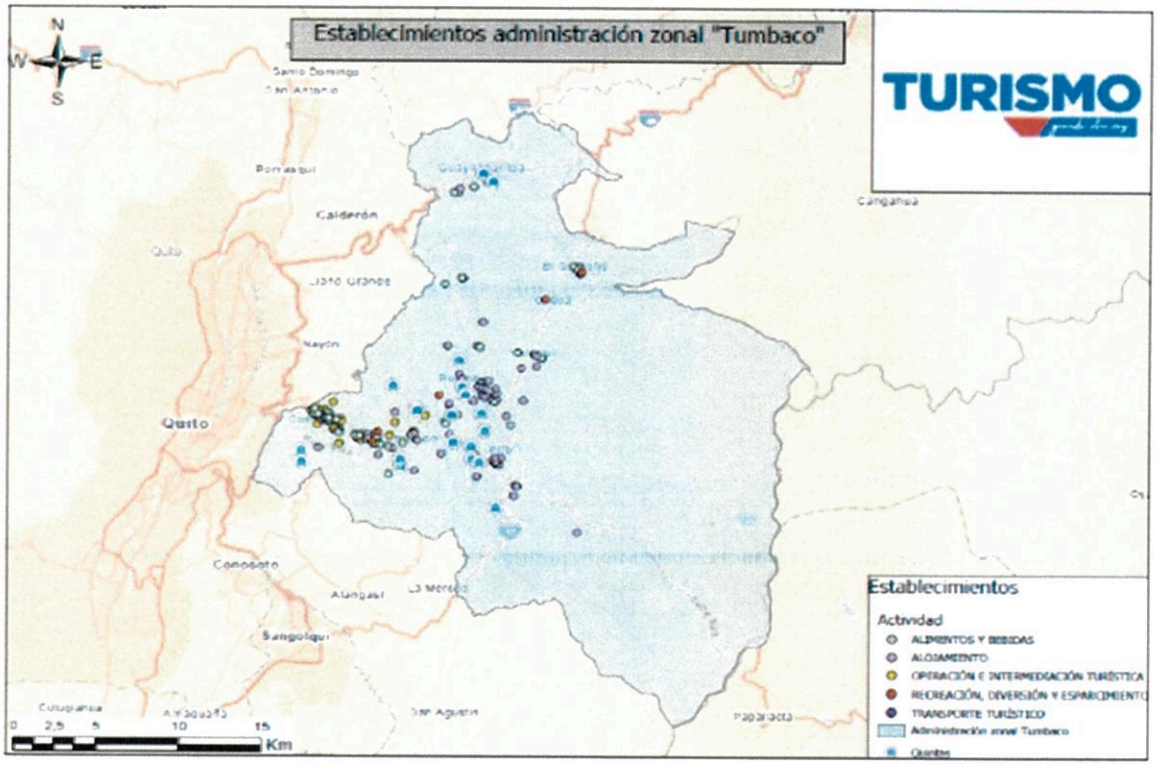
Fuente: Indicadores Catastro Dirección de Calidad al 31 de diciembre de 2019

Actualmente la Dirección de Calidad, ha georreferenciado al 89% del catastro de establecimientos turísticos, lo que permite visualizar los sectores con mayor concentración de establecimientos turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito, zonas turísticas y zonas con potencial turístico.

Adicionalmente al adquirir el software ArcGIS, se ha implementado productos como herramienta de gestión para los procesos de regulación como: la georreferenciación a los establecimientos denominados "Quintas" en el Valle de Tumbaco y además a los establecimientos ubicados en la zona implementación del proyecto "Quito activo 24 horas".



Fuente: Georreferenciación de catastro Dirección de Calidad 30 de noviembre de 2019



Fuente: Catastro Turistico "Barrido de Quintas Administración Zonal de Tumbaco"



Fuente: Zona de intervención "Quito Activo las 24 horas"

CONCLUSIONES:

- Existe un crecimiento porcentual anual positivo en cada uno de los programas de la Dirección de Calidad (Capacitación, Distintivo Q, Regulación), es decir, que se ha mejorado los procesos de gestión e indicadores.

- La Dirección de Calidad ha superado con lo planificado para el año 2019.
- **Capacitación:** durante el año 2019 se capacitó a 2713 Personas capacitadas, en de 67 Charlas de autogestión, 40 Cursos de capacitación, 03 Cursos de Formación de Auditores Internos, 04 Capacitaciones online WEBINAR, además se realizaron 240 Asesorías en establecimientos. Con lo que se ve un crecimiento significativo de beneficiados versus años anteriores.
- **Distintivo Q:** En el año 2019 se contrataron varias acciones promocionales para Distintivo Q, a través de las redes sociales de la Empresa, con el apoyo de la Dirección de Comunicación.
  Uno de los logros de este año es la incorporación de la modalidad de huecas al programa de calidad turística con la generación de normativa para este tipo de establecimientos.
  Es así que el año se cierra con la incorporación de 55 establecimientos nuevos en este programa, sumado un total de 287 establecimientos con Distintivo Q.
- **Regulación:** En el año 2019, la Dirección de Calidad realizó 6752 visitas a establecimientos turísticos, a través de los procesos de regulación, atendido el 93% de solicitudes de inspección con un promedio de 15,16 días para realizar la primera visita de inspección.
  De igual manera el personal técnico de la dirección participó en 83 operativos interinstitucionales, solicitados por entidades de control.
  En las ventanillas de atención al cliente, se recibió a 5630 usuarios quienes calificaron a la atención entregada en un 84% como excelente.
  Uno de los hitos que cabe mencionar es que actualmente el Catastro Turístico se encuentra actualizado y 89% georeferenciado.
  Desde el mes de junio de 2019 los técnicos de calidad cuentan con Tablets para la realización de inspecciones mismas que sirven para alimentar el SICET únicamente en datos del establecimiento y llenar fichas técnicas.
  Sin embargo, es necesario automatizar los procesos de regulación.

RECOMENDACIONES:

- Coordinar con la Dirección de Comunicación y Dirección de Mercadeo para mayor promoción de las acciones realizadas por la Dirección de Calidad.
- Sistematización de los procesos y programas de la Dirección de Calidad con el fin de reducir la carga laboral administrativa y potenciar la carga laboral de campo.
- Desarrollar y fortalecer el SICET, para que las inspecciones se realicen únicamente con las tablets además que el sistema permita que los trámites se realicen únicamente en línea, propendiendo a la simplificación de trámites.

Responsable:

Mónica del Valle
Directora de Calidad

EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: PROMOCIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DEL DMQ

Avance Programático Sistema Mi Ciudad

NOMBRE PROYECTO	% AVANCE PROGRAMÁTICO
PROMOCION Y GESTION TURISTICA DEL DMQ	125.52%

http://172.20.24.119/MiCiudad2019/

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	PROMOCION ECONOMICA
PROYECTO	PROMOCION Y GESTION TURISTICA
RESPONSABLE DEL PROYECTO	CARDENAS RAMIREZ CARLA PAOLA

Regresar Proyectos EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

PRODUCTO	OBRA	PRIORITARIO	% AVANCE DE LA PROGRAMACION	ESTADO	FECHA PROGRAMADA INICIO	FECHA PROGRAMADA TERMINO	FECHA REALIZADA INICIO	FECHA REALIZADA TERMINO	RESPONSABLE PRODUCTO
UNIDADES DE NEGOCIO DE QT COMERCIALIZADAS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS FORTALECIDAS			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-02-28	TORRES TROYA RENATO SANTIAGO
MERCADOS PRIORITARIOS TURÍSTICOS DEL DMQ DESARROLLADOS			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-02-28	PACHECO CUESTA MARIA BELEN
CLUSTER DEL SECTOR RICE/MICE EN FUNCIONAMIENTO			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-02-28	BOCK IRIGOYEN NORMA CRISTINA
PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONA - COMUNICACION			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-02-28	ARIAS SOSA ALEJANDRA DANIELA
SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS ELABORADO			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-12-31	HURAS ROMAN CARMEN ELENEA
ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO PROMOCION Y GESTION			100.00 %		2019-01-01	2019-12-31	2019-01-01	2019-12-31	RUALES MONCAYO LUIS EDUARDO

Páginas: [1]

Productos Activos:	6	100 %
Productos Inactivos:	0	

http://172.20.24.119/MiCiudad2019/

EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO — TURISMO grande otra vez — JEFATURA DE PLANIFICACIÓN

Metas Sistema Mi Ciudad: ENERO - DICIEMBRE 2019

SECTOR	DESARROLLO PRODUCTIVO Y COMPETITIVIDAD
UNIDAD OPERATIVA	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO
PROGRAMA	PROMOCION ECONOMICA
PROYECTO	PROMOCION Y GESTION TURISTICA

Regresar Proyectos

META POA	TIPO META	VALOR DISTRITAL	VALOR UNIDAD OPERATIVA	UNIDAD DE MEDICION	AVANCE	AVANCE DE METAS
INCREMENTAR EN 12.508 TURISTAS NO RESIDENTES QUE LLEGAN AL DMQ PARA PASAR DE 668.858 A 796.000	Acumulativa	12508.00	12508	NUMERO DE TURISTAS	125.52 %	Avance de Metas

Páginas: [1]

http://172.20.24.119/MiCiudad2019/

La meta en 2019 no pudo ser cumplida y solamente llegaron 684.390 visitantes internacionales no residentes a la ciudad de Quito, lo cual técnicamente, ha mantenido el valor de llegadas a la ciudad por el Aeropuerto Mariscal Sucre. De los viajeros internacionales se discrimina los visitantes no residentes que arriban a la ciudad mensualmente. La información se presenta por grupo de nacionalidad, país de nacionalidad. Datos disponibles desde 2007 a diciembre 2019 (con una estimación desde may2019-dic2019).

4.4. EVALUACIÓN POA 2019 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO

4.4.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Comercialización en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: **83% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

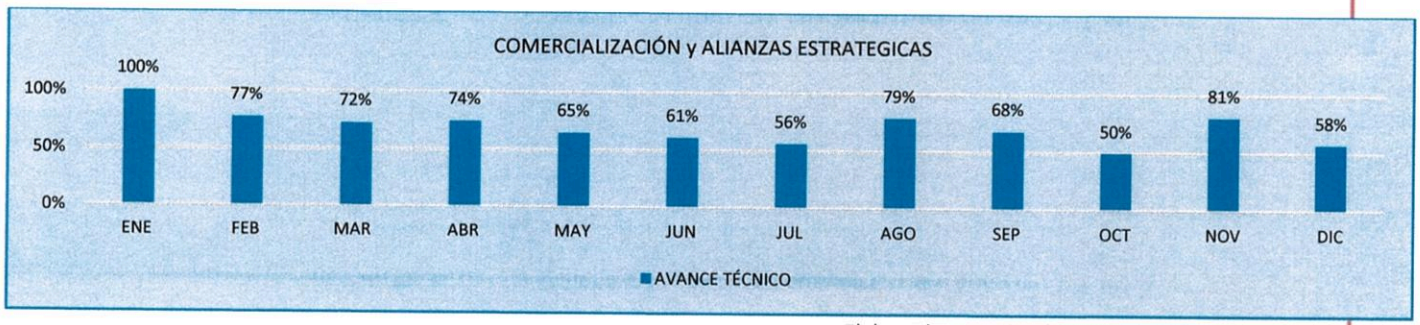
Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **85% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), y un 85% de presupuesto devengado según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: COMERCIALIZACIÓN

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
COMERCIALIZACIÓN y ALIANZAS ESTRATEGICAS	83%	83%	1%	85%	84%	85%	83%	58%	52%	83%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

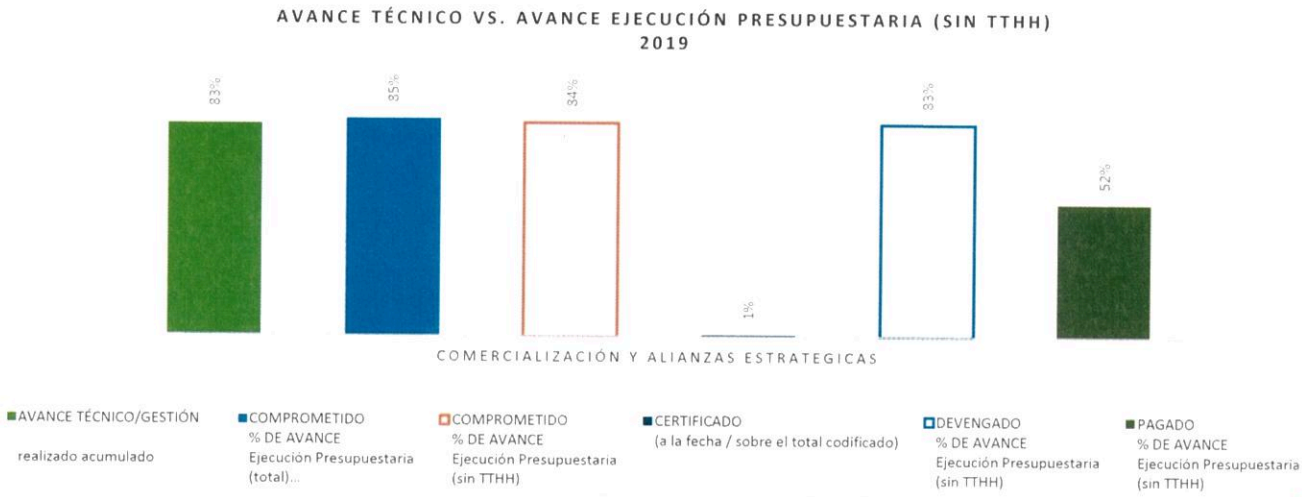
Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Realizado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro 3. Resumen AVANCE por proyectos QT - Comercialización

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS COMERCIALIZACIÓN de unidades de negocio de Quito Turismo y ALIANZAS ESTRATÉGICAS MC: UNIDADES DE NEGOCIO DE QT COMERCIALIZADAS y ALIANZAS ESTRATÉGICAS fortalecidas	AUSPICIOS Y ALIANZAS	Auspicios y alianzas MC: GENERACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS POR MEDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE AUSPICIOS Y GESTIÓN DE ALIANZAS	71,54%	83,36%					
	DESARROLLO DE EVENTOS	01 CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	67,32%		233.630,00	216.645,29	2.528,19	209.248,63	204.913,45
		05 CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	100,00 %		417.290,00	192.280,63	2.182,12	162.434,46	162.434,46
		02 CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	100,00 %		112.440,00	156.524,28	126,19	152.759,21	152.759,21
		03 CENTRO CULTURAL ITCHIMBIA	0,00%		68.000,00	53.316,07	-	-	-
		04 EVENTOS EN OTROS ESPACIOS	78,42%		210.831,33	422.623,75	-	333.537,22	333.537,22
	COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	01 QUINDE VISITOR CENTER	81,74%		79.700,00	59.934,27	643,75	52.631,09	52.355,82
	GESTIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	Fase I Etapa I del Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito. MC:	0,00%						

		OPERATIVIZAR LA PRIMERA FASE DEL PROYECTO URBANO ARQUITECTÓNICO ESPECIAL " CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO" (Trimestral)							
		01 CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO. CENTRALIDAD BICENTENARIO	93,75%		22.750,00	7.000,00	-	7.000,00	7.000,00
	Alianzas de Impacto	Alianzas de Impacto MC: ALIANZAS DE IMPACTO	88,89%						
	GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION	01 GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION Y ALIANZAS			111.876,96	110.876,44	1.826,49	104.391,34	104.279,34
	GASTOS COMUNES DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS		94,15%						
		Sub Total Comercialización			**1.256.518,29**	**1.219.200,73**	**7.306,74**	**1.022.001,95**	**1.017.279,50**
	Inversión y Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION + ALIANZAS	01 TALENTO HUMANO DE COMERCIALIZACION	93,78%		209.738,74	216.670,55	1.153,56	203.183,72	203.183,72
		Total Comercialización Y Alianzas Estratégicas + TH	**83,36%**		1.466.257,03	1.435.871,28	8.460,30	1.225.185,67	1.220.463,22

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

4.4.1.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL

1. DESARROLLO DE EVENTOS

1.1. CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO

Actividad: Administración del Centro de Convenciones Eugenio Espejo

Producto: Comercialización de espacios para uso temporal (eventos) en el CCEE
Durante los meses de enero a noviembre del 2019, se han desarrollado eventos en las instalaciones del CCEE, entre los que se destacan los relacionados con el área académica, ejecutado por la UNIR, Universidad que ha encontrado en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo, el espacio idóneo para el desarrollo de estas actividades así como los eventos sociales y corporativos que constituyen el actual nicho de mercado de este espacio.

La facturación de este espacio de enero a diciembre del 2019, permitió generar ingresos por $157271,55, que corresponde al 67% del cumplimiento de la meta.

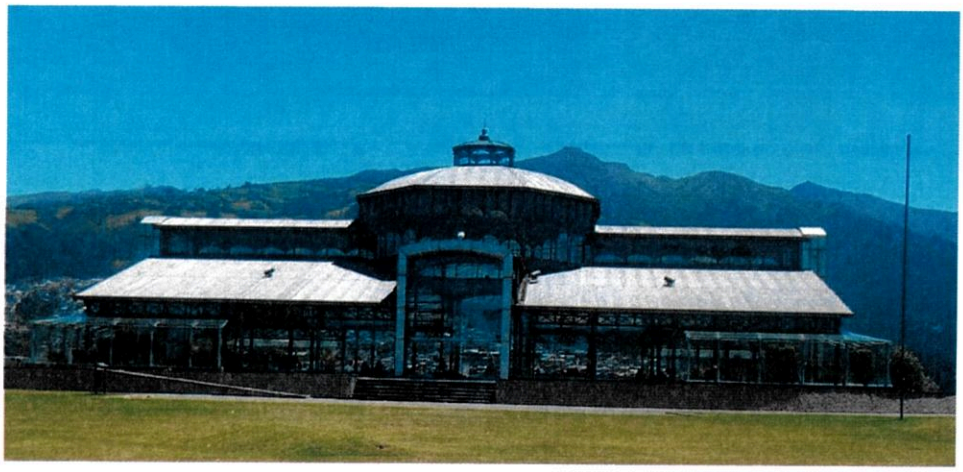
La operación de este Centro de Convenciones se desarrolló hasta el mes de diciembre, ya que a partir del mes de enero del 2020, pasó a la administración del Ministerio de Cultura y Patrimonio.



1.2. CENTRO CULTURAL ITCHIMBIA

Actividad: Administración del Centro Cultural Itchimbía de acuerdo a Convenio suscrito entre las partes.

Producto: Comercialización de espacios para uso temporal (eventos) en el CCI
La comercialización de este espacio correspondía a los términos definidos en el Convenio Interinstitucional firmado entre el Municipio de Quito (Secretaría de Cultura) y Quito Turismo el 7 de Enero del 2018; esto permite el alquiler por uso temporal de este espacio para la realización de eventos. El mencionado convenio estuvo vigente hasta el 16 de marzo del 2019, en el mes de diciembre se envió el informe de cierre del convenio a la Secretaría de Cultura para el cierre del proceso.



1.3. CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO

Actividad: Administración del Centro de Eventos Bicentenario

Producto: Comercialización de espacios para uso temporal (eventos) en el CEB

El Centro de Eventos Bicentenario, es un espacio que cuenta con una superficie de 3.463m^2 de superficie cubierta y 20.000 m^2 de exteriores. Su ubicación estratégica en el norte de la ciudad y la disposición de sus ambientes le permite ser un espacio idóneo para el desarrollo de una diversidad de eventos, entre los que se destacan las ferias, las mismas que constituyen eventos de larga duración.

Se realizaron eventos como la Feria Quito Vive, Feria de Navidad, etc .

La facturación acumulada de este espacio en el periodo enero- diciembre es de $226,613.75, que ha permitido alcanzar un 151% de la meta propuesta.



1.4. CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO

Producto: Comercialización de espacios para uso temporal (eventos) en el CCMQ
El Centro de Convenciones Metropolitano de Quito se encuentra en proceso de adjudicación a un operador privado, en el marco del PROCESO PÚBLICO DE SELECCIÓN PARA LA OPERACIÓN, EQUIPAMIENTO, ADMINISTRACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO del mismo.

Sin embargo, mientras concluye el mencionado proceso se han comercializado espacios de uso temporal para el desarrollo de eventos entre los que se destacan en el mes de diciembre la Feria Internacional del Libro Feriad UIO entre otros que permitieron recibir a más de 50.000 asistentes en estos espacios.

El Centro de Convenciones Metropolitano de Quito alcanzo una facturación anual (enero – diciembre 2019) de $263.227,45. Este valor corresponde al 130% de la meta planteada.



1.5. EVENTOS

Actividad: Administración de eventos en otros espacios

Producto: Organización de eventos.

Durante el período comprendido entre enero a octubre del 2019, no se ha logrado gestionar la operación de eventos, debido principalmente a los limitantes impuestos por el SERCOP en

cuanto a giro de negocio que dentro de esta unidad es una característica esencial para el cumplimiento en tiempo y calidad de los requisitos establecidos por los clientes para la operación de los eventos.

Se gestionó la devolución a Quito Turismo de "Giro de Negocio" para la organización de eventos, el cual fue aceptado por el SERCOP y que ha sido gestionado desde la Dirección Comercial a partir de la autorización de dicha entidad.

Para el mes de diciembre se ejecutó el contrato con el Ministerio de Cultura para el desarrollo de la Feria Internacional del Libro UIO cuyo monto fue inicialmente de $625.000. Sin embargo se realizó un contrato modificatorio eliminó varios ítems a pedido del Ministerio de Cultura93 (la misma reducción la gestionó Quito Turismo con el proveedor, lo que se mantiene el porcentaje de utilidad para la empresa), la prestación de estos servicios permitió generar una facturación de $490, 128,93.



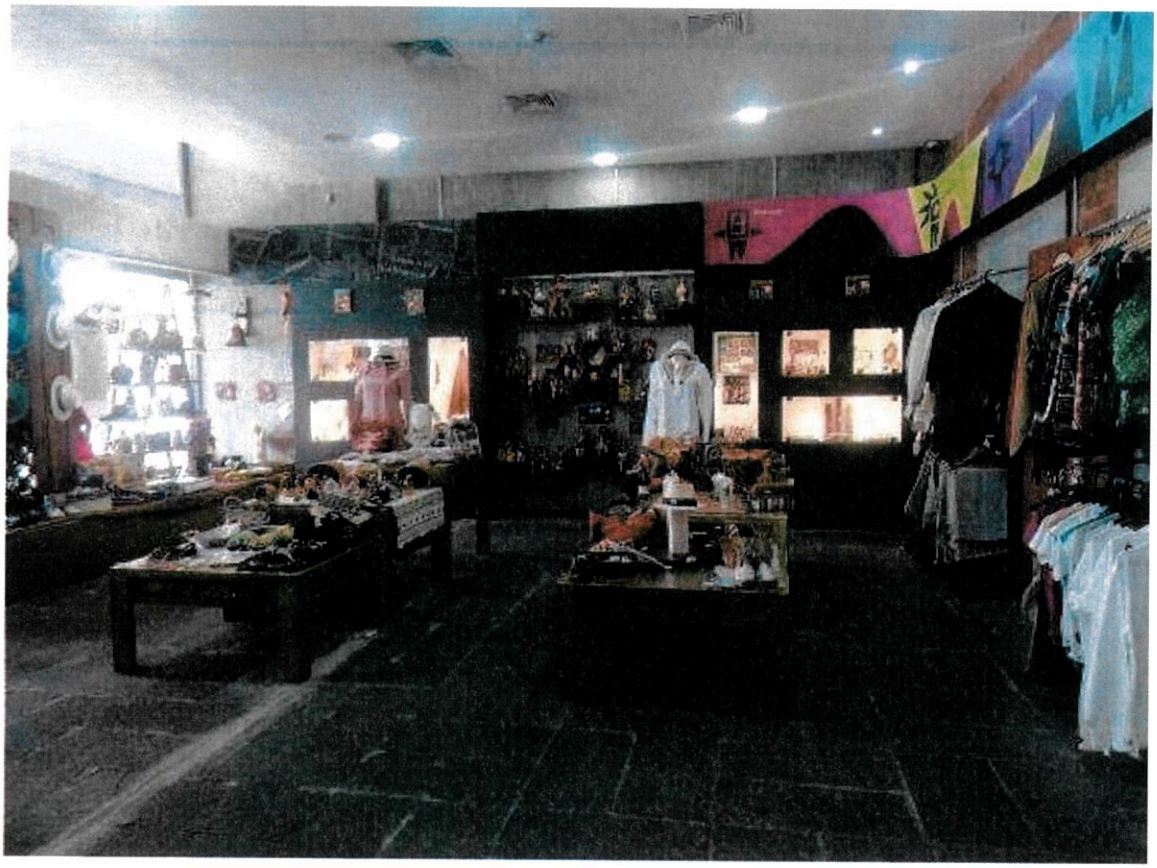
1.6. QUINDE VISITORS CENTER

Actividad: Administración de El Quinde Visitor Center:

Producto: Venta de productos y servicios, alquiler de espacios a socios estratégicos, venta de espacios para exhibición de publicidad, etc.

El Quinde actualmente presenta una propuesta innovadora en cuanto a su modelo de funcionamiento, en él, se puede encontrar no solo una oferta de productos y servicios característicos de la ciudad y el país, sino también experiencias gastronómicas, que permiten cautivar los sentidos de quienes lo visitan y generar un proceso de recordación que influye en la difusión de la ciudad.

La Tienda el Quinde alcanzó una facturación anual (enero – diciembre 2019) de $81.735,39 que corresponde al 82% de su meta anual propuesta.



2. CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO:

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. CONSTRUCCIÓN DEL EDIFICIO:

El Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito es un proyecto urbanístico arquitectónico que tiene el objeto de fomentar a Quito como una ciudad de negocios en cuanto la realización de conferencias, reuniones, ferias, exposiciones y encuentros de categoría regional y mundial, agrupando una importante oferta de actividades y servicios empresariales, turísticos y culturales para la ciudad.

El proyecto total, llamado *Centralidad Bicentenario*, donde se encuentra el Centro de Convenciones, estará compuesto por: un Área de Convenciones, Recinto Ferial, Área de Espectáculos, Zona de Alojamiento, Centro de Negocios, Área Comercial y Cultural.

Este complejo se levanta en un área total de 10,75 hectáreas, donde funcionó el antiguo aeropuerto de Quito.

El proyecto es desarrollado en fases, siendo la primera etapa la consolidación de una infraestructura para convenciones, eventos y ferias, la infraestructura cuenta con un área máxima de 16.442.72 m2 de construcción en su primera fase, conformada por: 2 salones de exhibición de 2.500m2 cada uno, 1 auditorio multifuncional con capacidad para 500 personas, 1 salón de eventos de 2.052,80m2, varias salas de trabajo.
Actualmente Quito Turismo cuenta con el 100% de la infraestructura terminada del Centro de Convenciones.



En el mes de enero de 2019 el CCMQ recibió la **Certificación en Accesibilidad y Diseño Universal categoría Infraestructura**, otorgado por la Global Universal Design Commission, esto permite que se pueda albergar eventos de distinta índole pero sobre todo se enmarca en la política de turismo accesible promulgada por la Organización Mundial de Turismo OMT.

El Centro de Convenciones Metropolitano de la ciudad de Quito, es una edificación que ha sido construida ambientalmente por lo que una vez que cuente con su equipamiento, contará con la certificación internacional LEED, por su siglas en inglés significa –Leadership in Energy and Environmental Design -, esta certificación internacional es para edificios sustentables que se compone de un conjunto de normas y estrategias encaminadas a lograr resultados sustentables y de ahorro energético en edificios.

Hasta el momento el edificio cumple con los parámetros de la Normativa Ambiental LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) y de Accesibilidad tanto en la edificación como en las obras complementarias (plaza y parqueadero).





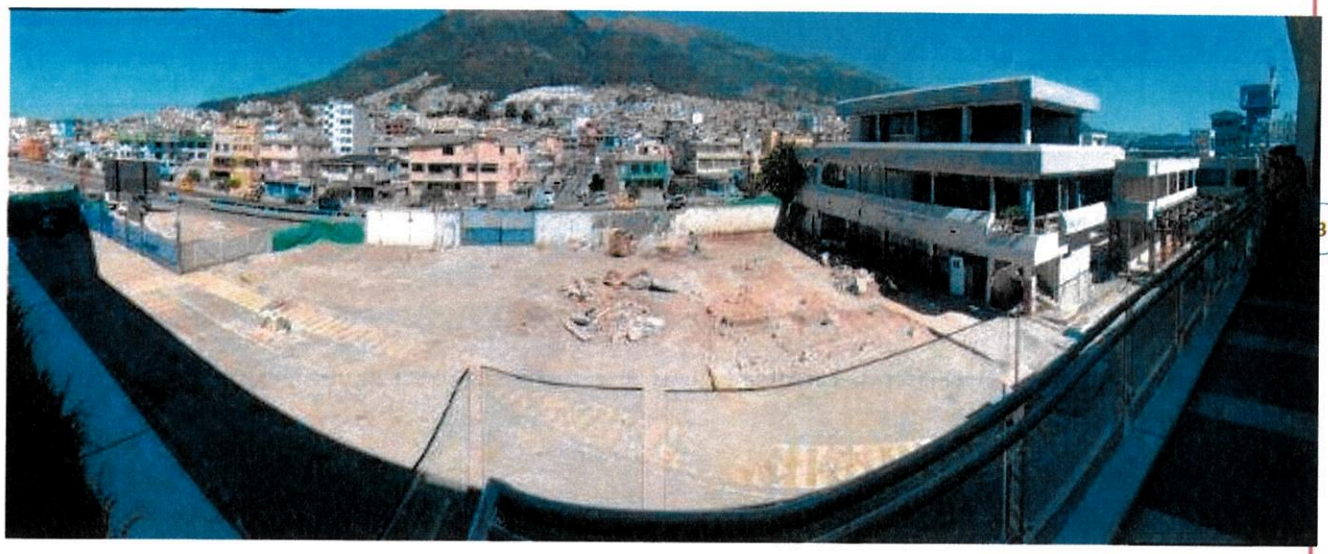


2.1.2. PLAZA Y ESTACIONAMIENTO DEL CENTRO DE CONVENCIONES

Estas obras fueron ejecutadas por la EPMMOP, conforme a lo que estipuló el contrato de comodato del espacio donde se encuentra el CCMQ. Esta plaza con una extensión de 12.000 metros cuadrados constituye el acceso principal del CCMQ y será un soporte para la realización de eventos. Además en esta Plaza se colocó el Monumento del Oso de Anteojos, declarada especie emblemática por el DMQ, y es una de la ocho especies de Oso de Anteojos en el mundo.



Plaza del CCMQ, julio del 2018



Plaza del CCMQ, abril del 2019

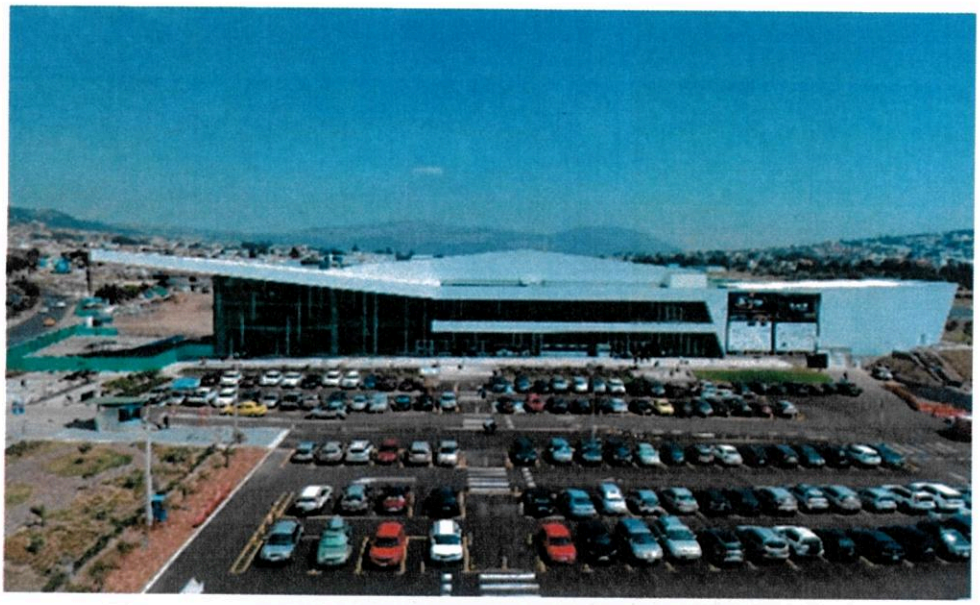


Plaza del CCMQ, mayo del 2019





Escultura del Oso de Anteojos



Estacionamiento CCMQ

2.1.3. ACTA DE ENTREGA RECEPCIÓN DEFINITIVA DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO

El 25 de julio de 2018 se suscribió el acta entrega recepción provisional del edificio del centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito entre el Concejo Ecuatoriano de Edificación Sustentable y la Dirección de Gestión de Bienes Inmuebles y ésta a su vez con Quito Turismo.

El Comodato finalizó el 30 de agosto del 2018, por lo que se realizaron reuniones con los siguientes estamentos municipales: Dirección de Bienes Inmuebles, Procuraduría Metropolitana, y la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP, para realizar los trámites pertinentes de la entrega definitiva del edificio del CCMQ.

Adicionalmente con fecha 25 de febrero del 2019, se realizó una inspección al Edificio del Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito, donde asistieron los delegados municipales de las entidades antes mencionados y además estuvo presente el Administrador de la Zona Eugenio Espejo, el Concejo Ecuatoriano de Edificación Sustentable y representantes de Prostatus-Vitelsa en calidad de operador adjudicado.

El 11 de abril de 2019 se suscribió el acta entrega recepción definitiva del edificio del Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito entre el Concejo Ecuatoriano de Edificación Sustentable y la Dirección de Gestión de Bienes Inmuebles y Quito Turismo

2.2. GENERACIÓN DE UNA ALIANZA ESTRATÉGICA

Quito Turismo a través de la Dirección de Comercialización y Alianzas Estratégicas lideró el proceso de Alianza Estratégica para la Operación del Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito.

Mediante Resolución Administrativa Nº EPMGDT-GG-VS-2018-403, de fecha 27 de noviembre de 2018 la Gerente General de Quito Turismo resolvió adjudicar a PROSTATUS VITELSA (promesa de consorcio) el proceso de Alianza Estratégica Nº AE-EPMGDT-001-2018 correspondiente al "PROCESO PÚBLICO DE SELECCIÓN PARA LA OPERACIÓN, EQUIPAMIENTO, ADMINISTRACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO".



2.2.1. AVANCES

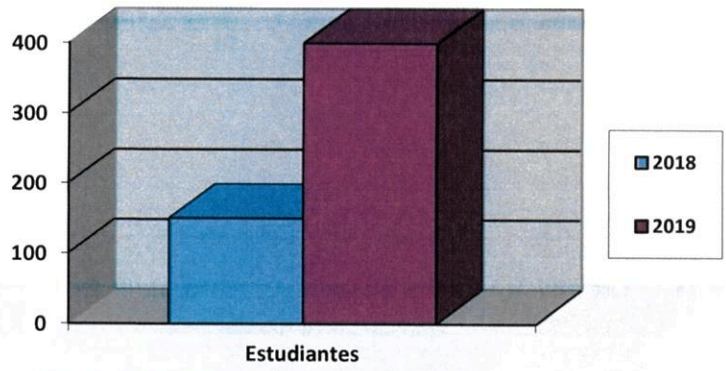
Se han mantenido reuniones entre funcionarios de Quito Turismo de la actual administración y los representantes del Consorcio Prostatus Vitelsa.
Con fecha 27 de septiembre de 2019 Quito Turismo remitió una comunicación al Consorcio detallando su propuesta financiera.
A la fecha, QT ha mantenido varias reuniones con el personal del Consorcio Prostatus Vitelsa, en torno a la comunicación remitida al Consorcio.
Con fecha 31 de octubre de 2019 se llevó a cabo la reunión de Directorio de Quito Turismo en la que se puso en conocimiento de sus miembros, el estado actual del proceso.
Durante el mes de noviembre se mantuvieron reuniones de trabajo entre el equipo de Quito Turismo a fin de analizar los esquemas generales de la contra propuesta financiera realizada por el Consorcio.

En el mes de diciembre de 2019, el Consorcio Prostatus Vitelsa remitió a Quito Turismo dos ofertas económicas mejoradas, (03 y 20 de diciembre de 2019), mismas que fueron analizadas por los técnicos asignados. Con fecha 12 de diciembre de 2019, el Directorio de Quito Turismo recibió en reunión ampliada, a los representantes del Consorcio Prostatus Vitelsa, quienes expusieron su oferta económica.

3. ESCUELA DE CAPACITACIÓN EN INGLÉS (CENTRO ECUATORIANO NORTEAMERICANO)

Con el propósito de estrechar los lazos de amistad entre Ecuador y los Estados Unidos de América, Quito Turismo y el Centro Ecuatoriano Norteamericano (CEN) el 12 de abril de 2018 firmaron un Convenio de cooperación para que se desarrolle la difusión de ambas culturas, la organización y programación de eventos culturales y en general se promueva la enseñanza del idioma inglés.

El CEN ofrece los servicios de un Centro Binacional que promueve la enseñanza del idioma inglés, con un programa de altísima calidad académica a niños, jóvenes y adultos, con estándares internacionales y precios razonables. Los alumnos van a tener la capacidad de entender, hablar, leer y escribir este lenguaje y emplearlo como una herramienta de trabajo en sus lugares de estudio o trabajo.
Además se quiere poner especial énfasis en el manejo del idioma inglés para los proveedores de Turismo de la capital y su zona de influencia.
Desde su apertura al público en Octubre del 2018, el CEN ha incrementado significativamente su número de alumnos, lo que beneficia a la ciudadanía ya que el CEN otorga un número proporcional de becas.



El CEN ha realizado varias exposiciones artísticas abiertas al público, en consecuencia la agenda cultural de Quito se incrementa con mayor cantidad de eventos de calidad propia de la cultura ecuatoriana y norteamericana y que sirven para el mejor entendimiento entre los ciudadanos de ambos países.

4. OTROS LOGROS

4.1. REVISIÓN ACUERDOS CON KOICA

Mediante oficio signado con el número A161 de fecha 17 de septiembre de 2019, el Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través del Señor Alcalde, le dirige una comunicación a la Agencia de Cooperación Internacional de Corea KOICA, en la que manifiesta que el Municipio está trabajando en todas las Instancias necesarias con el objeto de entregar a CONQUITO un terreno en el Parque Bicentenario de un área aproximada de 7000 mt2 con el objeto de asegurar la creación de un Centro de Innovación en la ciudad de Quito, y la implementación del mismo conforme al proyecto presentado por la Agencia Metropolitana de Promoción Económica – CONQUITO.
En este contexto, se han realizado reuniones durante el mes de octubre a fin de analizar los espacios que formarán parte de este proyecto. De manera particular se identificó que los espacios del Centro de Convenciones Bicentenario servirán para tal efecto por lo que, con fecha 23 de octubre de 2019 se remitió desde la Dirección de Comercialización el respectivo Informe Técnico para el análisis de las autoridades de la empresa.
Con fecha 14 de noviembre de 2019, Quito Turismo suscribió el Convenio de Cooperación Interinstitucional con CONQUITO, con el fin de "viabilizar la implementación del PROYECTO CENTRO DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE QUITO", para lo cual, Quito Turismo entregará a CONQUITO el área de terreno acordada.

4.2. ENTREGA DE INSTALACIONES DEL CCEE AL MINISTERIO DE CULTURA

En el marco de la solicitud realizada por el Ministerio de Cultura al Instituto Metropolitano de Patrimonio - IMP mediante el cual ha requerido la devolución de las instalaciones del Centro de Convenciones Eugenio Espejo, la Administradora del CCEE ha generado ya un Informe de liquidación de dicho Convenio para conocimiento y aprobación por parte del IMP.

Con fecha 04 de diciembre de 2019 se llevó a cabo la ceremonia de entrega de las instalaciones del CCEE al Ministerio de Cultura. En esta ceremonia participó el Alcalde de Quito y el Ministro de Cultura, entre otros funcionarios.

CONCLUSIONES

- La difusión en medios digitales es un factor importante para el crecimiento de las unidades de negocio, pues nos permitirá alcanzar con mayor facilidad a los públicos objetivos. Por lo que se ha coordinado con la Dirección de Comunicación el impulso a esta estrategia y se ha realizado la respectiva planificación para el año 2020.

- La ciudad de Quito cuenta con un Nuevo Centro de Convenciones – Metropolitano de Quito CCMQ, que tiene un avance en la construcción del 100% y tiene una capacidad para 12.000 personas aproximadamente.
- A través de un proceso de selección, se ha generado una Alianza Estratégica para la Operación, Equipamiento, Administración, Comercialización y Mantenimiento del Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito misma que requiere una inversión de $USD 3`000.000,00 aproximadamente.
- Se ha suscrito el Convenio de Cooperación Interinstitucional entre Quito Turismo y CONQUITO, a fin de viabilizar la implementación del proyecto del Centro de innovación tecnológica de Quito, en el marco del proyecto con KOICA.
- Se llevó a cabo la ceremonia de entrega de las instalaciones del CCEE al Ministerio de Cultura, con lo que, a partir del mes de enero de 2020 Quito Turismo ya no estará a cargo de la gestión de dicho centro.

RECOMENDACIONES

- Dentro de la gestión comercial, se debe establecer canales de apoyo para la Tienda el Quinde, unidad seriamente afectada en su rendimiento por el constante cierre de espacios en el Centro Histórico, una de las alternativas para mejorar la difusión de este espacio es el uso de marketing digital, el mismo que en un futuro permita realizar las transacciones de compra por parte del usuario (generación de e-comerce). No obstante, se hace imprescindible que las autoridades dispongan la revisión de los procesos internos de esta unidad de negocio a fin de analizar técnicamente más propuestas de mejoramiento y fortalecimiento.
- El apoyo a la difusión a través de redes sociales y otros canales disponibles, de todas las unidades de negocios, es vital para su sostenibilidad, por lo que se recomienda sea considerado como prioritario, para lo cual se espera la disposición al respecto por parte de las Autoridades de Quito Turismo.
- El Proyecto Centralidad Bicentenario se encuentra enmarcado en la Ordenanza Metropolitana 086, misma que se recomienda sea revisada y actualizada con el fin de que el desarrollo de la Centralidad esté a la vanguardia de las necesidades de la ciudad capital de la República y Destino Turístico, así como también sea un proyecto atractivo para los inversionistas y de beneficio mutuo.
- Para el Desarrollo de las siguientes fases de la Centralidad Bicentenario se deberá contar con un proyecto estructurado por cada fase que abarque y consolide lo que requiere técnicamente el proyecto Centralidad.

Responsable:

Renato Torres
Director de Comercialización

4.4.2. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE MERCADEO:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Mercadeo en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: **100% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

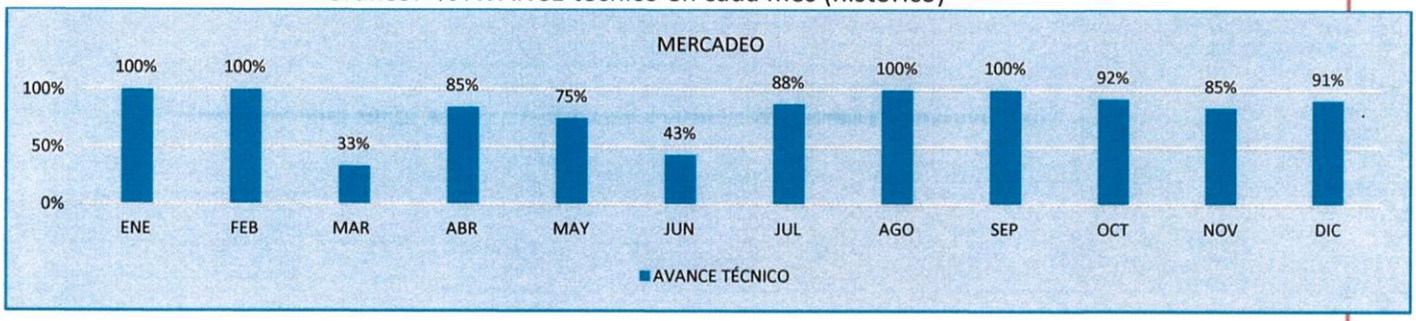
Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **98 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), y un 96 % de presupuesto devengado según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: Mercadeo - promoción Turística

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado o al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
MERCADEO	100 %	100 %	0%	98%	99%	96%	97%	94%	95%	100%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

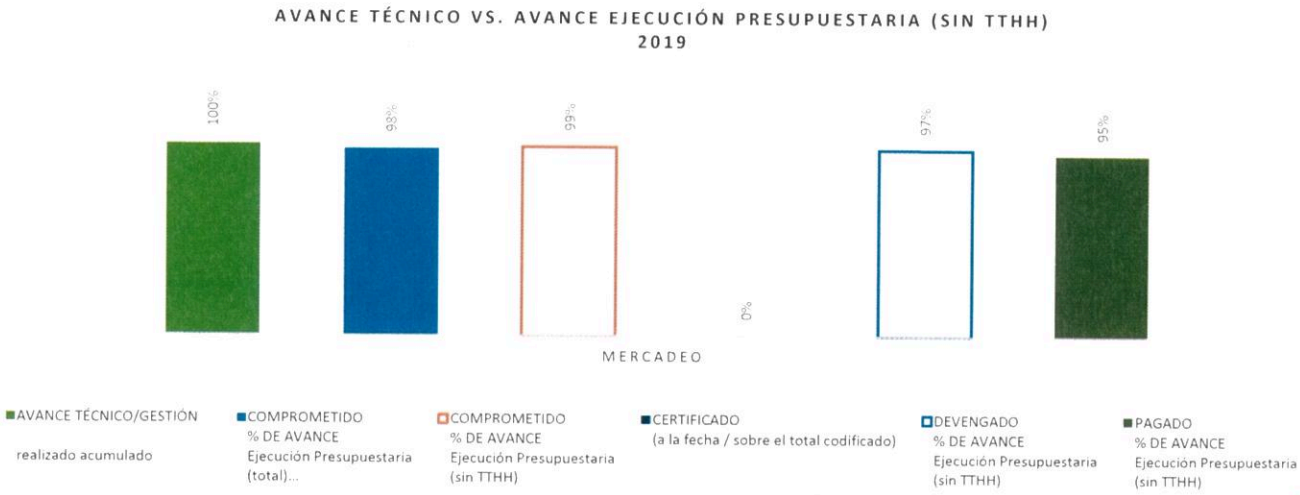
Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Elaborado: Planificación Quito Turismo

Cuadro 5. Resumen AVANCE por proyectos QT - Mercadeo (promoción)

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
MERCADEO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	01 MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)	100,00%	100,00%	170.000,00	168.800,00	-	168.800,00	168.725,18
		02 MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO	100,00%		225.000,00	229.101,85	-	229.101,85	229.101,85
		03 MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA)	100,00%		100.000,00	98.900,00	-	98.900,00	98.900,00
	PROMOCIÓN NACIONAL	01 PROMOCION NACIONAL	100,00%		66.000,00	52.086,64	-	52.086,64	52.086,64
	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	01 GASTOS COMUNES DE MERCADEO	96,67%		354.000,00	312.551,86	1.290,31	302.132,37	290.836,78
		Sub Total Mercadeo			**915.000,00**	**861.440,35**	**1.290,31**	**851.020,86**	**839.650,45**
	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	01 TALENTO HUMANO DE MERCADEO	92,38%		220.052,54	205.324,93	2.825,00	189.678,73	189.678,73
		Total Mercadeo + TH	**100,00%**		1.135.052,54	1.066.765,28	4.115,31	1.040.699,59	1.029.329,18

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

4.4.2.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE MERCADEO

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Según la Organización Mundial de Turismo, OMT, menciona "que, durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible".

En el ámbito nacional, el Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica, entre los que citan las autoridades está el turismo, junto con el petróleo, minería, telecomunicaciones, generación de energía, pesquería y agroindustria.
El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador.

Según información del MINTUR, en el 2018 la balanza turística creció con relación a 2017 y reflejó un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,3 millones de dólares, según los datos obtenidos de la Balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador.

Además, el turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2,392 millones de dólares, lo que lo mantienen como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón.
En los nueve feriados nacionales de 2018 la dinamización económica fue de 425.8 millones de dólares, siendo el asueto por Carnaval el de mayor movimiento, con 64,7 millones de dólares.
Datos arrojados por la herramienta Geovit, implementada por el MINTUR desde septiembre de 2018 para medir el turismo interno, indican que en los feriados de 2018 se realizaron 13,2 millones de viajes y que las principales ciudades de destino fueron Quito, Guayaquil y Cuenca.

En Quito el turismo aportó un 4.09% al PIB de la ciudad en 2018 y en lo que va del 2019 se estima que este porcentaje se mantendría, además, la Capital del Ecuador representó el principal destino turístico en el país con el 58% del total de llegadas de turistas por vía aérea internacional, en el 2018.

En 2016 se desarrolló el Plan Estratégico de la ciudad de Quito al 2021, en donde se establecen tres pilares o ejes estratégicos en cuanto a: conectividad, marketing y producto de alto impacto, cada uno con sus programas y principios de trabajo.

Además, se definió los mercados prioritarios y productos turísticos, objetivos estratégicos, propuesta única de valor y posicionamiento; e, implementación.

Cabe destacar que de este estudio se deriva la visión de turismo destacando el eje diferenciador de la ciudad siendo: "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°. 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"

En 2017 se realizó un estudio de identificación de las ventajas competitivas del DMQ para utilizar en las estrategias de promoción y comunicación, insumos importantes para la toma de decisiones encaminadas al posicionamiento del destino.

En 2018 se lanzó la plataforma digital del DMQ, la cual abarca una web y APP renovadas, video y redes sociales, como parte de la experiencia de la ciudad.

1.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Trabajo en mercados prioritarios • Atributos únicos de posicionamiento • Aeropuerto de nivel internacional • Mercados cautivos EEUU como base	• Ubicación geográfica, Quito, es la capital del Ecuador, del país del centro del mundo. • Inclusión de nuevos mercados • Mayor promoción online • Mayor promoción MICE • Trabajo de posicionamiento conjunto con gobierno central, seccional y comunidad • Incremento de decisión de viaje por cuenta propia
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
• Posicionamiento de destino • Inconsistencia marca y destino • Baja estadía media • Coordinación con sector privado • Baja conectividad • Visitas concentradas en CH	• Gasto promedio en decrecimiento • Presupuesto de promoción • No participación de país en ferias • TTOOs ofertan solo Galápagos (rentabilidad) • Promoción y presupuesto de otros destinos • Seguridad

Es necesario tener claro este análisis, al momento de tomar decisiones estratégicas dirigidas al mercado nacional e internacional, resaltando los elementos diferenciadores del destino, enmarcados en su patrimonio y su ubicación geográfica.

1.2 SITUACIÓN ACTUAL MERCADOS INTERNACIONALES

MERCADOS PRIORITARIOS

QUITO



Para definir los mercados prioritarios para la ciudad de Quito, en el Plan Estratégico 2021 se han tomado en cuenta las siguientes variables:

- Estadía en la ciudad
- Gasto Promedio
- Idioma
- Conectividad
- Número de habitantes
- Ingreso medio del país
- Prioridad por mercado
- Número de llegadas

Con estas variables se han identificado en el plan que los principales mercados para la ciudad son:

Norteamérica	Europa	Sudamérica
Estados Unidos	Reino Unido	Colombia
Canadá	España	Brasil
México	Alemania	Argentina

- En el año 2019 se confirmaron nuevas rutas entre Francia y Ecuador, y tomando en cuenta la conectividad actual con Países Bajos, se ha considerado incluir a Holanda y Francia dentro de la lista de los países prioritarios.

En la planificación del área de Mercadeo, para el 2019, se segmentaron las estrategias promocionales en función de la localización de los mercados objetivos, se consideró la promoción regional en los mercados naturales, países vecinos localizados a 2 o 3 horas de distancia y en mercados internacionales, países que se ubican a más de 4 horas de distancia, por tanto, se propuso los siguientes: Estados Unidos, Canadá, México, Alemania, España, Reino Unido, Brasil, Colombia, Argentina y Perú, como mercados internacionales.

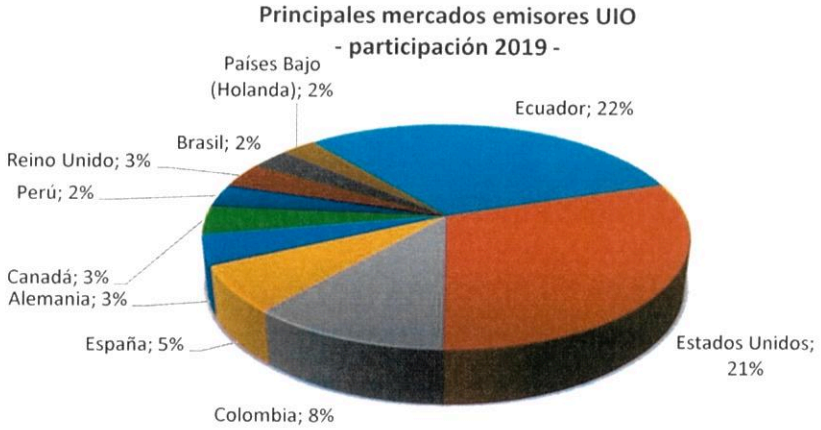
Mercados de Desarrollo: aquellos que lideran las llegadas al destino Quito, es decir, el destino está posicionado y las relaciones comerciales con el sector turístico tienen una madurez establecida, estos requieren fortalecer la inversión en acciones promocionales B2B y B2C.

En 2018 existió un incremento de llegadas de turistas a Quito del 6,1% en relación al 2017, lo que significó 692.492 turistas, considerando al turismo como una de las principales actividades económicas del Distrito Metropolitano. En 2019 se estima un incremento del 0.4% en las llegadas internacionales dando un total estimado de 695.189 turistas.

En lo que va de 2019, según los datos estadísticos de Quito Turismo, se registra que los turistas procedentes de Estados Unidos son el principal aporte al global de vistas estimadas a la ciudad, representando el 21% del total, mientras que en el caso de visitantes canadienses su aporte significa el 3% de la totalidad. Es importante mencionar que en base a las estimaciones realizadas para el 2019, se registra un decrecimiento del -0,99% de visitas procedentes de Estados Unidos en comparación al año 2018, en el caso de Canadá se registra un crecimiento del 0.19% en comparación a los dos años mencionados. En el caso de las visitas mexicanas, la ciudad estima recibir en el 2019 alrededor de 21.899 llegadas mexicanas, que representan el 3% del porcentaje global de turistas que visitan la ciudad.

Si se analiza el comportamiento de los mercados europeos emisores hacia Quito durante los últimos 4 años encontramos que España, Alemania, Reino Unido y Francia se encuentran entre los 10 principales mercados emisores de turismo hacia el país y la ciudad. España estima para 2019 un total de llegadas de 32.305 visitas, Alemania 20.592 visitas y Reino Unido 17.479 visitas que mantienen a estos países dentro de los principales mercados emisores europeos de turistas a la ciudad de Quito con una participación que bordea el 5%, 3% y 2% respectivamente del total de turistas a la ciudad. Durante este año, se ha incluido también como se mencionó anteriormente al mercado Holandés, del cual registra un estimado de 12.935 visitas de turistas a la ciudad, aportando con el 2% del global estimado.

Para el caso de los países de Sudamérica, se estima que durante el 2019, el mercado de Brasil registrará un total de 15.110 llegadas aproximadamente, Argentina un total de 14.555 llegadas que corresponden al 2% de participación de este mercado en el turismo global de la ciudad, mientras que Colombia, sigue siendo el segundo mercado emisor de turistas a Quito, estimando un total de ingresos de 54.476 visitantes colombianos, lo que representa el 8% del total de participación.



Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2019 – Quito Turismo

Es importante mencionar que en varios de los mercados prioritarios emisores para el presente año se estima un decrecimiento de llegadas de visitantes a la ciudad con respecto al año 2018, este es el caso de Estados Unidos (-0,99%), Colombia (-1,50%), España (-1,46%) y Argentina (-4,24%), situación que se deriva en parte de situaciones que afectaron el desarrollo normal del país como el paro del pasado mes de octubre que ha afectado directamente a la actividad turística del Ecuador, por lo que se considera, que la ejecución de acciones promoción y difusión turística del recurso y la situación actual del país, constituyen oportunidades trascendentales para la reactivación productiva de este importante sector.

1.3 SITUACIÓN ACTUAL MERCADO NACIONAL

El turismo interno también es importante para la dinamización de la economía de los destinos y del país; cuando se movilizan personas dentro del territorio nacional se diversifican y canalizan recursos hacia muchas otras actividades económicas y/o productivas a más del turismo, como la transportación, la restauración, el comercio formal e informal tanto en el destino como en los lugares de paso (que generalmente son pequeñas comunidades).
La promoción turística a nivel nacional ha sido parte adicional de los objetivos del área de Mercadeo, que sin bien es cierto durante los últimos años ha dado mayor énfasis a la promoción de la ciudad en los mercados internacionales, no se ha descartado la posibilidad de que el mercado nacional redescubra el destino y conozca la oferta turística que se está promocionando, fomentando así el empoderamiento de cada uno de los ecuatorianos, convirtiéndolos así incluso en mejores anfitriones para el turista extranjero.

Durante el 2016, la Universidad Central en conjunto con Quito Turismo desarrollaron un estudio sobre el Perfil del Turista Local, el mismo que reflejó resultados interesantes para el impulso de promoción turística de la ciudad en el mercado interno como lo podemos ver a continuación:

ENCUESTA NACIONAL

Este estudio estuvo direccionado a identificar cual es la ciudad de origen de las y los visitantes, la motivación de viaje, grado de satisfacción en lo referente a atractivos, movilidad, alimentación, hospedaje, y por último el nivel de información y conocimiento que tienen los visitantes sobre Quito como destino.
El objetivo general fue determinar por qué viene y elige el turista como destino a Quito, cuáles son los medios utilizados y la valoración que hace de su estancia, de tal forma que se logre orientar de una manera mucho más precisa el esfuerzo promocional, así como mejorar en lo posible la gestión del turismo como una actividad que precisa de una delicada coordinación interinstitucional.

RECOPILACIÓN DE DATOS

Se realizaron 1237 encuestas a lo largo del Distrito Metropolitano de Quito, las cuales fueron realizadas en once zonas estratificadas en función de las estadísticas de visitas a los atractivos del cantón Quito y del criterio de los investigadores en cuanto a posibles atractivos visitados por el turista residente en Ecuador. La encuesta se aplicó exclusivamente a turistas residentes en Ecuador que visitan la ciudad de Quito, como excursionistas o turistas.

ZONA	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
Patrimonial	388	31,4%

Espacios Públicos	112	9,1%
Miradores	90	7,3%
Noroccidental	193	15,6%
Rosa	86	7,0%
Terminales Terrestres	114	9,2%
Oriental	98	7,9%
Centros de Salud	48	3,9%
Valle de los Chillos	55	4,4%
Nororiental	26	2,1%
Oficinas Consulares	27	2,2%
TOTAL	**1.237**	**100%**

RESULTADOS

A continuación se puede identificar los principales datos de interés que el estudio recabó de las personas encuestadas, en relación al destino:

a. Procedencia

De acuerdo con el total de encuestados los principales visitantes que llegan a la ciudad de Quito provienen de los cantones aledaños de la provincia de Pichincha (18%), debido a su cercanía geográfica. Seguido de la provincia de Imbabura (13%) y en tercer lugar de la provincia de Guayas, que a pesar de su distancia posee un 12%.
Se debe destacar que a la ciudad de Quito llegan residentes de casi todo el país.

b. Acompañamiento

La ciudad de Quito es un destino preferido mayoritariamente por el segmento familias, con un 43% del total de los encuestados, al ser la capital del país lo convierte en un destino obligado de visita. Seguido por las personas que viajan solas con un 30% del total, cabe recalcar que estoy segmentos mayoritarios son totalmente opuestos.
El 57% de los encuestados visitaron Quito en familia o en pareja, mostrando que la ciudad es un destino que ofrece alternativas de ocio para el segmento de la población que le gusta viajar en compañía de su núcleo familiar. Resalta el porcentaje de encuestados que visitaron Quito en compañía de amigos, ya que representa únicamente el 12% que puede deberse a la falta de una oferta consolidada de ocio para este segmento.

c. Motivo principal del viaje

Quito es considerado como la primera opción de visita por un 79% del total de encuestados, mientras que el 21% restante tenía entre sus principales opciones las diferentes playas de la costa ecuatoriana, la amazonia o la sierra centro.
El principal motivo para viajar a Quito es la visita a familiares y amigos 12,9%. Destacan en la motivación las finalidades turísticas con los 18,1% enfocadas a la visita a sitios de relevancia cultural y natural, turismo urbano, de preferencia en parques y plazas, y la visita a museos.
Otros sectores que se destacan, son las visitas por motivos educativos y culturales con el 9,9%, para compras, tanto de artesanías como de productos varios con el 9,9%, por gastronomía con el 6,4% y vida nocturna con el 5,5%.

d. Sitios más visitados

La mayoría de los sitios más visitados de la ciudad de Quito se localizan en su Centro Histórico, con excepción de la zona de la Mitad del Mundo, El Teleférico, Parque La Carolina, La Mariscal y Reserva Geobotánica Pululahua. Por zonas o sectores, el Centro Histórico, los miradores y monumentos, la Mitad del Mundo y los parques públicos, reciben a más del 90% de los turistas residentes en Ecuador. Debido a la mayor concentración de atractivos, el Centro Histórico y Mitad del Mundo reciben el mayor número de turistas.

ZONA	PORCENTAJE
Centro Histórico	40,4%
Miradores y Monumentos	28,3%
Mitad del Mundo	12,3%
Parques públicos	9,3%
La Mariscal y Centros Comerciales	3,9%
Espacios Naturales	3,2%
Barrios	1,3%
Balnearios	0,8%
Estadios	0,1%
Otros	0,3%

e. Conocimiento de la ciudad

La mayoría de los encuestados 84% ha tenido una experiencia de viaje anterior en la ciudad de Quito, mientras que para un 16% es la primera vez que conocen la ciudad.
El principal medio de comunicación utilizado por los encuestados para obtener información del destino fue la comunicación directa con amigos y/o familiares. Las redes sociales y las páginas web con el 21,2% son otro importante medio donde los encuestados buscaron información de la ciudad.

f. Tipo de viaje

Quito no posee una temporada fija para albergar visitantes. La mayoría de encuestados no definen días o temporadas específicas para viajar 47%. Se debe destacar que fines de semana y feriados ocupan un 43% en temporalidades de visita hacia la capital.

g. Estancia media en la ciudad

El tiempo de estadía en la ciudad de Quito por parte de los visitantes está dividido en tres grupos con porcentajes similares, siendo el primer rango de 2 días, seguido por 3 días y por ultimo más de 5 días. Se observa que el 46% de los encuestados prefieren visitas cortas de 2 a 3 días y el 34% prefieren visitas medias de 5 o más días.

h. Gasto Diario

Los visitantes que llegan a Quito tienen un gasto promedio de USD$ 50 dólares diarios, tendencia que está acorde al gasto promedio del turista que llega a Ecuador.
En general los turistas destinan un mayor porcentaje para alimentación y recreación, pero solo una pequeña parte para alojamiento. Aquellos que gastan más de 100 dólares diarios tienden a gastar más en alojamiento.

i. Valoración de la experiencia

El 98% de los encuestados indicaron su deseo de regresar nuevamente a Quito, valor que es muy satisfactorio y pone de manifiesto la ciudad, en general, cumple con las expectativas de sus visitantes y

turistas. El 2% que manifestó que no desea regresar a la ciudad es principalmente por la inseguridad existente, la cual es un factor que ahuyenta el turismo nacional e internacional.

2. ANÁLISIS TÉCNICO

- Con la finalidad de fortalecer e incentivar el turismo a la ciudad de Quito por parte de visitantes de los mercados internacionales y nacionales, la Dirección de Mercado buscó desarrollar estrategias de promoción y difusión turística de la ciudad a través de varias actividades promocionales como: representación de Quito en mercados internacionales; relación continua con medios de comunicación, tour operadores, aerolíneas; organización de viajes de familiarización, prensa y blogueros; capacitaciones a la industria turística; campañas digitales; monitoreo de publicaciones en medios internacionales; envío de boletines y notas de prensa; pagos de membresías y asociaciones; gestión de redes sociales; traducciones, soporte en eventos de promoción turística; servicio de operación turística para viajes de familiarización y la coordinación de material promocional, actividades que permitieron marcar la presencia de la ciudad como un destino que día a día se va posicionando a nivel nacional e internacional.

- Es importante mencionar que en el año 2019 el enfoque en el turismo local y nacional se ha fortalecido a través de acciones que incentivaron a conocer más acerca del destino y sus productos turísticos por parte de locales y nacionales mediante campañas de promoción de Semana Santa, Verano, Finados, Fiestas de Quito, entre otros.

2.1 ACCIONES PROMOCIONALES EN MERCADOS INTERNACIONALES

2.1.1 FERIAS, CAPACITACIONES Y EVENTOS EN EL EXTERIOR

Quito Turismo como parte de su plan de promoción del destino Quito, tiene planificado participar en 19 ferias y capacitaciones en los diferentes mercados prioritarios definidos en el plan estratégico 2021. Hasta la fecha se ha participado en las siguientes ferias:

EVENTO	LUGAR	FECHA	RESULTADOS
FITUR	Madrid – España	23 – 27 Enero	1. Presentación de destino y Presentación de Plataforma Digital de Quito. 2. Se mantuvieron más de 40 citas con el trade turístico y medios de comunicación de Europa. 3. Participación de Quito en el evento "Madrid Te Abraza" organizado por el Ayuntamiento de Madrid. 4. Premio Excelencias a la Plataforma Digital Turística de Quito. 5. Premio Segittur a la APP Turística GO UIO 6. Premio Fitur Film al Nuevo Video de Quito
ANATO	Bogotá - Colombia	27 de febrero – 1 de marzo	. Presentación de destino y Semana Santa de Quito.

			2. Se mantuvieron aproximadamente 30 citas programadas y más de 30 citas concretadas en el momento del evento con el trade turístico y medios de comunicación de Colombia. 3. Entrevistas con Visión Turística Colombia, Extra Colombia y una entrevista en la W Radio de Colombia programada para el domingo 10 de marzo. 4. Gestión para publicar sobre Quito en el Miami Herald y Avianca Digital 5. El Media Value generado hasta el momento por la entrevista en HBS, es de aproximadamente 3600,00 USD 6. Quito se promocionó a través de HBS Noticias, la misma que se replicó a través de Extra Colombia a más de 18 ciudades de Colombia.
REMA	Cali-Colombia	2 marzo	1. Presentación de destino y Semana Santa de Quito. 2. Se atendieron aproximadamente 100 visitas al stand de Quito. 3. Se tomó contacto con tour operadores y mayoristas basados en Cali, a quienes se les pondrá en contacto con tour operadores locales que manejan el mercado colombiano 4. El municipio de Buenaventura desea realizar un intercambio de experiencias en el tema del APP GOUIO.
ITB BERLIN	Berlín-Alemania	6-10 marzo	1. Presentación de destino Quito. 2. Se atendieron 65 citas de trabajo entre tour operadores, medios de prensa, aerolíneas, publicidad, gremios y otros. 3. Reunión entre Quito Turismo, la Vicepresidencia de Ecuador, el Ministerio de Turismo y la aerolínea Lufthansa con el fin de establecer conversaciones para la apertura de una ruta directa entre Quito y Alemania. 4. R.O.I: 19,03% En media value y exposición nacional e internacional.
WTM LATINAMERICA	Sao Paulo-Brasil	2 al 4 de abril	1. Presentación de destino Quito. 2. Se atendieron 66 citas de trabajo entre tour operadores, medios de prensa, aerolíneas, publicidad, gremios y otros. 3. Rueda de Prensa para medios de comunicación brasileños presentando al destino junto al MINTUR.

			4. Reunión entre la aerolínea GOL, MINTUR y Quito Turismo para acciones de promoción conjunta 5. Reunión con TGK, quien ha invitado a Quito a participar en un evento de divulgación del destino entre aproximadamente 300 clientes en el mes de septiembre – ABAV. 6. 32 publicaciones en medios de comunicación de Brasil en donde se menciona la participación de Quito en WTM.
PRESENTACIÓN DE DESTINO AVIANCA – ANA ALBERT	Ciudad de México - México	31 de Mayo	1. Presentación de destino Quito. 2. Se atendieron preguntas de asistentes minoristas al Evento. 3. Evento realizado por la Mayorista Mexicana Ana Albert, la Aerolínea Avianca y Grayline.
EXPERIENCE LATIN AMERICA	Londres – Reino Unido	10-12 JUNIO	1. 34 citas de trabajo con trade y medios turísticos británicos. 2. Oportunidades de Viajes de prensa de: Travel Weekly, Luxury Travel Blog, Wanderlust, Aspire Magazine y el periodista freelance Russel Maddicks. 3. Interés de emprender ventas a Ecuador de: Moah Viajes, Travel Experts, The Ultimate Travel Company y We Travel, quienes ya están en contacto con TTOO locales. 4. Propuestas de campañas cooperadas de promoción de destino con TUI y Cox & King. 5. Propuesta de campaña promocional digital con Travel Bulletín. 6. Media Value acumulado: $6185,75 / R.O.I = 162%
BIRDFAIR	Rutland – Reino Unido	16,17,18 agosto	1. Promoción del Chocó Andino como la Nueva Reserva de la Biósfera del mundo localizada en el Distrito Metropolitano de Quito. 2. Representación del Destino por el líder de la Mancomunidad del Chocó Andino (Inty Arcos) 3. Se registran 70 citas de trabajo con trade turístico y consumidor final en el primer día de participación. 4. Presentación Especializada del Chocó Andino.

TMLA 2019	Quito-Ecuador	18 al 20 de septiembre	1. 60 citas de trabajo establecidas en agenda. 2. Organización del Evento de Clausura TMLA en el Nuevo Centro de convenciones. 3. Exposición de los Mercados Quiteños como producto emblemático de la ciudad.
AVAB 2019	Sao Paulo – Brasil	25-27 Septiembre	1. Más de 100 visitas al stand de Quito interesadas en la nueva oferta de Quito. 2. 15 citas de trabajo con la industria turística brasilera. 3. Oportunidades campañas de promoción turística de Quito a través de oferta de paquetes y ofertas del destino. 4. Participación de Quito con co-expositores locales: Grayline y GeoReisen quienes llevaron oferta especial de la ciudad.
TOP RESA 2019	París - Francia	1 y 2 de octubre	1. Inspección y reconocimiento de la feria con la finalidad de evaluar participación en años siguientes. 2. 8 citas de trabajo concertadas con tour operadores franceses para dar a conocer el destino y analizar posibles acciones promocionales conjuntas. 3. Análisis de tour operadores locales participantes en la feria, quienes solicitan el respaldo del destino con su presencia. 4. Análisis de participación de destino competencia para el Ecuador.
WTM LONDRES 2019	Londres – Reino Unido	4 al 6 noviembre	1. Se mantuvieron 33 citas de trabajo, de las cuales 17 reuniones fueron con medios de comunicación, 2 reuniones con aerolíneas (KLM y Air France), 14 reuniones con actores de la industria turística. 2. Presentación de Quito como destino de turismo creativo. 3. Una rueda de prensa en conjunto con el MINTUR. 4. Presentación de destino ante la industria turística británica, donde se presentó las 10 razones para visitar Quito junto a una Cata de Chocolate.

FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO FETUR 2019	Cuenca - Ecuador	13 al 14 de diciembre	1. Participación en la primera feria internacional de turismo Fetur 2019. 2. Rueda de negocios con la participación de operadores internacionales de Colombia (Alas del Mundo, ATN Servicios, Pamar Travel SAS, Universe Travel, Viajando Travel) y operadores nacionales (Surtrek y Galacruises). 3. Presentación de destino con sus top 10 + 2 razones para visitar Quito. 4. Atención en el stand durante la feria abierta al público.
Conferencia y Marketplace USTOA	Orlando, Florida	2 al 6 de diciembre	1. 33 citas de trabajo establecidas en agenda con los principales TTOO de Estados Unidos y Canadá. 2. Participación de Conferencias especialmente desarrolladas para DMOs.

2.1.2 CAPACITACIONES DE DESTINO

EVENTO	LUGAR	FECHA	RESULTADOS
Ciclo de Capacitaciones de Destino España	Barcelona, Sevilla y Valencia	28 al 31 de enero	1. Se realizó ciclo de capacitaciones del destino Quito en las ciudades de Barcelona, Sevilla y Valencia. 2. Se capacitó un total de 14 empresas con un total de 20 agentes de viajes, operadores y desarrolladores de producto.
Ciclo de Capacitaciones Caravana Mega Travel México Norte	Torreón, Saltillo, Nuevo Laredo y Monterrey - México	18 al 22 de febrero	1. Se realizó ciclo de capacitaciones del destino Quito en las ciudades de Torreón, Saltillo, Nuevo Laredo y Monterrey. 2. Se capacitó un total de 250 agentes de viajes. 3. Asistió el medio turístico más importante de la región PUBLITUR, quienes estarán sacando un artículo en su revista sobre nuestra capacitación (fecha por confirmar)

Ciclo de Capacitaciones Caravana Universal Group	Bogotá, Ibagué, Bucaramanga, Medellín, Pereira y Cali	26 al 31 de agosto	1. Se participó en la caravana de Universal Group, en donde se realizaron presentaciones de destino y workshops en las 6 ciudades de Colombia. 2. Se capacitó un total de 210 agentes de viajes. 3. Asistieron los principales clientes y agentes de viajes de la mayorista Universal Group, una de las más grandes de Colombia. 4. Se llevó dos paquetes turísticos desarrollados en conjunto con Pamtours y Quito Turismo, los mismos que se encuentran en la plataforma de la mayorista y mediante la cual venden los agentes de viajes socios de Universal.
Capacitaciones de destino en Brasil	Sao Paulo y Río de Janeiro	23 y 24 de septiembre	1. Agenda de Trabajo con capacitaciones "puerta a puerta" 2. Capacitación del destino Quito en Río de Janeiro. Total de 14 agentes de viajes capacitados de los TTOO: Abreu Turismo, Turnet, Multidestinos Viagens e Turismo, RCA y AIT. 3. Se llevó oferta turística de Quito a través de la presencia de los TTOO ecuatorianos Grayline y GeoReisen..
Ciclo de Capacitaciones Usa y Canadá	Nueva York Chicago Toronto Vancouver	29 septiembre 01 de octubre 02 de octubre 04 de octubre	1. Agenda de Trabajo con citas importantes. 2. Capacitación del destino a un total de más de 120 Actores de la industria de Estados Unidos y Canadá (Tour Operadores, Agentes de Viaje, prensa especializada). 3. Aproximadamente 100 citas de trabajo entre Industria de EstadosUnidos y Canadá con los Tour Operadores ecuatorianos. 4. Presencia de speaker en cada presentación y también una cata de chocolate.
Ciclo de Capacitaciones Francia, Alemania y Holanda	París, Lyon, Marsella, Munich, Frankfurt y Amsterdam	Del 30 de septiembre al 10 de octubre	1. Se organizó y participó en el ciclo de Capacitaciones de Destino Europa 2019, en donde se realizaron presentaciones de destino en las 6 ciudades europeas. 2. Se capacitó un total de 83 tour operadores europeos. 3. La misión comercial se realizó en conjunto con la tour operadora Latin Trails, quienes identificaron empresas potenciales con quienes trabajar a futuro

Capacitaciones Reino Unido	Edimburgo y Birminham	7 y 8 de noviembre	1. Se realizó capacitaciones del destino Quito en las ciudades de Birminham y Edimburgo. 2. Se capacitó un total de 8 empresas con un total de 24 agentes de viajes, operadores y desarrolladores de producto.



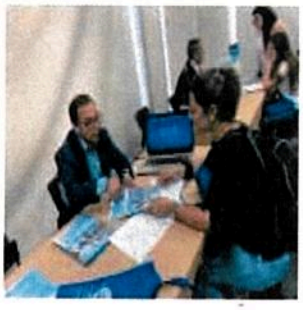










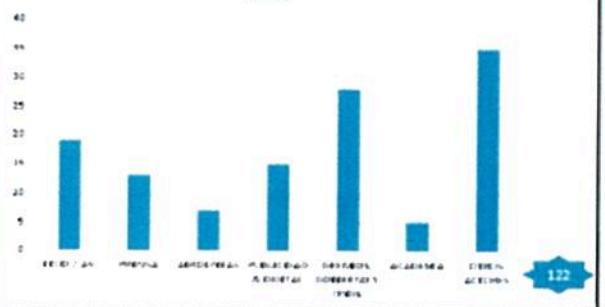


RESULTADOS DE FERIAS Y CAPACITACIONES

De las ferias mencionadas en las que Quito ha participado como destino en lo que va del año, estos son los resultados en los que podemos evidenciar la cantidad de reuniones mantenidas, el tipo de reunión, el retorno de la inversión, las acciones y seguimiento de las reuniones. A continuación presentemos un reporte gráfico en donde podemos observar varios premios que ha ganado el destino como por ejemplo "la mejor app de destino turístico", "Mejor campaña de mercadeo" entre otras.

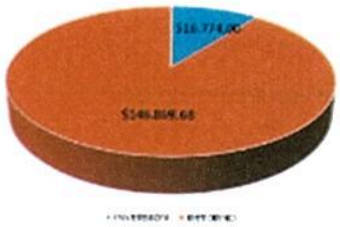
RESULTADOS FITUR 2019 A LA FECHA

CITAS



ACCIÓN	ESTADO	ALCANCE
Press trip "Ruben y el mundo	En ejecución	The Huffington Post, blog de viajes Ruben y El Mundo, y, posts en RS
Publicación Revista Excelencias (España)	OK	Media value de USD 9.600
Publicaciones nacionales	OK	TV, radio y prensa escrita, media value USD 137.209,68
Workshop ProEcuador	OK	Reunión con los Jefes Comerciales de los mercados prioritario para coordinar acciones conjuntas de promoción de la ciudad.
Seguimientos de las citas	OK	Se realizó todos los seguimientos de las citas y envió de información requerida
RMC Radio	Septiembre	Press trip
IDT	En análisis	Renovación del convenio para definir más acciones de promoción conjunta

RETORNO DE LA INVERSIÓN



Inversión= costo del stand+ viáticos+ pasajes + agenda de citas

Retorno= media value internacional + media value nacional

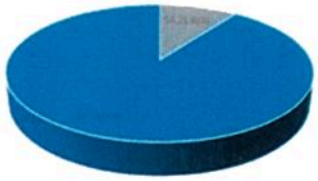


RESULTADOS ANATO Y REMA 2019 A LA FECHA

CITAS



ACCIÓN	ESTADO	ALCANCE
Entrevista con Visión Turística Colombia	OK	Media Value 7500,00 USD
Entrevista en RBS Noticias, la misma que se realizo a través de Extra Colombia a más de 15 ciudades de Colombia.	OK	Media Value 12.000,00 USD
Entrevista en la W Radio de Colombia programada para el domingo 17 de marzo, Toma Semana Santa.	OK	La primera radio más escuchada de Colombia, Media Value: 12000 USD
Press Trip Semana Santa	En Planificación	W Radio, Portafolio
Publicación Semana Santa Avianca Digital	En planificación	Media Value: 5.000,00 USD
Entrevista en Suiam Televisión, Canal digital de Turismo Religioso	OK	Media Value: 500,00 USD
Seguimiento de citas	OK	Se realizó todos los seguimientos de citas y envío de información requerida
IDT Bogotá, promoción de eventos turísticos de cada destino a través de canales de comunicación de las dos entidades	En análisis	Página web y Boletín de IDT Bogotá



Inversión= costo del stand+ viáticos+ pasajes+ agenda de citas

Retorno= media value internacional + media value nacional

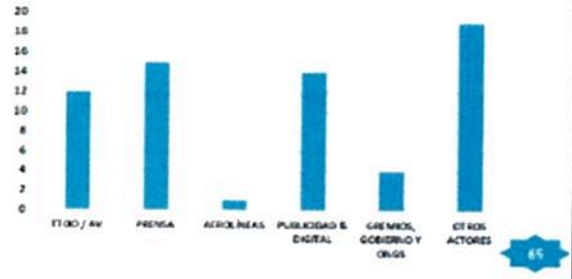
Por cada dólar invertido el retorno hasta el momento es de $9,27 USD





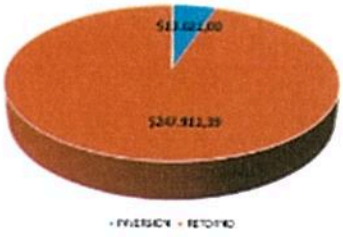
RESULTADOS ITB 2019 A LA FECHA

CITAS



ACCIÓN	ESTADO	ALCANCE
Reunión Vicepresidente del Ecuador y Vicepresidente Grupo Lufthansa	Pendiente	Lufthansa se reunirá con TTOO alemanes para definir fecha de apertura de ruta a Quito.
Magazine 4you	En análisis	Luego de la reunión mantenida en ITB se recibirá la propuesta para varios viajes de prensa de Alemania y Austria, se esta analizando la misma
Seguimientos de las citas	OK	Se realizó todos los seguimientos de las citas y envió de información requerida.
Diamir	Marzo	Reunión y famtrip

RETORNO DE LA INVERSIÓN



Inversión= costo del stand+ viáticos+ pasajes + agenda de citas

Retorno= media value internacional + media value nacional

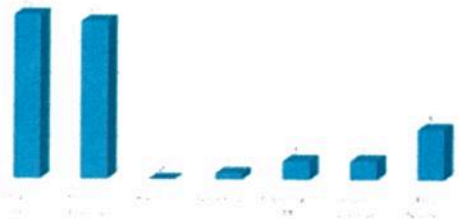
Quito Turismo expone en ITB 2019 su estrategia comercial





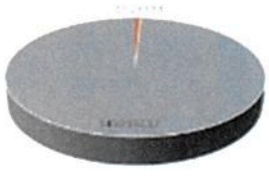
RESULTADOS WTM LATAM 2019 A LA FECHA

WTM Latam



ACCIÓN	ESTADO	ALCANCE
Rueda de Prensa para medios de comunicación presentando el destino junto al MINTUR	OK	45 publicaciones positivas (hasta 07/04/19)
Reunión entre la aerolínea GOL, MINTUR y Quito Turismo	En proceso	Importancia de la conectividad generada por el vuelo de GOL entre San Paulo y Quito, y futuras acciones promocionales en doble dirección, involucrando a ASECUT
Reunion TGI, una de las empresas mayoristas más grandes de Brasil	En Planificación	Presentación del destino a aproximadamente 200 agentes de viajes de San Paulo y Campiñas asociados a TGI en el marco de ABAV
Reunión con Agencur, una empresa con más de 20 años de experiencia.	En análisis	Participación en la edición septiembre de Shopping de Viagens para presentar y divulgar el destino ante los 300 agencias asociadas
Seguimiento de citas	OK	Se realizó todos los seguimientos de citas y envió de información requerida

Retorno de inversión



Inversión= costo del stand+ viáticos+ pasajes + agenda de citas

Retorno= media value internacional + media value nacional

Por cada dólar invertido el retorno hasta el momento es de $137,11 USD al momento

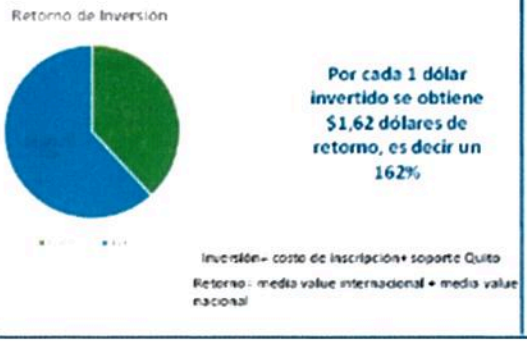




RESULTADOS ENCUENTRO EXPERIENCE LATIN AMERICA



Nº	ACCION	ESTADO	ALCANCE
1	Oportunidad Press Trip Travel Weekly		
2	Oportunidad Press Trip Luxury Travel Blog		
3	Oportunidad Press Trip Wall Street		
4	Oportunidad Press Trip Argos Magazine		
5	Oportunidad Press Trip Travel Mobile		
6	Prueba de Canales y Quito para oferta Air Travel		
	Prueba de Canales y Quito para oferta Travel		
7	Experto		
	Prueba de Canales y Quito para oferta Visa4		
8	Viajes		
	Prueba de Canales y Quito para oferta Tier		
9	Ultimate Travel Company		
10	Campaña Corporativa Operadora Turística TUI		
	Campaña Corporativa Operadora Turística CDR &		
11	X MEN		
12	Campaña de Promoción Digital Travel Bulletin		



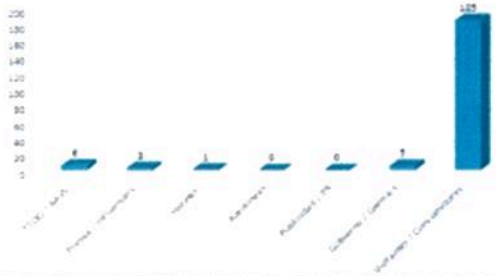
Por cada 1 dólar invertido se obtiene $1,62 dólares de retorno, es decir un 162%

Inversión= costo de inscripción+ soporte Quito

Retorno: media value internacional + media value nacional



RESULTADOS BIRDFAIR A LA FECHA



ACCIÓN	ESTADO	ALCANCE
1. Participación de Quito en la feria especializada de Aves del mundo	OK	Se atendió a más de 200 visitantes entre interesados por las aves, agentes de viajes y medios de comunicación nacional e internac.
2. Presentación de la nueva Reserva de la Biosfera del Chocó Andino ubicada en el noroccidente de Quito.	OK	La estrategia de Quito fue enfocar su presencia en promocionar y posicionar el Chocó Andino como Reserva de la Biósfera y hábitat de las especies de aves más atractivas para los amantes de la naturaleza, esto generó una expectativa interesante entre los visitantes que acudieron a la feria.
3. Se mantuvo una reunion de acercamiento con los periodistas Robert Lambert y Lucy McRobert para un posible press	En enero	Estos dos periodistas son especializados en naturaleza, y viajan por lo general junto a su pequeña hija, el enfoque de este posible viaje sera mostrar a Quito como un destino de naturaleza con actividades para familias, la fecha tentativa del viaje es para el mes de noviembre. La publicación sera para la Revista Birdwatch con un alcance de mas de 50.000 lectores
4. Cita con la periodista Kate MacRae, especialista en aves y vida silvestre, en busca de un posible press trip	En enero	Kate es una periodistas reconocida en el Reino Unido, escribe para medios importantes como la revista Country Life, además cuenta con un web site propio enfocado en vida silvestre, este es unos de los mas

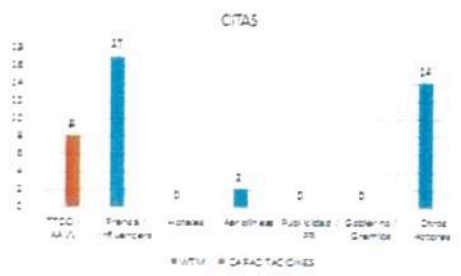


Por cada dólar invertido el retorno hasta el momento es de $51,13 USD al momento

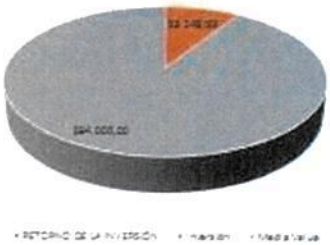




RESULTADOS WTM A LA FECHA



ACCIÓN	ESTADO	ALCANCE
Presentación Quito en Foro de Turismo Creativo	OK	Media Value 10.000,00 USD
Presentación Ruedo de Prensa Quito Turismo - Ministerio de Turismo	OK	Media Value 50000,00 USD
Presentación de Destino en Feria WTM - South Gallery	OK	Media Value $4000
Publicación Quito revista Travel Bulletin	ok	Media Value $5000
Publicación Quito en Net Geo Traveller	En planificación	Media Value $12.000
Seguimiento de citas	OK	Se realiza todo el seguimiento de citas y envío de información requerida



Por cada dólar invertido el retorno hasta el momento es de $10,31 USD al momento



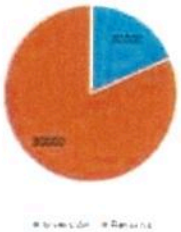


RESULTADOS Roadshow Norteamérica 2019



Acción	Estado	Alcance
Capacitación a actores de Industria	OK	161 actores de la industria
Acuerdo promocional	Aeroméxico Canadá	Se vaa realizar un viaje de familiarización a finales de Octubre
Acuerdo Promocional	Air Canadá	Activación promocional en vuelo inaugural 8 diciembre 2019

Retorno de Inversión



Total Inversión: $20.300,00
Resultados: Campaña con Air Canada Rouge. Media Value de 590,000,00
ROI obtenido hasta el momento es de 4,43%, es decir por cada dólar invertido se obtuvo 4, 43 de retorno

Participación Industria local

CRETER TOURS

PACARI

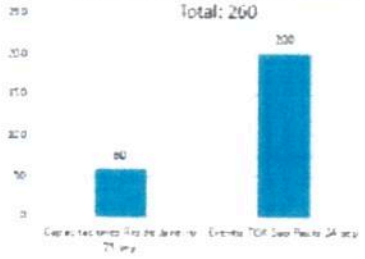
GALACRUISES

GO GALAPAGOS

RESULTADOS Capacitaciones Brasil 2019

Numero de Asistentes capacitados
Total: 260

360



Acción	Estado	Alcance
Agenda de trabajo en Río de Janeiro 23 de septiembre	OK	Agenda de Trabajo con capacitaciones "puerta a puerta"
Agenda de trabajo en Sao Paulo 24 de septiembre	OK	Quito Turismo ofreció 2 capacitaciones a agentes de viajes, los profesionales aprendieron sobre las diferentes opciones de tours, experiencias y atracciones, incluidos actividades extremas, entre otras actividades.

Retorno de Inversión

Retorno de Inversión



Total Inversión. $3.800,00
Resultados. Campaña Cooperada con TGK. Media Value de $18,000,00
ROI obtenido hasta el momento es de 4,74%, es decir por cada dólar invertido se obtuvo 4, 74 de retorno.

Archivo fotográfico



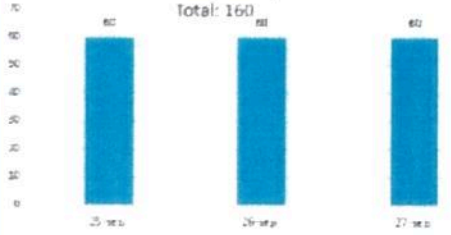




RESULTADOS Feria ABAV 2019

Numero de Asistentes capacitados
Total: 160

160



Acción	Estado	Alcance
Presencia de marca	OK	26 mil asistentes en total durante la feria AVAB El stand de Quito tuvo en promedio 60 visitas por día, es decir aproximadamente 180 personas que se acercaron al stand a consultar sobre el destino. Incluyendo Trade Turístico de relevancia.
Información del destino Quito a los visitantes	OK	

Retorno de Inversión



Total Inversión. $11.750,00
Resultados. Campaña Cooperada con CVC. Media Value de $15,500,00
ROI obtenido hasta el momento es de 1,31%, es decir por cada dólar invertido se obtuvo 1, 32 de retorno.

Participación Industria local y registro fotográfico









RESULTADOS CAPACITACIONES EUROPA 2019

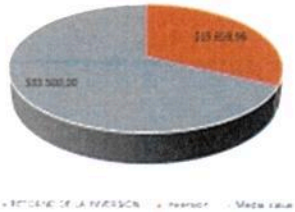
Número de agentes capacitados

83



Acción	Estado	Alcance
Agenda de trabajo en Francia (París, Lyon, Marsella) del 30 de septiembre al 4 de octubre	OK	Quito Turismo ofreció capacitaciones a agentes de viajes, los profesionales aprendieron sobre las diferentes opciones de tours, experiencias y atracciones, incluidas actividades extremas, entre otras actividades.
Agenda de trabajo en Alemania (Munich y Frankfurt)	OK	Agenda de Trabajo con capacitaciones "puerta a puerta"
Agenda de trabajo en Holanda (Ámsterdam)	OK	Quito Turismo ofreció capacitaciones a agentes de viajes, los profesionales aprendieron sobre las diferentes opciones de tours, experiencias y atracciones, incluidas actividades extremas, entre otras actividades.

Retorno de Inversión al momento



Por cada dólar invertido el retorno hasta el momento es de 2,11 USD al momento

Archivo fotográfico



RESULTADOS FETUR 2019

50

Número de personas capacitadas
Total: 50



Acción	Estado	Alcance
Rueda de negocios	OK	5 citas agendadas TTOO internacionales y 5 citas TTOO nacionales
Atención al público	OK	Atención al público, aproximadamente 40 personas capacitadas sobre el destino turístico Quito.

Retorno de Inversión

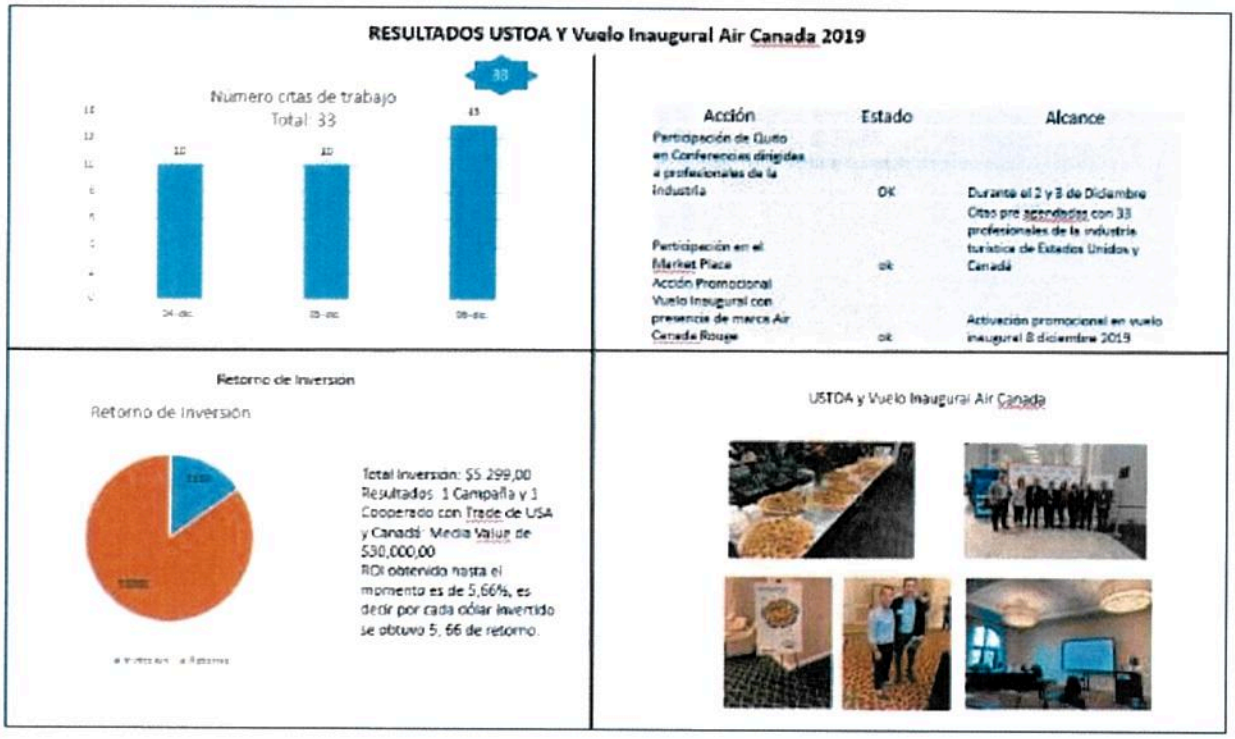
Retorno de Inversión



Total Inversión: $1 410,00
Resultados. A fecha actual (enero 2020), no se ha obtenido un retorno pero se espera realizar un viaje de prensa en 2020 con lo cual se actualizaría este retorno de inversión

Archivo fotográfico





RESUMEN DE RETORNO DE INVERSION	
FERIA / EVENTO	ROI
FITUR	8,75 %
ANATO Y REMA	9,27%
ITB	19%
WTM LATINOAMERICA	137,11%
ELA	162%
BIRDFAIR	51,13%
WTM LONDRES	10,31%
CAPACITACIONES EUROPA	2,11%
ROADSHOW NORTEAMERICA	4,43%
ABAV	1,32%
CAPACITACIONES BRASIL	4,74%
FETUR	0.00%
USTOA	5,66%
PROMEDIO R.O.I	**31,99%** *** Por cada $1.00 invertido en Ferias y Eventos de Promoción de destino, existe un retorno promedio de $31,99.**

2.1.3 RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES

LUGAR	FECHA	PREMIO
FERIA INTERNACIONAL FITUR	Enero, 2019	1. "Best International Film" por el video promocional "Quito your Story" en el marco de la competencia "FITUR film and video" de Landing Madrid;
		2. Premio al ganador en la categoría "mejor aplicación de Guía de Destino" en el marco de los "App Tourism Awards";
		3. Premio "Excelencias Turísticas" para la Plataforma Digital Turística de Quito.
EXPERIENCE LATIN AMERICA	Junio, 2019	LATA ACHIEVEMENT AWARD, Marketing Campaing of the year – Plataforma Digital Turística.
WORLD TRAVEL AWARDS	Julio, 2019	South America's Leading Destination por séptimo año consecutivo.

2.1.4 VIAJES DE PRENSA Y FAMILIARIZACIÓN

De la misma manera, y como parte del plan de promoción del destino, Quito Turismo trabaja de la mano con los principales medios especializados en los diferentes países prioritarios con el fin de atraer los mejores periodistas para que tengan una gran experiencia en Quito y puedan documentar y publicar en sus medios. Quito Turismo hace previamente un estudio de las personas y los medios, asegurando que tengan el mayor alcance posible, la mejor calidad de contenido, logrando así el impacto deseado.

De la misma manera a través de alianzas comerciales con actores de la industria turística se planifican viajes de familiarización de agentes de viaje, directores de productos y demás personalidades del turismo de los diferentes mercados internacionales. Estos son algunos de los resultados de los press y fam trips que se ha trabajado en lo que va del año.

MERCADO NORTEAMÉRICA

Países: Estados Unidos, Canadá y México

Viajes de Familiarización y Prensa				
MERCADO	VIAJE DE PRENSA Y BLOGUEROS	Resultados esperados	VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN	Resultados esperados
ESTADOS UNIDOS	The Jet Set TV	Publicación: Sección del programa dedicado a Quito, el programa salió al aire el 15 de noviembre. Alcance: 109 millones de hogares.	Grupo Harvard	Posicionamiento de destino turístico
	Insider Travel Report	Publicación: Se envió un News letter sobre el viaje incluyendo una entrevista. Alcance: a la base de 85000 TTOO de USA en el mes de septiembre	Dr. Blanck	Posicionamiento de destino turístico
	Travel 2 Latam	Publicación: En septiembre el medio	BID	Posicionamiento de destino turístico

		envió una nota de prensa sobre Quito y sus actividades turísticas. **Alcance:** A más de 80 mil subscriptores		
	Global Passport	Publicación: Programa de tv en marzo o abril 2020. **Alcance**: a 30 millones de hogares y 140 mil seguidores en redes sociales		
CANADÁ	Toronto Sun	**Publicación:** digital e impresa en fecha por confirmar del 2020 en Toronto Sun, Calgary Sun, Ottawa Sun, Edmonton Sun. **Alcance:** Nacional en Canadá con un aproximado de 3 millones de lectores.	Martour	Campaña cooperada, publicación en brochure como destino principal
			Aeromexico sedes Toronto y Vancouver	Conocimiento del destino, posible trabajo en conjunto en BTL 2020
			Prestige Incentives	Conocimiento del destino para posible publicación de producto Ecuador-Quito
MÉXICO	La Crónica	**Publicación:** Se realizó publicación digital e impresa **Alcance:** 76 mil ejemplares diarios del impreso y 3 millones de visitas mensuales en internet	Aerolínea Copa Airlines	Se realizó presentación de destino y productos de la ciudad.
	Milenio	**Publicación:** Una nota digital e impresa. **Alcance:** de 160 mil especies impresas y más de 3 millones de visitas mensuales a la web.	Universal Travel Group	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
	La Reforma	**Publicación:** digital e impresa, además de menciones en redes en el mes de octubre. **Alcance:** Total de 453 mil impactos.	Entorno CIT	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
	Interjet: El Heraldo Inversión Turística El Universal Reportur	**Publicaciones:** digitales sobre el destino, en oportunidad del lanzamiento de la nueva ruta aérea México – Quito. **Alcance:** sumados los 4 medios y redes de Interjet, un aproximado de 4 millones de lectores.		

MERCADO EUROPA

Países: España, Reino Unido Alemania

	Viajes de Familiarización y Prensa			
MERCADO	VIAJE DE PRENSA Y BLOGUEROS	RESULTADOS ESPERADOS	VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN	RESULTADOS ESPERADOS
ESPAÑA	Rubén y El Mundo	Publicación: 2 videos en el su canal de Youtube 1 artículo en Huffington Post 2 artículos en el blog Rubén y El Mundo Alcance: 57.300 suscriptores	Exótica	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
	Revista ICON	Publicación: 2 artículos de 1 página y media en la sección impresa y digital 1 camapaña en redes sociales Alcance:182.644 ejemplares/ 730.576 lectores	Tándem Luxury Travel	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
	Revista Buena Vida	Publicación: 1 artículo en la sección impresa de la revista. Alcance:12.000.000 de vistas		
REINO UNIDO	**BBC Radio**	**Publicación:** 1 programa especial en el Where in the World in Andy 1 publicación en el Blor Trip Reportes **Alcance:** 600.000 radio escuchas del programa 90.000 visitas mensuales en el blog.	H + I ADVENTURES	Conocimiento del destino para posible publicación de producto Ecuador-Quito
	Catholic Herald, Daily Telegraph, The Times	**Publicación:** 1 publicación en el Catholic Herald 1 publicación en Daily Telegraph 1 publicación en The Times **Alcance:** Catholic Herald 21,000 ejemplares / 63.000 lectores Daily Telegraph 363.000 ejemplares / 1'452.000 lectores The Times 417.000 ejemplares / 1'668.000 lectores	Nikky Pybus	Conocimiento del destino para posible publicación de producto Ecuador-Quito
	The Guardian	Publicación: 1 artículo en la sección foodie Traveller	Select Latin America	Parte del Mega fam que busca incentivar la

		1 publireportaje de Ecuador 1 publireportaje de Quito **Alcance:**1'155.000 visualizaciones por mes"		inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
	Sunday Independent	**Publicación:** 1 publicación tanto impresa como digital en el medio. **Alcance:** 95.000 ediciones impresas. 4,5 millones de vistas en la sección digital	Tambo Tour	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
	Reach PLC	**Publicación:** Escribirá un artículo sobre Quito y se replicaría en todas las marcas que el grupo editorial Reach PLC maneja. **Alcance:** 620 millones de ediciones impresas	Myriad Travel	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
	The Scotsman	**Publicación:** artículo sobre Quito en formato impreso y digital. **Alcance:** 138.000 visitantes por día		
	Kate Wildlife	**Publicación:** un artículo para las revistas principales en el Reino Unido, incluidas BBCWildlife magazine, BBC Countryfile magazine, Revista de observación de aves, Saga, Nature's Home (RSPB) y una selección de revistas infantiles, incluidos los Fideicomisos de Vida Silvestre y RSPB **Alcance:** El blog atrae entre 150 y 500 visitas al día, Alcance principalmente Reino Unido, EE. UU. El blog tiene más de 20,000 suscriptores. Y casi 18,000 seguidores en Twitter		
HOLANDA	The Telegraph	**Publicación:** 5 páginas de 1500 palabras a ser	Happiness Travel	Parte del Mega fam que busca incentivar la

		publicadas en febrero o marzo de 2020, **Alcance:** 900.000 visualizaciones		inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
FRANCIA	Ouest France	**Publicación:** 1 artículo en el diario impreso Ouest France **Alcance:** Distribución impresa, 650.000 ejemplares, 2,5 millones de lectores	Routes du Voyage	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
ALEMANIA	Berliner Zeitung	**Publicación:** 1 artículo en el Berliner Zeitung y 1 en el medio X-press, tanto en edición impresa como digital. **Alcance:** 60.000 visualizaciones en Berliner Zeitung y 60.000 visualizaciones en X-press	Allegro Reisen	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
			Rupert Brazil	Parte del Mega fam que busca incentivar la inclusión de nuevos productos en sus paquetes turísticos.
OTROS MERCADOS			KLM (Noruega)	Conocimiento del destino para posible publicación de producto Ecuador-Quito

MERCADO SUDAMÉRICA
Países: Colombia, Argentina, Brasil

Viajes de Familiarización y Prensa				
MERCADO	VIAJE DE PRENSA Y BLOGUEROS		VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN	
COLOMBIA	La República	**Publicación:** Se publicó en octubre un reportaje sobre el viaje, la publicación fue digital e impresa. **Alcance:** 400 mil impresos más 2 millones de lectores digitales.		
	Travesías	**Publicaciones** en redes sociales y programa de tv con capítulo sobre Quito. **Alcance:** 3 millones de hogares.		

BRASIL	Fam / Press Aerolínea Gol Revista GOL de Brasil Folha do Sao Paulo Estado do Sao Paulo Quero viajar Mais 360 meridianos Destinos Imperdiveis Esse Mundo Falando Viagem Melhores Destinoas O Globo Viaje Mais	Publicaciones: digitales, al menos una por parte de los medios participantes del viaje, para promover la ruta Sao Paulo – Quito. Alcance: Nivel nacional en Brasil, un total de 20 millones de lectores.	Soul Traveler	Parte de resultado de la presentación en la Embajada de Ecuador en Sao Paulo.
ARGENTINA	El Perfil	Publicación: escrita para el medio. Alcance: un valor mediático de 5.700 dólares, llegando a 1 millón de lectores.		

RESULTADOS DE VIAJES DE PRENSA, FAMILIARIZACIÓN Y PUBLICACIONES

ACCIÓN	CANTIDAD	INVERSIÓN
PRESS TRIPS	67	$92.107,82
FAM TRIPS	120	$66.191,65
SCOUTING & MICE	11	$20.498,84
NEWSLETTER Y NOTAS DE PRENSA	43	$13.850,00
PUBLICACIONES: 631	MEDIA VALUE: $ 25.762.628,73 (dólares)	ALCANCE: 1`087.386.160 (usuarios únicos)

Mercado	Medio Digital	Medio Impreso	Radio	TV	TOTAL	Alcances (Usuarios Únicos)	Media Value $USD
ESTADOS UNIDOS	68	0	0	0	68	261.265.971	$ 1,431.285,00
CANADÁ	25	0	0	0	25	38.605.379	$ 270.876,00
MÉXICO	139	13	2	1	155	167.064.975	$ 999.050,00
ESPAÑA	114	7	0	1	122	96.403.669	$2.321.787,14
ALEMANIA	25	1	0	1	27	11.376.875	$474.312,00
REINO UNIDO	34	0	0	1	35	267.053.194	$1.617.623,90
FRANCIA	38	1	1	1	41	10.032.925	$ 288.198,00
HOLANDA	19	0	0	1	20	3.191.041	$ 281.613,00
ARGENTINA	44	1	1	0	46	117.436.648	$ 394.738,02
COLOMBIA	28	1	0	0	29	103.191.852	$ 170.421,99
BRASIL	60	3	0	0	63	11.763.631	$ 17.512.723,68
TOTAL	594	27	4	6	631	1`087.386.160	$ 25.762.628,73

2.1.5 MARKETING DE INFLUENCERS

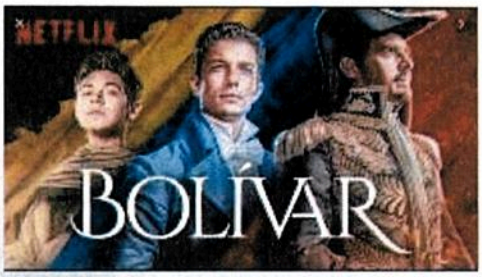
El **marketing de influencers** es una novedosa estrategia de marketing que consiste en lograr una serie de **vínculos de colaboración entre las marcas, las empresas, los destinos** y aquellas personas con una gran visibilidad y protagonismo en internet, televisión o medios de opinión, conocidos como **'influencers'**.
Internet, y sobre todo las redes sociales, han **generado la aparición de una serie de personas**, que en los medios de comunicación tradicionales serían más o menos el equivalente a los famosos o las celebrities, que se han convertido en **referentes para un gran número de usuarios**.
Estos influenciadores se caracterizan por **tener mucho gancho y carisma en el mundo virtual**. Algunos de ellos, como los youtubers, cuentan con canales con millares (y, en algunos casos, hasta millones) de suscriptores y seguidores.

Como parte de la estrategia de posicionamiento del destino Quito, se ha proyectado activar esta tendencia de mercadeo en función de la promoción del destino Quito, por lo que se ha dado inicio a la coordinación del primer viaje de influencer al destino Quito.

INFLUENCER: **JOSÉ RAMÓN BARRETO (Actor Venezolano)**
Protagonista de la Serie Histórica BOLÍVAR que se está transmitiendo en Netflix.
FECHA: 18 – 21 Agosto / 2019
ITINERARIO PROGRAMADO: 4D-3N

PROYECCIÓN DE RESULTADOS PRIMER VIAJE DE INFLUENCER

3 POSTEOS EN INSTAGRAM DE PROMOCIÓN DE DESTINO	ALCANCE DE SEGUIDORES: **TW: 77,868** **IG: 520.000**



INFLUENCER: CHRISTINA CINDRICH (presentadora de Estados Unidos)
Ganadora de 2 Emmys por presentadora y productora de programas turísticos de tv
FECHA: 10 al 14 de Diciembre / 2019
ITINERARIO PROGRAMADO: 5D-4N

Multiples POSTEOS EN INSTAGRAM, FACEBOOK Y TWITTER DE PROMOCIÓN DE DESTINO	ALCANCE DE SEGUIDORES: **TW, Facebook, IG: 140.000**



INFLUENCER: JUAN CARLOS SOLARTE (presentador y actor Colombiano)

FECHA: 21 al 24 de agosto
ITINERARIO PROGRAMADO: 4D-3N

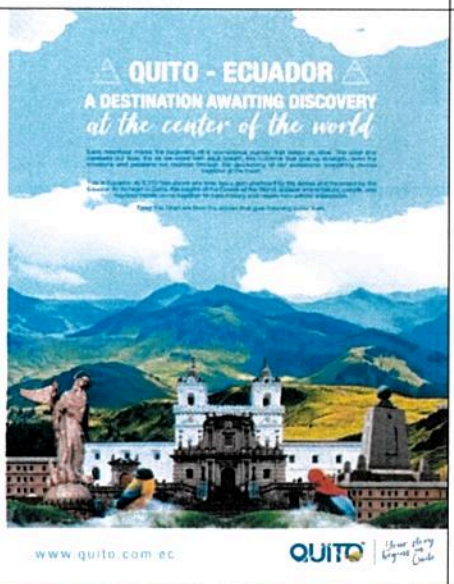
Multiples POSTEOS EN INSTAGRAM, FACEBOOK Y TWITTER DE PROMOCIÓN DE DESTINO	ALCANCE DE SEGUIDORES: **TW, Facebook, IG: 140.000**



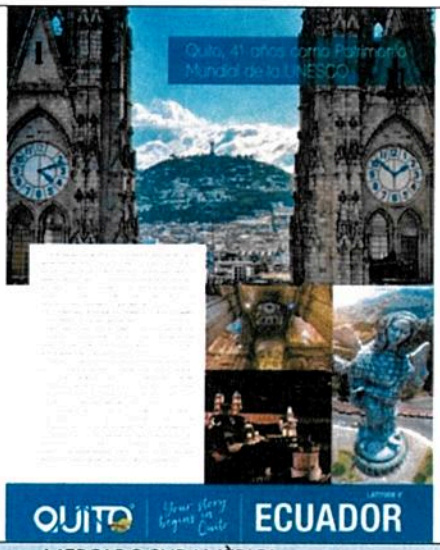
2.1.6 CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DIGITAL

MERCADO NORTEAMÉRICA	
CAMPAÑA	ALCANCE

CAMPAÑA EXPEDIA MERCADO: Estados Unidos		El enfoque está dirigido a una campaña de awarnes y ventas. Compromisos: Campaña de 2 meses y medio dirigido al mercado Estados Unidos: (Desde 2 de Octubre hasta 15 de Diciembre del 2019) Inicio de la campaña: 02 de octubre 2019 Hasta el 15 de diciembre Alcance: Público final. Visitantes en la página web durante el tiempo de la campaña: 20 millones de personas
MERCADO EUROPA		
CAMPAÑA		ALCANCE
1. LATA TRAVEL TRENDS MERCADO: REINO UNIDO Públi-reportaje de Quito en página completa + una página de oferta turística en la versión impresa de la Revista. · Inclusión en versión digital enviada a 28,000 suscriptores · Inclusión en la versión de la aplicación disponible en iTunes y Google		- 116.500 profesionales del comercio de viajes del Reino Unido - 28,000 copias digitales adicionales enviadas a profesionales de viajes - 21.100 seguidores en Twitter - Participantes en el show Experience Latin America (ELA) de LATA
2. GUÍA DE VIAJES PETIT FUTÉ MERCADO: FRANCIA Artículo "Diez Razones para Visitar Quito / Portal web: Home Page, Página "Informations", Sección Actualité, Redes Sociales, Newsletter, Home Page Sección "viajes" MSN.COM		Contenido publicado durante todo el año. 580.00 suscriptores de Newsletters 50'000.000 de páginas vistas al año.
3. TRAVEL BULLETIN MERCADO: REINO UNIDO Entrenamiento de Destino Quito		Cuatro semanas de entrenamiento sobre el destino Quito alojado en la página principal de Travel Bulletin. 1 Alerta del entrenamiento exclusiva a 9400 travel agents por medio de e mail. 1 Alerta del entrenamiento en el newsletter enviado a 17,000 profesionales de la industria Inglesa. 1 Alerta 4 días antes del cierre de la competencia a los 9,400 agentes de viajes

		Promoción del entrenamiento en Travel Bulletin Facebook Page Durante el entrenamiento se colocará la web page de Quito Turismo para que los que entran al concurso se re direccionen a esta página Anuncio de los ganadores en la página de Travel Bulletin
4.NatGeo – REVISTA TRAVELLER		Gestión e publicación de las razones para visitar Quito en la revista impresa y digital Nat Geo Reino Unido, esta publicación saldrá en enero. Alcance: 58.242 impresiones cada mes Lectores: 150.000
5.Mi Nube		1. Generación de una pieza de contenido con tematica propuesta por Quito Turismo. La pieza es adaptada a web mobile. 2. Visibilidad del destino en plataforma minube a traves de : Modulo de homepage, visibilidad en páginas del destino, push notificación app, inclusión de newsletter de inspiración, difusión social media. 3. Visibilidad en Destino en páginas de restaurantes, destinos en secciones de que ver. 4. PUSH NOTIFICACION.- Se enviará una notificación push con

		la lista a los usuarios de la app de minube (ios y Android). 5. E mail Marketing se enviara un newsletter de inspiración a 450.000 viajeros 6. Se realizará posteos en Social media de MINUBE, FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE, INSTAGRAM. Alcance: 1. Notoriedad/Awareness > KPIS: Alcance Unique Users en RRSS > Datos estimados de 500.000 unique users en RRSS y 1.500.000 impresiones en RRSS. 2. Notoriedad/Awarenes ss > KPIS: Tráfico al contenido en unique users, permanencia en la página de contenido, etc... > Datos estimados de 10.000 unique users en la pieza de contenido del cliente y tiempo de permanencia de más de 2 min 3. Cobertura Cualificada > KPIS: tráfico de calidad > Datos estimados de 1.500 clics de calidad a la web del cliente.

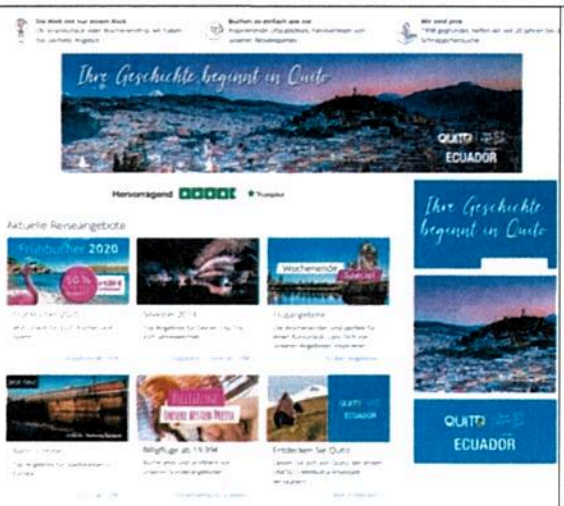
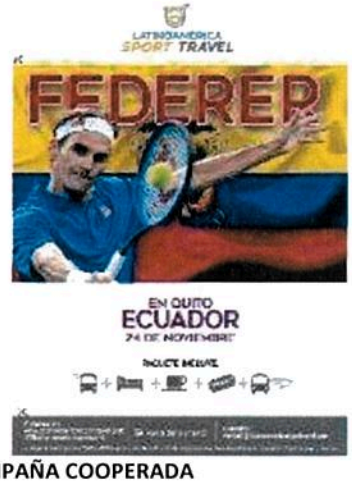
6.UNESCO		Publicación impresa y digital full page de 250 palabras Alcance: Impresa 400.000 Digital 20.000 000

MERCADO SUDAMÈRICA		
CAMPAÑA		ALCANCE
AVIANCA MERCADO: Norteamérica, Sudamérica y Europa Video Promocional de Quito en todas las rutas de Avianca		Campaña Awarnes (inspiracional de destino) 1 Mes (1 - 30 de noviembre) Video Quito 3 minutos 106 destinos 26 países de todo el mundo https://vimeo.com/354043243/7bdabf0e7e Avianca, quiere decir que el video de 3 minutos se va a pasar en los abordajes de los 106 destinos en 26 países que cubre el holding de Avianca: Sudamérica, Caribe, Norteamérica, Europa y Asia.. PÚBLICO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA: + de 3 millones de personas.

2.1.7 CAMPAÑA DE PROMOCIÓN COOPERADA

MERCADO NORTEAMERICA	
CAMPAÑA	**RESULTADOS**

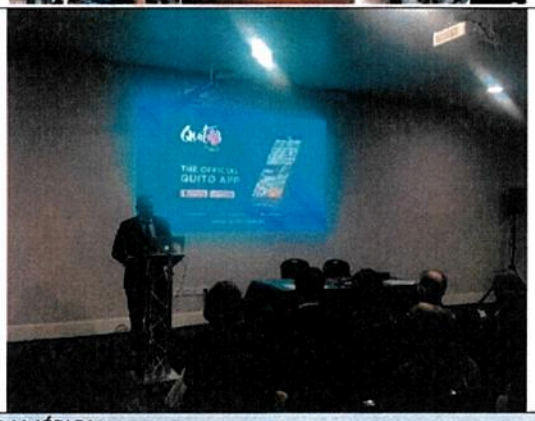
AEROMÉXICO (10 al 16 de junio) **MERCADO: MEXICO** **Pauta en medios online** Ventas con tarifa preferencial Campaña digital redes sociales Banners web Aeroméxico	**238tickets vendidos** Resultados de ventas Quito 2019 POS México hacia Quito Top 3 rutas vendidas. Durante el periodo de la campaña 1. MEX – UIO 67.6% 2. MTY - UIO 6.7% 3. GDL - UIO 4.2%
AIR CANADA (19 Dic al 11 DE FEBRERO) **MERCADO: CANADÁ** **Pauta en medios online** Ventas con tarifa preferencial Campaña digital redes sociales Banners web AIR Canada Envío masivo a público final y trade	*Exposición de marca a través de banners con tarifa en la página principal www.aircanada.com (home page y landing pages en Canadá y USA) con un alcance total de 10,2 millones de impresiones (personas alcanzadas). *Emailing a listas de público en Canadá y USA (Deals of the week) con alcance total de 6,6 millones de recipientes. *Activación de campaña con presupuesto para pago en Google y OTAs partners de Air Canada con el sistema SEM (Search Engine Marketing). *Campaña en redes sociales: Facebook e Instagram para inspirar a la compra. *Activación de campaña B2B através de sistemas de reserva Amadeus, emailing directo y algunas web de las propias travel agencies. *Reporte final de ventas efectivas.
MERCADO EUROPA	
CAMPAÑA	**RESULTADOS**
 **CAMPAÑA COOPERADA** **MERCADO: Argentina, Colombia y Perú**	- Campaña On Line – Logitravel - Micrositio de destino permanente - Campaña de capacitación a agencias Travel Tool. - Camapaña a través de redes sociales de Logitravel - Publicación en Blog de Travel Inspires Alcance: Campaña de 1 mes dirigido al mercado español: (Desde 10 de noviembre hasta 10 de Diciembre del 2019) Público final. Visitantes en la página web durante el tiempo de la campaña: 36.4 millones de impactos

 **CAMPAÑA COOPERADA: Last Minute** **MERCADO: Reino Unido, Alemania**	**REINO UNIDO** 1. Video En La Pagina Web Por 4 Semanas 2. Brandeo De La Pagina De Last Minute Por Tres DIAS CON LOGO DE QUITO, 3. UNA SEMANA DE BANNER PARA QUE ATERRICE EN LA PAGINA DE QUITO TURISMO, 4. INFORMACION EN EL MICROSITE. **ALEMANIA.** 1. VIDEO COLOCADO EN LA PAGINA, por 4 semanas 2. 3 DIAS DE FULL BRANDEO CON LOGO DE QUITO EN PAGINA PRINCIPAL, 3.- BANNER QUE DIRECCIONE A LA PAGINA DE QUITO TURISMO, 4.- INFORMACIÓN EN ALEMAN EN EL MICROSITE DE LAST MINUTE. Alcance: Campaña de 1 mes dirigido a los mercados de Reino Unido y Alemania (noviembre a diciembre) Público final: Viajeros ingleses y alemanes
MERCADO SUDAMÉRICA	
CAMPAÑA	**RESULTADOS**
 **CAMPAÑA COOPERADA** **MERCADO: Argentina, Colombia y Perú**	Campaña Cooperada con Sport travel: Empresa con oficinas en Chile pero con alcance a toda sudamérica. Se trabajó un paquete especial de venta para el Evento de Roger Federer en Quito.
 **CVC Brasil**	Beneficios esperados Campaña personalizada con contenido exclusivo del destino Quito Fuerte presencia del destino Quito en la red de agencias y en los medios socios de CVC Democratización del destino Quito para llegar a todos los segmentos posibles con ofertas pensadas según el perfil del viajero Posibilidad de insertar la campaña en canales de noticias, así como en canales de turismo (cobertura nacional) Balance de ventas del período segundo semestre 2018 vs segundo semestre 2019, a

	fin de identificar el movimiento de ventas del destino Quito Inicio de la campaña: noviembre (segunda y tercera semana)

2.1.8 EVENTOS BTL DE PROMOCIÓN DE DESTINO

MERCADO NORTEAMÉRICA		
"TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE NEW YORK-USA	60 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Usa.	
"TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE CHICAGO-USA	40 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Usa.	
"TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE TORONTO-CANADÁ	30 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Canadá.	
"TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE VANCOUVER-CANADÁ	25 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Canadá.	
MERCADO EUROPA		
SHOWCOOKING "FANESCA QUITEÑA" MADRID-ESPAÑA	35 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de España	

TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE PARÍS - FRANCIA	20 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Francia.	
TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE ÁMSTERDAM - HOLANDA	25 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Holanda.	
TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE LONDRES – REINO UNIDO	20 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Reino Unido.	
MERCADO SUDAMÉRICA		
"TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO" CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE SAO PAULO – BRASIL	35 Personas capacitadas sobre el destino Quito Medios e Industria Turística de Brasil	

2.1.9 ACCIONES PROMOCIONALES CON AEROLÍNEAS

MERCADO NORTEAMÉRICA			
México	Aeroméxico	Junio	Cooperado de publicación de destino Quito-Ecuador en conjunto con la Aerolínea Aeroméxico la cual incluyó publicaciones digitales e impresas así como un resumen de ventas totales.
	Interjet	Noviembre	Activación vuelo Inaugural 10 de Noviembre Viaje de Prensa 5 personas con Interjet del 11 al 14 de Noviembre
Canadá	Aeroméxico (Sede Toronto)	Abril	Viaje de Familiarización – 10 Tour Operadores
	Aeroméxico (sede Vancouver)	Noviembre	Viaje de Familiarización - 5 Tour Operadores
	Air Canada	Diciembre-Enero 2019	Activación presencia de marca y entrega de souvenirs (flyer y chocolates) en vuelo inaugural Air Canada. Campaña promocional Cooperada Diciembre-Febrero.
MERCADO EUROPA			
Reino Unido	KLM	Diciembre	Viaje de Prensa con 4 periodistas de Reino Unido
Holanda	KLM	Octubre	Cooperado de publicación de destino Quito-Ecuador en conjunto con la Aerolínea KLM la cual incluye publicaciones digitales para inspiración del destino.
Francia	AIR FRANCE	Octubre	Cooperado de publicación de destino Quito-Ecuador en conjunto con la Aerolínea Air France la cual incluye publicaciones digitales, esta es una estrategia de promoción del destino aprovechando la apertura de la conectividad entre París y Quito
MERCADO SUDAMÉRICA			
Brasil	GOL	Abril	Viaje de Familiarización – 12 Tour Operadores Viaje de Prensa – 15 medios de Comunicación

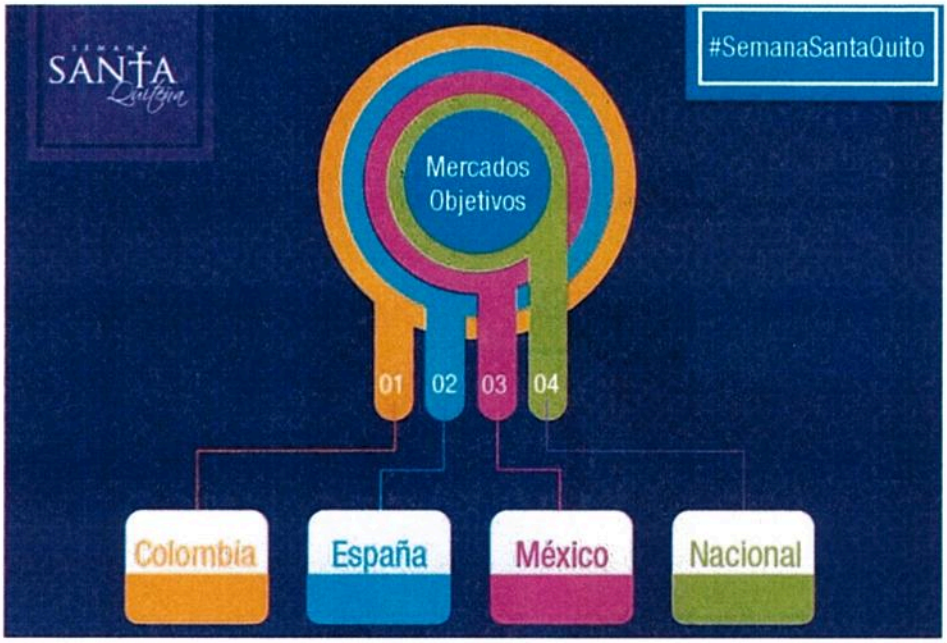
2.2 ACCIONES PROMOCIONALES MERCADO *NACIONAL Y LOCAL*

2.2.1 CAMPAÑAS PROMOCIONALES

2.2.1.1 CAMPAÑA DE PROMOCIÓN SEMANA SANTA

• Dentro de los hitos de la ciudad de Quito está la Semana Santa o Semana Mayor, en la cual se desarrollan eventos religiosos, culturales y gastronómicos, en los cuales Quito Turismo participa activamente en la coordinación de varios de ellos. Por lo que, desde el área de Mercadeo y Desarrollo se diseñó los 5 ejes y actividades entorno a la Semana Santa, así como el plan de comunicación, los cuales se detallan continuación:





ACCIONES:	
1. PRESS TRIP NACIONAL SEMANA SANTA El Espectador (Azogues) El Mercurio (Cuenca) Manavisón (Manta) TeleCuenca (Cuenca) OroMar TV (Manta)	
2. PRESS TRIP INTERNACIONAL SEMANA SANTA The Catholic Herald (UK) The Times (UK) Daily Telegraph (UK) El Universal (CO) Crónica (MX) Milenio (MX)	PRESS TRIP – SEMANA SANTA THE CATHOLIC HERALD, THE TIMES, DAILY TELEGRAPH (REINO UNIDO) 
3. INSERTO DIARIO EL COMERCIO	**CAMPAÑA PROMOCIÓN SEMANA SANTA** **INSERTO - DIARIO EL COMERCIO Y ÚLTIMAS NOTICIAS** 

4. EVENTO BTL "SHOWCOKING FANESCA QUITEÑA" Madrid – España	**EVENTOS BTL INTERNACIONALES DE PROMOCIÓN DE DESTINO** *SHOWCOOKING "FANESCA QUITEÑA" MADRID-ESPAÑA* 

MEDIA VALUE LOCAL Y NACIONAL – SEMANA SANTA

Mercado	Mes	Medio Digital	Medio Impreso	Radio	TV	Lectores	Media Value $USD
Mercado Nacional	Abril	0	1	0	2	15.888	14953,50
TOTAL		0	0	0	2	15.888	$ 14.954

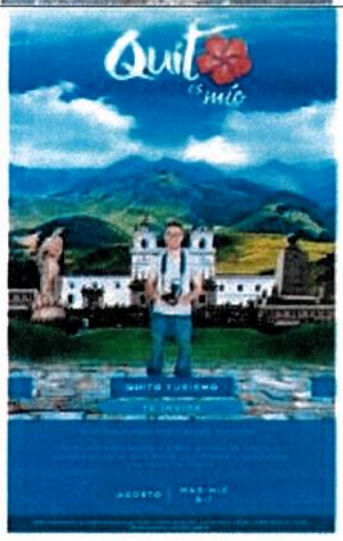
2.2.1.2 CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE VERANO

OBJETIVOS

- **General:** Promocionar las experiencias que ofrece Quito durante el verano.
- **Específicos:**

1. Promover las actividades de verano propuestas por Quito Turismo.
2. Informar la gestión de Quito Turismo.
3. Incentivar al público local a apropiarse de los espacios públicos.
4. Promocionar a Quito como destino nacional en verano.
5. Posicionar a GOUIO como la guía turística oficial de la ciudad.

ACCIONES:	
1. OFERTA TURÍSTICA • Levantamiento de Oferta Turística Segmentada (miradores y terrazas, haciendas, wellness, actividades al aire libre, experiencias, clubes, animales emblemáticos, eventos programados)	**VERANO 2019** **ESTRUCTURACIÓN OFERTA TURÍSTICA** 

2. GESTIÓN DE RUTAS TURÍSTICAS • 8 Rutas de Verano	
3. ACTIVACIONES BTL • Vuela tu Cometa Parque Bicentenario Sábado 4 agosto • Phothobooth Quito Misterio Family Park Centro Comercial El Recreo Sábado 17 agosto	
4. VIAJE DE PRENSA NACIONAL Diario El Comercio, Diario Del Norte El Telégrafo	

5. VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN DE DESTINO AUTORIDADES LOCALES Participación de 70 autoridades locales en el fam de destino Quito, realizado el sábado 3 de agosto.	
6. PÁGINA INTERNA WEB	
7. SECCIÓN VERANO APP	

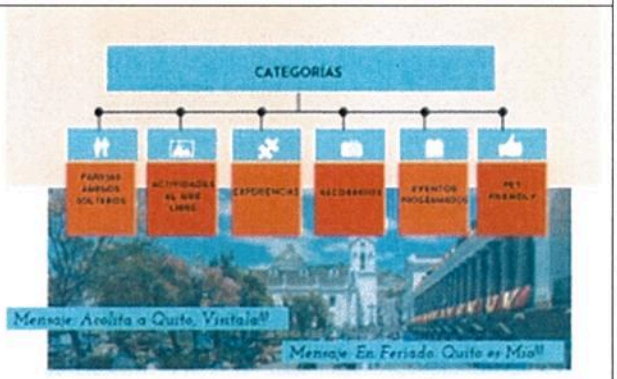
8. VIAJE DE PRENSA REVISTA ICON **REVISTA ICON DE ESPAÑA** **Eusebio Lahoz** **10-16 agosto**	

MEDIA VALUE LOCAL Y NACIONAL – CAMPAÑA VERANO

Mercado	Mes	Medio Digital	Medio Impreso	Radio	TV	Lectores	Media Value $USD
Mercado Nacional	Agosto	0	5	0	0	326.119	16842,75
TOTAL		0	5	0	0	326.119	$ 16.843

2.2.1.3 CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE FINADOS

- Uno de los hitos de ciudad es el feriado de finados, a través del cual se generó la campaña para promocionar todas las actividades, recorridos, oferta, eventos y de esta manera incentivar a que turistas locales y nacionales visiten el destino.

ACCIONES:	
1. OFERTA TURÍSTICA • Levantamiento de oferta turística segmentada por categorías (familias, amigos, solteros; actividades al aire libre; experiencias; recorridos; eventos programados; pet friendly.)	

2. GESTIÓN DE RUTAS TURÍSTICAS • 10 Rutas de Finados	
3. EVENTO " FESTIVAL MÁS ALLÁ DE LA VIDA" • Realizado en el Centro Cultural Metropolitano el 1,2 y 3 de noviembre desde las 16H00 a 21H00. • Concepto: Festival de entrada gratuita para toda la familia donde se dio a conocer más de nuestras tradiciones ancestrales de finados, hubo interacción con personajes típicos del día de difuntos. Una conexión mística con el más allá, entre flores, música y luces, y las tradicionales guaguas de pan y colada morada. Un recorrido mágico y cultural. • Alcance: 7500 asistentes aproximadamente.	   

	 
4. CUÑA RADIAL Se realizó la cuña radial para promocionar el Festival Más Allá de la Vida y toda la agenda de Finados. Se pautó en las provincias de Guayas, Azuay, Manabí.	¿Quieres ayudar a Quito? Ven y visítala este feriado y reactivemos juntos nuestra capital. Te invitamos al Festival "Más Allá de la Vida", este 1, 2 y 3 de noviembre, ven con tu familia y amigos al Centro Cultural Metropolitano, entrada libr! Experimenta una conexión mística con más allá, entre flores, música, luces y las tradicionales guaguas de pan con colada morada. Conoce todas las actividades de finados en www.quito.com.ec y descarga la App Quito es Mío. Visita y acolita a Quito! *Mensaje: Acolita a Quito, Visítala!!!* *Mensaje: En Feriado. Quito es Mío!!!*
5. PÁGINA INTERNA WEB	
6. SECCIÓN FINADOS APP	

	
7. VIAJE DE PRENSA REVISTA EL PERFIL ARGENTINA Mónica Martin 01 – 04 Noviembre	 

MEDIA VALUE LOCAL Y NACIONAL – CAMPAÑA FINADOS

Mercado	Mes	Medio Digital	Medio Impreso	Radio	TV	Lectores/ Audiencia	Media Value $USD
Mercado Nacional	Noviembre	0	3	9	5	3.885.769	433267,05
TOTAL		0	3	9	5	3.885.769	$ 433.267,05



- Es importante mencionar que a través de la campaña Visita y Acolita a Quito, la capital fue uno de los destinos más visitados durante el feriado de finados, cumpliendo con el objetivo principal de atraer más turistas locales y nacionales a la ciudad.

2.2.1.4 CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE TORNEO QUITO MITAD DEL MUNDO, ROGER FEDERER

Como parte de las acciones promocionales de la Dirección de Mercadeo se realizó la campaña promocional del Torneo Quito Mitad del Mundo la cual se realizó entre la personalidad del tenis Roger Federer vs Zverev.

ACCIONES:	
1.OFERTAS EXCLUSIVAS •Levantamiento de oferta exclusiva por el mencionado torneo.	 

2. RECORRIDOS TURÍSTICOS

- 6 Recorridos especiales.



3.PÁGINA INTERNA WEB



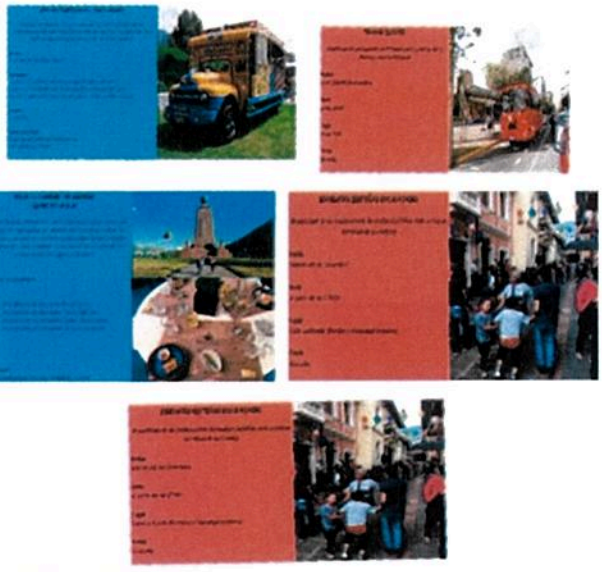
4.SECCIÓN APP	
5.VALLAS PUBLICITARIAS - 4 vallas promocionales en el Aeropuerto Mariscal Sucre	

ALCANCE:



2.2.1.5 CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE FIESTAS DE QUITO

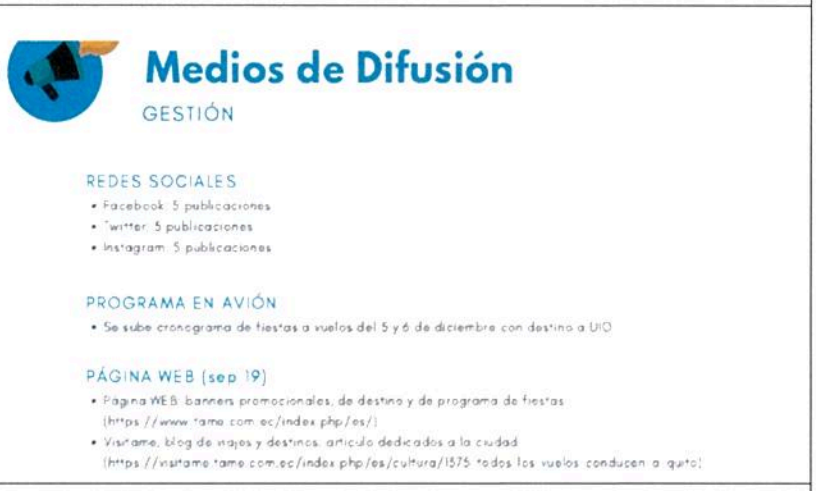
Como parte de las acciones promocionales de Mercadeo se realizó la campaña promocional de Fiestas de Quito.

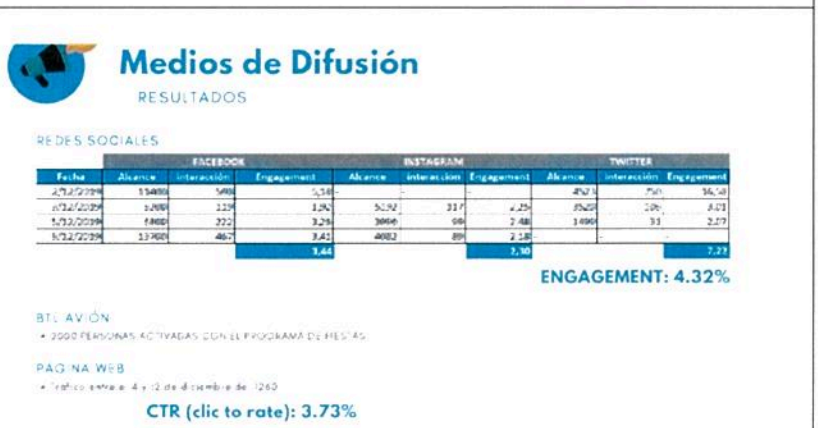
ACCIONES:	
1.OFERTA TURÍSTICA • Levanta miento de oferta turística.	

2. ACTIVACIÓN BTL • Se realizó la activación BTL dentro del Torneo Quito Mitad del Mundo.	    
3.PÁGINA INTERNA WEB	

4.SECCIÓN APP	
6.CAMPAÑA COOPERADA CON TAME	 



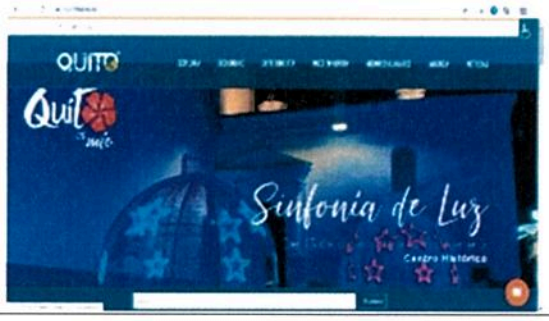




2.2.1.6 CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE NAVIDAD

Como parte de las acciones promocionales de Mercadeo se realizó la campaña promocional de Navidad.

ACCIONES:	
1.OFERTA TURÍSTICA •Levantamiento de oferta turística.	
2. MERCADOS NAVIDEÑOS • Del 12 al 15 de diciembre se realizaron los mercados navideños en la Plaza Cívica Quitumbe y Parque Bicentenario. • Contaron con 38 expositores en cada una de las locaciones. • Ventas Totales Bicentenario $30,227.80 • Ventas Totales Quitumbe $14,809.77 • Alcance: 19.430 personas MERCADOS NAVIDEÑOS	
3.PÁGINA INTERNA WEB	

	 
4.SECCIÓN APP	

MEDIA VALUE LOCAL Y NACIONAL CAMPAÑA NAVIDAD:

Mercado		Mes	Medio Digital	Medio Impreso	Radio	TV	Lectores/ Audiencia	Media Value $USD
Mercado Nacional	Navidad	Diciembre	0	12	9	9	1.524.702	170654,22
TOTAL			0	12	9	9	1.524.702	$ 170.654

2.2.2 ACTIVACIONES BTL

2.2.2.1 ACTIVACIÓN BTL DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

- Quito Turismo lideró una misión de recibimiento a los visitantes nacionales y extranjeros que llegaron al Aeropuerto Mariscal Sucre de la ciudad de Quito el pasado viernes 27 de septiembre del 2019, establecido en todo el mundo como el "Día Internacional del Turismo"



2.2.2.2 ACTIVACIÓN BTL COPA LIBERTADORES DE AMÉRICA LIGA FEMENINA

- Quito Turismo realizó una activación BTL con las 16 delegaciones de liga femenina de fútbol que visitaron la ciudad como parte de la Copa Libertadores de América 2019 este pasado 16,17 y 18 de octubre.



2.2.3 FAM TRIPS

2.2.3.1 FAM TRIP TOUR OPERADORES NACIONALES RUTA " VIAJE AL CENTRO DEL MUNDO CON OLOR A MISKE Y CAFÉ"

- Como parte de las acciones promocionales del Corredor Centro del Mundo se realizó el 28 de octubre el fam trip con 27 tour operadores nacionales para dar a conocer las nuevas experiencias turísticas que se pueden encontrar en este producto.



2.2.3.2 FAM TRIP FEDERACIÓN NACIONAL DE CÁMARAS PROVINCIALES DE TURISMO FENACAPTUR RUTA "IGLESIAS Y MONASTERIOS"

- Como parte de las acciones promocionales de reactivación del Centro Histórico se realizó el 29 de octubre el fam trip con 22 Cámaras Provinciales de Turismo.



2.2.4 OTRAS ACCIONES

2.2.4.1 CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE QUITO TURISMO Y UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

- El pasado 20 de noviembre se realizó la firma del convenio de cooperación interinstitucional con una vigencia de 4 años.






2.3 ACCIONES DE PROMOCIÓN DIGITAL: APP, WEB Y RRSS

SITUACIÓN ACTUAL REDES SOCIALES:

FACEBOOK:
- Seguidores totales: 5,895
- Alcance publicaciones: 446,000 aprox.

INSTAGRAM:
- Seguidores totales: 46,2 k
- Alcance publicaciones: 1'803,000 aprox.

TWITTER
- Seguidores totales: 122 k
- Alcance publicaciones: 822,000 aprox.

2.3.1 CAMPAÑAS DIGITALES EN REDES SOCIALES

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL FINADOS**

Para el feriado del día de difuntos se realizó una campaña digital en la que se promocionó el levantamiento de productos de recorridos y rutas referentes a Difuntos y se creó y llevó a cabo el denominado "Festival Más Allá de la Vida" con el propósito de incentivar que nacionales y locales nos visiten y rescatar las tradiciones ecuatorianas típicas de la fecha. Para la promoción se realizó pauta en Facebook tanto de los artes, video y evento del Festival, como de las rutas. Se creó el hashtag #EnFeriadoQuitoEsMio. Esta fue una solución al perjuicio económico y turístico que se dio con las protestas y el Paro Nacional. Asimismo, la campaña tuvo el propósito de que las personas conozcan y se descarguen el App Quito Es Mío.

MES+AÑA15	FECHA	TEMA	COPY	ARTE	REDES
Octubre	22	Arte Ruta de Leyendas por Finados (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo)	#EnFeriadoQuitoEsMio! La ruta de las leyendas es un recorrido teatralizado en el Centro Histórico, con personajes tradicionales que te contarán las leyendas y costumbres del día de difuntos! Descárgate el App Quito Es Mio o visita www.quitotravel.ec para más información		FB+IG+TW
Octubre	23	Arte El Poder del Adiós (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo)	#EnFeriadoQuitoEsMio! El Poder del Adiós es en recorrido inspirador que espera por ti en el Centro Histórico, donde descubrirás sus museos y curiosidades de finados! Descarga la app #QuitoEsMio y conoce más en: https://quitotravel.ec/vive/en-feriado-quito-es-mio/		FB+IG+TW
Octubre	24	Evento (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo)	Sumérgete en una experiencia del más allá, entre luces, flores y tradiciones ancestrales! Conoce sobre nuestras costumbres de finados en el Festival Más Allá de la Vida! https://quitotravel.ec/vive/en-feriado-quito-es-mio/... o en el App Quito es Mio		FB+IG+TW
		Video (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo)			
Octubre	25	Arte Pahuma (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo)	#EnFeriadoQuitoEsMio! Tenemos planeada una ruta perfecta para ti por Difuntos en Pahuma: Cayoning en la cascada Gallo de la Peña, visita al Museo Carlota Jaramillo y degustación de colada morada con pan de finados. Visita https://quitotravel.ec/event/finados-en-sanpedro-de-puellaro-2/... o descarga el App Quito Es Mio		FB+IG+TW
Octubre	26	Arte día de los Muertos en Tulipe (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo)	#EnFeriadoQuitoEsMio y por eso tenemos algunas actividades preparadas para que nos visites, como es la ruta de Día de Muertos en Tulipe. Más información de esta y otras rutas en http://quitotravel.com o descargando el App Quito Es Mio		FB+IG+TW
Octubre	27	Arte Evento (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo)	Este feriado de difuntos no se pierdan el Festival Más Allá de la Vida. Una experiencia cultural y gastronómica entre luces y tradiciones ancestrales! Para más info visita http://quitotravel.ec #EnFeriadoQuitoEsMio		FB+IG+TW
Octubre	28	Gif Evento	Lo que experimentarás en el Festival Más Allá de la Vida es algo de otro mundo: una celebración de la cosmovisión propia ecuatoriana del día de difuntos y un lugar común para que tu y tus antepasados vivan una fiesta. #EnFeriadoQuitoEsMio Más info en www.quitotravel.ec		FB+IG+TW
Octubre	29	Arte Puellaro (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo	#EnFeriadoQuitoEsMio! Descubre las tradiciones y rituales del día de difuntos en esta parroquia con actividades como la Santa Misa, la proyección de una película y la presentación de grupos de danza y música. Visita http://quitotravel.ec o descarga nuestra App Quito Es Mio.		FB+IG+TW
Octubre	30	Arte evento Rutas Buses	Te esperamos en el Festival Más Allá De La Vida, este 1,2 y 3 de noviembre para que vivas de cerca nuestras tradiciones de finados! Habrá traslados gratuitos hacia y desde el evento en distintos lugares de la ciudad! *Cupos limitados #EnFeriadoQuitoEsMio		FB+IG+TW
Octubre	31	Arte Marianita de Jesús (pautado: $41.5 Inst + $41.5 Promo	Se testigo de la vida de la Santa Marianita de Jesús en La "Ruta de "Marianita": una peregrinación católica en la que visitarás lugares históricos donde meditó, oró y vivió, la primera Santa del Ecuador. ¡No te la pierdas! #EnFeriadoQuitoEsMio Visítanos en http://quito.com.ec		FB+IG+TW
		Arte Evento Video			
Octubre	2	Arte extra Evento	Segundo día del Festival Más Allá de la Vida! Visitamos en el Centro Cultural Metropolitano para una experiencia cultural y mágica de Difuntos! #EnFeriadoQuitoEsMio		FB+IG+TW

Resultados:

- **Facebook (Orgánico + Pauta):**
  - Alcance: 567,175
  - Interacciones: 6,129
- **Instagram (Orgánico):**
  - Alcance: 39,737
  - Reproducciones Stories: 6,185
- **Twitter (Orgánico):**
  - Alcance: 8,218
  - Interacciones: 1,545

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL POKEMON (MICE)** Con el fin de ser uno de los participantes y llegar a ser seleccionados como sede del próximo Pokemon GO 2020, y porque existe una activa comunidad Pokemon en Quito, se realizaron varios artes para promover a la ciudad como posible sede del evento, dando a conocer las razones por las cuales tenemos los espacios adecuados para el propósito.

La campaña se basó en la idea de atrapar pokemones en el Centro del Mundo. El hashtag #EcuadorGo2020 se creó.

Octubre	2	Promo Pokemon	¿Qué podría ser más increíble que atrapar todos los #Pokémon en el #CentroDelMundo? Amaríamos que #Quito sea sede de #NianticLive2020 e invitar a los Maestro Pokémon del mundo a vivir la más fantástica aventura Pokémon! Niantic #EcuadorGo2020 #PokemonGo2020		FB +TW
Octubre	4	Promo Pokemon	Niantic Labs , tenemos todo y más para ser la próxima sede de #NianticLive2020! Estamos listos para atraparlos a todos en el #CentroDelMundo! #EcuadorGo2020 #PokemonGo2020 #PokemonGO		FB +TW
Octubre	25	Reposteo artes/videos de Federer en Quito o Lapenti	Ven y atrapa a tus #Pokemon en el Centro del Mundo #Quito @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW
Octubre	28	Arte de #TorneoMitadDelMundo	Nuestro parque La Carolina #Quito tiene un área de 64 hectáreas, cuántos #Pokemon podrías atrapar? @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW
Noviembre	1	Reposteo artes/videos de Federer en Quito o Lapenti	#Quito, primer patrimonio cultural de la Humanidaduna ciudad donde atraparás a #Pokemons de altura @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW
Noviembre	4	Arte de #TorneoMitadDelMundo	Necesitas tomarte un descanso para seguir con tu misión de atrapar #Pokemons de altura? #Quito pone a tu disposición más de 6000 habitaciones de las mejores cadenas y franquicias hoteleras reconocidas a nivel local y mundial en los alrededores del parque La Carolina @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW
Noviembre	8	Reposteo artes/videos de Federer en Quito o Lapenti	Vive #Quito Vive #Pokemon en la ciudad donde sentirás las 4 estaciones del año en un solo día @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW
Noviembre	19	Arte de #TorneoMitadDelMundo	Con mucha seguridad podrás atrapar tus #Pokemon favoritos en #Quito @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW
Noviembre	22	Reposteo artes/videos de Federer en Quito o Lapenti	Parque La Carolina en #Quito, donde te convertirás en Master atrapando tus #Pokemon y también ganarás muchos fans #Quiteños @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW
Noviembre	28	Arte de #TorneoMitadDelMundo	Nada impedirá que puedas atrapar tus #Pokemon en el parque La Carolina #Quito, la fecha ya está reservada, sólo faltas tú! @ohtellez @NianticLabs @PokemonGoApp @PokemonGoAppLA #NianticLive2020 #EcuadorGo2020		FB +TW

Resultados:

- **Facebook (orgánico):**
  - Alcance: 1,311
  - Interacciones: 92
- **Twitter (orgánico)**
  - Alcance: 13,804
  - Interacciones: 709

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL TORNEO MITAD DEL MUNDO**

El evento deportivo más grande de la historia del Ecuador fue el denominado "Torneo Quito Mitad del Mundo" en el que Roger Federer, mejor jugador de tenis de la historia, y Alexander Zverev, tenista 7º del mundo, jugaron un partido amistoso en el Coliseo Rumiñahui. Por nuestra participación como auspiciantes y para dar a conocer del evento a nivel nacional, local e internacional se realizó una campaña en redes con el hashtag #TorneoQuitoMitadDelMundo. Esta campaña fue pautada en Facebook y orgánica en Instagram y Twitter, con el propósito de dar a conocer este acontecimiento y de promocionar la venta de entradas, recorridos y ofertas que se dieron en torno al evento.

FECHA	TEMA		ARTE	PAUTA	REDES	PAIS
22	Federer + Zverev	Quito se prepara para el #TorneoMitadDelMundo! Todos atentos a la llegada de las estrellas del tenis #RogerFederer y #AlexanderZverev	Repost 	No	FB+IG+TW	Ecu
27	Federer + Zverev	#Quito será el escenario del encuentro de dos grandes del tenis #RogerFederer y #AlexanderZverev y tú podrás ser el principal espectador del #TorneoQuitoMitadDelMundo, compra ya tus entradas en https://www.ticketshow.com.ec/		No	FB+IG+TW	Ecu
29	Federer + Zverev	#Quito ciudad anfitriona del partido de tenis entre leyendas #TorneoMitadDelMundo. Este 24 de noviembre no te pierdas el encuentro más esperado #RogerFederer y #AlexanderZverev	Repost 	No	FB+IG+TW	Ecu
10	Federer + Zverev	¿Listos para el más grande #TorneoMitadDelMundo? En #Quito se viven los mejores eventos deportivos, ven a la capital y disfruta de una experiencia única con los más grandes del tenis #RogerFederer #AlexanderZverev #TuHistori aComienzaEnQuito. Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.		Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
12	Federer + Zverev	Roger Federer y Alexander Zverev se alistan para el #TorneoMitadDelMundo. Prepárate tú también y no te pierdas el encuentro más esperado entre grandes del tenis, adquiere tus entradas y disfruta unos días en #Quito. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.		Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
14	Federer + Zverev	#Hilton es el hotel oficial del #TorneoMitadDelMundo y tiene las mejores promociones para ti, aprovecha y reserva ya tus espacios y sé parte de este gran evento deportivo. #RogerFederer y #AlexanderZverev en #Quito. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.	 	Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
16	Federer + Zverev	#Quito te da bienvenida con las mejores promociones para que disfrutes del evento deportivo más esperado #TorneoMitadDelMundo #RogerFederer #AlexanderZverev #TuHistoriaComienzaEnQuito. Visítanos en http://quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.	 	Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
18	Federer + Zverev	#Quito ha preparado las mejores ofertas turísticas para que disfrutes del #TorneoMitadDelMundo y aproveches recorriendo está hermosa ciudad. #TuHistoriaComienzaEnQuito #RogerFed erer #AlexanderZverev Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.		No*	FB+IG+TW	EC+PE+BR
20	Federer + Zverev	#RogerFederer la estrella del #TorneoMitadDelMundo te espera en #Quito para el encuentro más esperado de Tenis. #TuHistoriaComienzaEnQuito #AlexanderZ verev Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.		Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
21	Federer + Zverev	Faltan 4 días para disfrutar en #Quito el más esperado #TorneoMitadDelMundo. Roger Federer y Alexander Zverev llegan a la capital este 24 de noviembre, no te lo pierdas. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.		Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
22	Federer + Zverev	#Quito vibra de emoción, faltan 3 días para el mejor partido de tenis #AlexanderZverev y #RogerFederer #Torneo MitadDelMundo. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.		No*	FB+IG+TW	EC+PE+BR
23	Federer + Zverev	Falta 1 día para tu mejor experiencia deportiva, el maestro del tenis #RogerFederer y #AlexanderZverev frente a frente en el más esperado #TorneoMitadDelMundo, que no te lo cuenten, ven a vivirlo. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Visítanos en www.quito.com.ec y encuentra ofertas y más información.		Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
24	Federer + Zverev	Llegó el día más esperado en la historia del tenis en el Ecuador! #RogerFeder y #AlexanderZverev juegan de un lado al otro de la línea ecuatorial latitud cero! #torneoquitomitaddelmundo		Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR
25	Federer + Zverev	¡El Torneo Quito Mitad del Mundo fue una experiencia única del #CentroDelMundo y de la historia del tenis en el Ecuador! Thank you Alexander Zverev and Roger Federer, you were beyond amazing, we hope to see you soon!	Repost 	Si ($100) FB	FB+IG+TW	EC+PE+BR

Resultados:

- **Facebook (orgánico + pauta):**
  - Alcance: 130,255
  - Interacciones: 5,152
- **Instagram (orgánico):**
  - Alcance: 51,471
  - Interacciones: 1,807
- **Twitter (orgánica):**

- Alcance: 15,394
- Interacciones: 623

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL FIESTAS DE QUITO**

Nuestras fiestas patronales son uno de los sucesos más tradicionales en la capital en el año, por eso hemos realizado una campaña para promover los evento de la Agenda Oficial de la Secretaria de Cultura y los recorridos y rutas realizados por Quito Turismo, además de las ofertas en torno a las Fiestas de Quito. Asimismo, la campaña tiene el propósito de que las personas conozcan y se descarguen el App Quito Es Mío. La campaña es pautada en Facebook y orgánica en Twitter e Instagram, con el fin de que locales y nacionales participen en los eventos.

MES	FECHA	TEMA	COPY	ARTE	PAUTA	REDES
Noviembre	27	Chivas	¡Experimenta el alma de las Fiestas de Quito en nuestros recorridos gratuitos a bordo de las tan quiteñas Chivas! Ya sea en familia o con amigos, nuestras rutas de Chivas son una experiencia elemental de nuestras fiestas patronales. #QuitoAlegreOtraVez #FiestasDeQuito2019		Si	FB+IG+TW
Noviembre	29	Ofertas Exclusivas	¡Porque queremos consentirte! Descarga la APP #QuitoEsMio y accede a beneficios exclusivos en los más prestigiosos establecimientos de la ciudad. Deja que tu compañero virtual de viaje facilite tu vida. #QuitoGrandeOtraVez		Si	FB+IG+TW
Noviembre	2	Quito Tour Bus	¡Experimenta el alma de las Fiestas de Quito en nuestros recorridos a bordo del @QuitoTourBus ! Ya sea en familia o con amigos, disfruta de una experiencia elemental de nuestras fiestas #QuitoAlegreOtraVez #FiestasDeQuito2019		si	FB+IG+TW
Diciembre	3	Tranvía	ELIMINADO		si	FB+IG+TW
Diciembre	4	Muros	Celebra las #FiestasDeQuito2019 con sus leyendas y tradiciones, disfruta una noche única de cuentos narrados e ilustrados en el Centro Histórico.		si	FB+IG+TW
Diciembre	5	Serenatas en la Ronda	PROBLEMA DE FACEBOOK		si	FB+IG+TW

Resultados:

- **Facebook (Orgánico + Pauta):**
  - Alcance: 55,464
  - Interacciones: 2,123
- **Instagram (Orgánico):**
  - Alcance: 8,688
  - Interacciones: 279
- **Twitter (Orgánico):**
  - Alcance: 4,694

- Interacciones: 161

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL MERCADOS NAVIDEÑOS**

Con el propósito de crear productos nuevos en la capital, se realizaron los Mercados Navideños en el norte y sur de Quito. Estos Mercados serán un hito de las festividades en la ciudad y promueven el comercio además de aportar como actividad para locales y nacionales. También se busca la promoción de los mismos en mercados internacionales, para dar a conocer al mundo sobre las maravillas que suceden en Quito. Por lo mismo se realizó una campaña digital para la promoción de los Mercados Navideños, con pauta en Facebook, Twitter e Instagram con el hashtag #MercadosNavideñosQuito cuyos artes animados tienen el logo, expositores y actividades de los mismos.

MES	FECHA	TEMA	COPY	ARTE	PAUTA FB
Diciembre	5	Mercados	El espíritu navideño contagia a #Quito, del 12 al 15 de diciembre visítanos y disfruta de los mejores #MercadosNavideños #TuHistoriaComienzaEnQuito, Entérate de más en www.quito.com.ec		$ 40,00
Diciembre	9	Gastronomia	Navidad es compartir y disfrutar con los que más amas, #Quito te invita a degustar lo mejor de la gastronomía ecuatoriana en los mercados navideños. Del 12 al 15 de diciembre celebra estas fechas en familia. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Más información en www.quito.com.ec		$ 140,00
Diciembre	10	COROS	¡Disfruta de los más bellos coros de Navidad en los #MercadosNavideños del 12 al 15 diciembre, la entrada es gratis! #TuHistoriaComienzaEnQuito. Entérate de más en www.quito.com.ec		$ 140,00
Diciembre	11	Mercados	#Quito abre sus puertas a los #MercadosNavideños. Del 12 al 15 de diciembre. Ven al único lugar donde la magia de la navidad se hace realidad. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Conoce más en www.quito.com.ec		$ 200,00
Diciembre	12	DULCES	Vamos a los #MercadosNavideños, un mágico lugar donde encontrarás artesanía, cultura, gastronomía, dulces y más. Disfrutemos estas festividades en #Quito #TuHistoriaComienzaEnQuito. Entérate de más en www.quito.com.ec		$ 200,00
Diciembre	13	Arte	Navidad es magia, fantasía y felicidad. Visita los #MercadosNavideños y conoce al verdadero #PapáNoel, diviértete en familia. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Entérate más en www.quito.com.ec		$ 140,00
Diciembre	14	Mercados	#Quito vive el espíritu navideño y te transporta a un mundo de fantasías. Visita los #MercadosNavideños, disfruta de coros, artesanía, cultura, gastronomía y todo lo que puedas imaginar para esta navidad porque #TuHistoriaComienzaEnQuito. Más en www.quito.com.ec		$ 140,00
Diciembre	15	REGALOS	#Quito vive el espíritu de la navidad, no dejes de visitar hoy último día los #MercadosNavideños donde encontrarás los regalos ideales para estas festividades y muchas sorpresas más. Ven y disfruta de este fantástico lugar. #TuHistoriaComienzaEnQuito. Más en www.quito.com.ec		NO

Resultados:

- **Facebook (Orgánico + Pauta):**
  - Alcance: 162,402
  - Interacciones: 7,523
- **Instagram (Orgánico):**
  - Alcance: 18,437
  - Interacciones: 216
- **Twitter (Orgánico):**
  - Alcance: 7,987
  - Interacciones: 178

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL PARQUE ARQUEOLÓGICO Y ECOLÓGICO RUMIPAMBA Y MUSEO DE SITIO LA FLORIDA**

Tanto el Parque Arqueológico y Ecológico Rumipamba como el Museo de Sitio La Florida son lugares que rescatan lo ancestral para dar a conocer las culturas preincaicas y precolombinas de las que procedemos y con la que se empezó a escribir la historia de la ciudad de Quito. El propósito de la campaña es el de

educar sobre lugares como éstos que son de gran valor cultural e histórico e instaurar curiosidad sobre el tema y los lugares para que la gente los visite.

MES	FECHA	TEMA	COPY	ARTE	REDES
Noviembre	8	Cultura Quitu	Conoce más sobre nuestras raíces de la cultura Quitu en el Parque Arqueológico Y Ecológico Rumipamba y en el Museo de Sitio La Florida, donde se mantienen vivos la cultura y tradiciones de nuestros antepasados. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Noviembre	20	Ancestros Aborígenes	El Museo de Sitio La Florida y el Parque Arqueológico Y Ecológico Rumipamba te invitan a revivir nuestra memoria aborigen ancestral, en un encuentro arqueológico único. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Noviembre	28	Historia Precolombina	De donde venimos puede decirnos mucho de a donde vamos. Conoce nuestra historia ancestral precolombina en el Museo de Sitio La Florida y en el Parque Ecologico y Arqueologico Rumipamba. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW

Resultados:

- **Facebook (Orgánico):**
  - Alcance: 356
  - Interacciones: 5
- **Instagram (Orgánico):**
  - Alcance: 4,644
  - Interacciones: 111
- **Twitter (Orgánico):**
  - Alcance: 2,959
  - Interacciones: 60

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL ICCA (MICE)**

Parte de la estrategia de MICE fue la participación en eventos como fue la reunión de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA WORLD 2019. Esta, más que una campaña, fue el diseño de artes y su publicación para dar a conocer a locales, nacionales e internacionales sobre la presencia del área de MICE de Quito Turismo en la reunión y el importante trabajo que se realiza para traer eventos internacionales a la capital y darnos a conocer en el mundo como un destino ideal de reuniones y congresos.

MES	FECHA	TEMA	COPY	ARTE	REDES
Octubre	27	Arte Itchimbia	La Industria de Reuniones es fundamental para #Quito, por ello, del 27 al 30 de Octubre estaremos presentes en el reunión de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA). #TuHistoriaComienzaEnQuito #meetingindustry, #meetingsmeansbusiness #eventprofs #meetingsprofs # meetingdesign		FB+TWITTER
		Arte Panecillo	#Quito has extraordinary venues, products and services for all types of events, which is why we plan to attend the ICCA's International Congress in Houston, Texas.#QuitoCongresses #MeetingTourism #CongressTo urism #YourStoryBeginsInQuito		FB+TWITTER
		Arte ICCA	¡#Quito vuelve con fuerza! El Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad presente en el Congreso de #ICCAWorld en Houston, Texas. @ICCAWorld #ICCAFriends #meetingdesign #meetinQuito #QuitoCongresos #TurismoDeReuniones #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+TWITTER
		Arte Norma	#Quito, considered as one of the most beautiful historic cities in Latin America, offers unique spaces, such as monasteries, convents, museums, internal courtyards and squares, as stages for events. There is an extraordinary variety of venues, products and services for all kinds of events. We invite you to discover #Quito for yourself at the ICCA's International Congress in Houston, Texas. #QuitoCongresses #meetinquito #Quitomeetingsboard # MeetingTourism #YourStoryBeginsInQuito #meetingind ustry #meetingsmeansbusiness #eventprofs#meetingspr ofs #meetingdesign		FB+TWITTER
		Arte congreso	#Quito, considered as one of the most beautiful historic cities in Latin America, offers unique spaces, such as monasteries, convents, museums, internal courtyards and squares, as stages for events. There is an extraordinary variety of venues, products and services for all kinds of events. We invite you to discover #Quito for yourself at the ICCA's International Congress in Houston, Texas. #QuitoCongresses #meetinquito #Quitomeetingsboard #MeetingTourism #YourStoryBeginsInQuito #meetingindustry #meetingsmeansbusiness #eventprofs #meetingsprofs #meetingdesign		FB+TWITTER
Octubre	29	Arte Coffee Break	#Quito is in ICCA Congress and the coffee break is ready!!! Thank you @ICCAworld #ICCA #Mettings #YourStoryBegginsInQuito		FB+TWITTER
Octubre	30	Repost	Repost ganadores del FAM Trip + respuesta al posteo original		TWITTER
		Arte final	Today we conclude #Quito's participation in the @ICCAworld 2019 meeting in Houston, Texas. We have relaunched #Quito to continue to be the best event venue in South America. #QuitoCongresses #MeetingTourism #YourStoryBeginsInQuito #ICCAWorld 2019 Congress #ICCAFriends #meetinquito #meetingdesign		FB+TWITTER
		Arte chiso MICE	Thanks to #ICCAworld for its support in relaunching Quito as the best event venue in South America! #Quito and the mice team invite you to get to know the #MiddleOfTheWorld and contribute to the first city to be declared a World Heritage Site! #meetinquito ICCAWorld		FB+TWITTER

Resultados:

- **Facebook (Orgánico):**
  - Alcance: 285
  - Interacciones: 30
- **Instagram (Orgánico):**
  - Alcance: 30,785
  - Interacciones: 665
- **Twitter (Orgánico):**
  - Alcance: 6,185
  - Interacciones: 118

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL CAPITAL DEL CHOCOLATE**

Para cerrar el año, y empezar el siguiente, esta campaña busca dar a conocer que Quito es la Capital Mundial del Chocolate, promoviendo *fun facts* sobre el mejor chocolate del mundo.

MES	FECHA	TEMA	COPY	ARTE	REDES
Diciembre	26	Capital del chocolate	Only in #Quito you can enjoy chocolate with rose petals, grape, cherry, fig, lemongrass, blueberry, coffee ... and many more. #QuitoCapitalMundialDelChocolate #TuHistoriaComienzaEnQuito #CacaoFinoDeAroma #chocolate #delicioso #travel		FB+IG+TW
Diciembre	23	Capital del chocolate	On your next visit to #Quito take a class with our chocolate masters and enjoy making desserts with the best fine aroma cocoa in the world. #QuitoCapitalMundialDelChocolate #TuHistoriaComienzaEnQuito #CacaoFinoDeAroma #chocolate #delicioso #travel		FB+IG+TW
Diciembre	18	Capital del chocolate	Come to #Quito and enjoy the process of making chocolate! Get into the kitchen and live an extraordinary experience of gastronomic tourism with us. #QuitoCapitalMundialDelChocolate #TuHistoriaComienzaEnQuito #CacaoFinoDeAroma #chocolate #delicioso #travel		FB+IG+TW
Diciembre	16	Capital del chocolate	Would you like to try the best chocolate in the world? On your next visit to #Quito you will find a wide variety of chocolates, simply delicious. #QuitoCapitalMundialDelChocolate #TuHistoriaComienzaEnQuito #CacaoFinoDeAroma #chocolate #delicioso #travel		FB+IG+TW
Diciembre	11	Capital del chocolate	At the beginning of the 20th century, Ecuador established itself as one of the main cocoa exporters on the planet. Today, it produces about 60 percent of the world's finest chocolate. #QuitoCapitalMundialDelChocolate #TuHistoriaComienzaEnQuito #CacaoFinoDeAroma #chocolate #delicioso #travel		FB+IG+TW
Diciembre	9	Capital del chocolate	El cacao es una exquisita fruta tropical, contribución de América para el mundo. Con él, Ecuador produce uno de los mejores chocolates del planeta. #QuitoCapitalMundialDelChocolate #TuHistoriaComienzaEnQuito #CacaoFinoDeAroma #chocolate #delicioso #travel		FB+IG+TW

Resultados:

- **Facebook (Orgánico):**
  - Alcance: 246
  - Interacciones: 13
- **Instagram (Orgánico):**
  - Alcance: 27,956
  - Interacciones: 695
- **Twitter (Orgánico):**
  - Alcance: 3,347
  - Interacciones: 81

- **CAMPAÑA PROMOCIONAL DIGITAL TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO**

Es una campaña que se ha dado durante todo el año promoviendo paisajes, curiosidades, cultura, gastronomía, aventura y más de la ciudad, con la idea de atacar mercado nacional e internacional e invitar a que nuevas historias se escriban en Quito con el hashtag #TuHistoriaComienzaEnQuito. Los posteos son en inglés y español para atacar a todos los mercados. En octubre y noviembre se cambió la forma de los artes y se eliminó plantillas. A continuación un ejemplo de la planeación mensual, noviembre, sin pauta, y de los resultados.

MES	FECHA	COPY	ARTE	REDES
Diciembre	1	¿Sabías que el Condor Andino es una de las aves más grandes y longevas de la Tierra? Además, es conocida por ser un símbolo de poder, salud y libertad para la población de la región Andina. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Diciembre	3	Si eres un amante del arte, deberías visitar la Fundación Guayasamín en Quito, una organización sin fines de lucro creada en 1976 por el Maestro Oswaldo Guayasamín, quién es considerado el más grande artista plástico ecuatoriano del siglo XX. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Diciembre	6	The Craft Beer Museum is a must for those who considered themselves beer lovers since in this popular place they could discover first-hand the history of this drink, as well as taste one of the greatest gastronomic treasures of the Ecuadorian capital. #YourStoryBeginsInQuito		FB+IG+TW
Diciembre	6	Si por algo es conocido Quito es por su gran número de spas, los cuales se encuentran distribuidos a lo largo y ancho de la ciudad con el objetivo de brindar a sus visitantes la mayor paz, relajación y tranquilidad existentes. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Diciembre	10	La Casa del Alabado, una de las más antiguas de la ciudad de Quito, es un pequeño museo ubicado en el Centro Histórico de Quito, dedicado al arte precolombino ¡Visítalo! #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Diciembre	10	¡Quito esta entre los 50 mejores lugares del mundo para visitar en 2020! Les invitamos a leer este increíble artículo de @TravelAndLeisure #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Diciembre	13	Considered by science and botany as a fruit native to the orchards of the Ecuadorian capital, Rubus glaucus or Mora de Quito has been categorized for its quality and taste, the best in the world. Come and try it! #YourStoryBeginsInQuito		FB+IG+TW
Diciembre	15	La Navidad en Quito se vive de una forma única. Por ello, multitud de centros comerciales de la capital ecuatoriana adornan sus espacios con figuras navideñas tan famosas como Papá Noel, sus adorables renos o los divertidos cascanueces. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Diciembre	20	El día de Navidad se acerca y que mejor plan que recorrer Quito en busca de los famosos pesebres que adornan la capital ecuatoriana con motivo del nacimiento de Jesucristo hace 2019 años. #TuHistoriaComienzaEnQuito		FB+IG+TW
Diciembre	21	The emblematic blue Quito sky is the backdrop for the largest neo-Gothic architectural building in the city, our beautiful Basílica del Voto Nacional.		FB+IG+TW

Resultados:

- **Facebook (Orgánico):**
  - Alcance: 3,339
  - Interacciones: 185
- **Instagram (Orgánico):**
  - Alcance: 107,962
  - Interacciones: 4,308
- **Twitter (Orgánico):**
  - Alcance: 13,696
  - Interacciones: 332

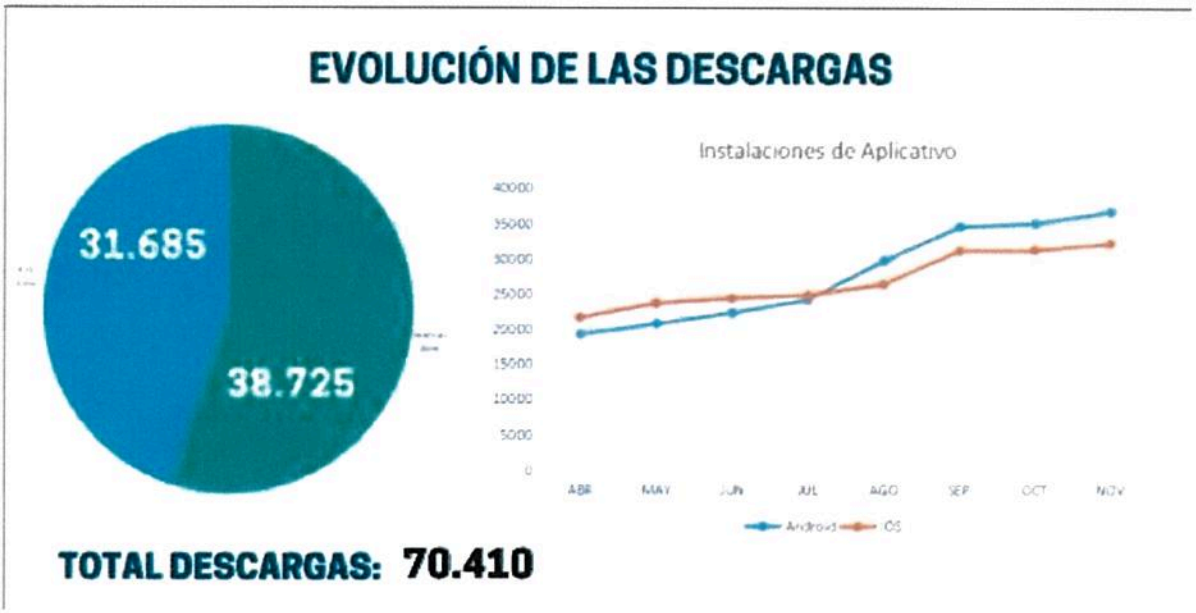
2.3.2 APLICACIÓN TURÍSTICA DE CIUDAD "QUITO ES MIO"

RESULTADOS IMPRESIONES Y DESCARGAS APP

Ejecución de campañas de promoción del destino que al mismo tiempo promocionan la descarga del app Quito Es Mío, desarrollando líneas gráficas de esta herramienta para redes sociales, cuyo resultado es doble tanto por que promociona a eventos y rutas destacados como la utilización del app para conocerlos.

Se generó de 1'850,509 impresiones de anuncios con un alcance de 936,137m y un total de 70,410 descargas en el año.

Las campañas que promovieron la descarga del app en redes sociales fueron especialmente la del Feriado de Difuntos y la de Fiestas de Quito, además de la elaboración de un video promocional que estuvo pautado durante 2 semanas.



CAMBIO DE NOMBRE Y NUEVAS FUNCIONALIDADES

Se realizó un video promocional de la App para incentivar la descarga de la misma, el cual se pautó en redes sociales para mayor alcance. Este muestra las nuevas funcionalidades del App y da a conocer el cambio de nombre de GO UIO a Quito Es Mío que se realizó en el mes de agosto.



RESULTADOS:

FACEBOOK
- Alcance: 81,044 (pauta)
- Reproducciones: 53,013 (pauta)

INSTAGRAM
- Alcance: 1,784
- Interacciones: 25
- Reproducciones: 316

2.4OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES DE DESTINO

2.4.1 PLAN DE PROMOCIÓN CORREDOR CENTRO DEL MUNDO

PERFIL DE MERCADO OBJETIVO MITAD DEL MUNDO	
Mitad del Mundo como producto diferencial de Quito	Uno de los atractivos icónicos que Quito tiene dentro de su oferta es La Mitad del Mundo, comprendiendo así no al monumento sino al producto como tal que se desarrolla alrededor de la ubicación geográfica en la cual Quito se emplaza, este es el principal eje diferenciador del destino, y mediante el cual se debería apalancar la promoción de Quito, conjuntamente con el tesoro que es el Centro Histórico.
MITAD DEL MUNDO EN EL PLAN ESTRATÉGICO	
Visión de Turismo:	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 0º 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

Propuesta Única de Valor y Posicionamiento del destino Quito:	Beneficio Principal, Diferenciación, Imagen: Mitad del Mundo
Marco estratégico de productos turísticos Estrategia de productos turísticos para el Destino Quito	Existen 5 grupos divididos por prioridades, siendo el prioritario el grupo 1 en donde se menciona la Mitad del Mundo dentro del Producto Cultural: Grupo 1: Potenciar el producto cultural en general, con los que ahora son competitivos (visitas tradicionales actuales a Centro Histórico y Mitad del Mundo).
LA MITAD DEL MUNDO SEGÚN QUITO EN CIFRAS (SITT QUITO TURISMO)	
Total llegada de turistas a Quito en 2018	692.492
Sitios más visitados del distrito metropolitano de Quito	Mitad del Mundo 86%, Centro Histórico 67%, Teleférico 12%, La Mariscal 12%, El Panecillo 11%, La Ronda 9%, Iglesias 11%
MITAD DEL MUNDO en Estudio / Encuesta previo a nueva Marca (400 TTOO internacionales, y 1070 turistas internacionales)	
Motivación Principal para visitar Quito	Turismo 55,5%, Negocios 17.8%, Visita a Familiares y amigos el 11.3%
Razones para escoger promocionar Quito como destino	Por su Patrimonio y **Cultura 36%**, Naturaleza 27.9%
Asociación de atractivos con Quito	Centro Histórico 22.3%, **Mitad del Mundo 17.1%,** Virgen del Panecillo 13,2%
Qué recomiendan hacer o visitar en Quito?	Centro Histórico 21.7%, **Mitad del Mundo 16.1%**, Teleférico 15%
Mejores Experiencias Recordadas	Centro Histórico 21.2%, Visitar el Teleférico 10.9%, **Mitad del Mundo 6%**
Ventajas únicas de Quito sobre otros destinos visitados	Naturaleza 16.6%, Clima 11.4%, Amabilidad de la gente 8.8%, Cultura, patrimonio, centro histórico 7.7%, Seguridad 5.4%, Cercaj de otros destinos turísticos 3.6%, Ciudad Moderna 3.4%, Diversidad de lugares turísticos/parques 2.9%, Ciudad ordenada y limpia 2.9%, **Ubicación Geográfica 2.5%**
Quito en una palabra	Montañas 24%, Naturaleza 7.4%, Cultura y tradiciones 6.8%, Belleza maravillosa 5.9%, Altura, clima, cielo azul 5.7%, amabilidad de la gente 5.2%, El Panecillo 4.9%, **Mitad del Mundo 4.5%**
INTERESES DE VIAJE TURISTA NACIONAL (Turismo Cultural)	
Ecuador	Turismo Cultural

INTERESES DE VIAJE TURISTA INTERNACIONAL	
Alemania **España** **Reino Unido** **Francia** **Holanda** **Estados Unidos** **Canadá** **México** **Colombia** **Argentina** **Brasil**	Turismo Cultural Turismo Experiencia e Historias Locales Turismo Gastronómico
GASTO PROMEDIO	Gasto Medio Diario: $101.83 Gasto Medio Total: $ 602,84
ESTADÍA PROMEDIO	Estadía Media Hotelera en DMQ (noches) = 1,57 Estadía Media en Ciudad (días) = 5,92 Estadía Media en Mitad del Mundo (días) = 1
FUENTES BIBLIOGRAFICAS	Perfiles de Mercado Internacionales 2019 Perfil de Mercado Nacional 2019 Plan Estratégico de Promoción Turística de Quito 2021 Quito en Cifras SITT Encuesta Previa Nueva Marca

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y CANALES DE DIFUSIÓN CORREDOR CENTRO DEL MUNDO	
SEGMENTACIÓN INTERNACIONAL	TRADE INTERNACIONAL - *Participar en ferias, workshops, capacitaciones para los mercados de Norteamérica, Europa y Sudamérica.* - *Realizar acuerdos para promoción en mercado Norteamérica, Europa y Sudamérica* - *Realización de Eventos BTL para el Trade y Prensa Internacional* - Viajes de Familiarización PRENSA INTERNACIONAL - *Viajes de Prensa* - *Notas de Prensa y Newsletters* CONSUMIDOR FINAL - *Promoción de la ciudad a través de la Plataforma Digital*
SEGMENTACIÓN NACIONAL	TRADE NACIONAL - Realizar acuerdos con tour operadores locales. - Viajes de Familiarización - Campaña de posicionamiento de destino a través de eventos o activaciones BTL

	PRENSA NACIONAL - Viajes de Prensa Nacional CONSUMIDOR FINAL - Promoción de la ciudad a través de la Plataforma Digital - Promoción de la ciudad en otros medios.
PROMOCIÓN DIGITAL	- Creación de Contenidos - Cápsulas multimedia - Sección GO UIO - WEB - Emailing - Webinars

2.4.2 PROYECTO QUITO CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE

PERFIL DE PROYECTO:	QUITO, CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE
OBJETIVO:	Denominar a Quito como la CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE en el país del Cacao.
ANTECEDENTES:	- Por muchos años se reconoce al Ecuador como el mayor productor de Cacao Fino de Aroma y que por más de 500 años ha provisto al mundo de un cacao especial con perfiles aromáticos florales que los historiadores denominaron como Cacao Arriba. - El origen del cacao según la versión clásica, menciona que existe desde (3800 a.C. mayas y olmecas), sin embargo, de acuerdo a investigaciones actuales, se establece que es de origen amazónico y data desde (4800 a.C. Santa Ana, La Florida, Cultura Mayo Chinchipe). - Por tradición, Ecuador es un importante productor de cacao y en la actualidad es reconocido a nivel internacional por ser el país proveedor de más del 60% de la producción mundial de cacao "fino de aroma", materia prima que es requerida y codiciada en la industria europea y norteamericana para la fabricación de chocolates finos. - El cacao aporta con más de USD 700 millones a su economía y sigue manteniendo su prestigio a través del valor agregado; es así que ya son varias las marcas de chocolate fino que se exportan, y que entran con pie firme en los mercados más exigentes de Europa y Asia, revalorizando la labor de los cacao cultores quienes alcanzan una economía más sustentable
DETALLES DEL PROYECTO	Liderado por Quito Turismo como la Oficina de Gestión y Promoción Turística de la ciudad de Quito cuyo compromiso fundamental se centra en desarrollar y promocionar turísticamente el Distrito Metropolitano de Quito, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero, teniendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación de productos en la comunidad y la ciudad, en conjunto con la Industria Turística Privada representada por PACARI, la empresa de producción de chocolate más exitosa del Ecuador, productora del chocolate Pacari que ha sido reconocido como el mejor del mundo según los prestigiosos International Chocolate Awards. Creada con una filosofía de "empresa justa socialmente con los agricultores de la zona" vende en 42 países a nivel mundial.
	⦿ Chocolate Maya, la conversión de cacao en chocolate. ⦿ Moneda, bajo la colonia española.

EL CHOCOLATE Y SU IMPORTANCIA HISTÓRICA	⦿ Las órdenes religiosas se dedicaron a procesar chocolate de taza. ⦿ En España la chocolatería se desarrolló detrás de los muros de los claustros. ⦿ El chocolate llega a Francia en 1615. ⦿ En 1657 la primera casa del chocolate en Londres. ⦿ Siglo XX, surgen grandes industrias y pequeños artesanos en toda Europa, convertida desde ya en la región más chocolatera del mundo. ⦿ Siglo XXI, la incorporación de industrias y artesanos en los países de origen del cacao rompen concepción de que el origen del chocolate es europeo
¿POR QUÉ QUITO, DEBE SER LA CAPITAL MUNDIAL DE CHOCOLATE? **(10 RAZONES)**	1. Capital del país del centro del mundo con un clima único que permite producción de cacao de alto nivel / cacao fino de aroma. 2. El cacao es sinónimo de cultura, desarrollo, identidad, patrimonio y legado histórico. 3. Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad. Quito cuenta con fábricas y emprendimientos de producción de chocolate de posicionamiento internacional de alto estándar. 4. Quito cuenta con fábricas y emprendimientos de producción de chocolate de posicionamiento internacional de alto estándar. 5. Las fábricas de chocolate de Ecuador que exportan a más de 50 países están en Quito. 6. Es la capital del país que en la actualidad es el principal exportador de chocolate en Latinoamérica. 7. El chocolate más premiado del mundo se produce en Quito. 8. Las ferias de chocolate con mayor calidad de producción están en Quito. 9. Somos la capital gastronómica del Ecuador. 10. El chocolate forma parte de los ejes diferenciadores de Quito en su Plan Estratégico de Turismo 2020-2021.
ESTRATEGIAS DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO	*1.RECONOCIMIENTO de Quito como, La Capital Mundial del Chocolate por la UNESCO* • Presentación de proyecto para postulación de Quito, como Capital Mundial del Chocolate.
	2. AVAL a Quito como, La Capital Mundial del Chocolate por parte de la OMT "Organización Mundial del Turismo" • Presentación de proyecto para postulación de Quito, como Capital Mundial del Chocolate.
	3. CREACIÓN del chocolate fino de aroma para el consumo de toda la sociedad ecuatoriana.
	4. REPERCUSIÓN MEDIÁTICA, lanzamiento de Quito como, La Capital Mundial del Chocolate. • Lanzamiento y apropiación de la denominación de Quito como "Capital mundial del chocolate" (Rueda de Prensa)
	5. PROMOCIÓN de Quito como, La Capital Mundial del Chocolate, en mercados internacionales. • EVENTOS *DE PROMOCIÓN DE DESTINO BTL – ENFOQUE EN 10 RAZONES POR LAS QUE VISITAR A QUITO Y CATA DE CHOCOLATE FINO DE AROMA:* *Agosto 2019 – Sudamérica (Bogotá, Cali, Medellín, Pereira)* *Septiembre 2019 – Sudamérica (Sao Paulo)*

	Octubre 2019 – Norteamérica (New York, Chicago, Toronto y Vancouver *Octubre 2019 – Europa (París y Ámsterdam)* *Noviembre 2019 – Europa (Londres)*
	6. PROMOCIÓN de Quito como, La Capital Mundial del Chocolate, en mercado local y nacional. • Activaciones Promocionales en Zonas Turísticas de Quito (Centro Histórico, La Mariscal, La Mitad del Mundo). • Campaña de apropiación de la marca "Capital Mundial del Chocolate.
	7. PROMOCIÓN de Quito como, La Capital Mundial del Chocolate, en SAHIC. • Presentación de Quito como Capital Mundial de Chocolate en marco de la Conferencia Anual de Inversión Hotelera y Turística de América Latina (SAHIC) a desarrollarse en la ciudad de Quito.
	8. PROMOCIÓN de Quito como, La Capital Mundial del Chocolate, en TMLA. • *Presentación de Quito como Capital Mundial de Chocolate en marco del Evento de Clausura de la Feria Turística Internacional Travel Mart Latinamerica TMLA a desarrollarse en la ciudad de Quito*
	9. FESTIVAL Latitud Cero Chocolate ⦿ *MERCADO DE LA BIODIVERSIDAD* ⦿ *FERIA DE PRODUCTOS AGRO-ALIMENTARIOS de innovación.* ⦿ *SEMANA GASTRONÓMICA DEGUSTA, los mejores restaurantes de la ciudad participaran en una oferta asequible con el chocolate como protagonista.* ⦿ *CONGRESO DEL CHOCOLATE, los mejores exponentes del mundo visitarán Quito para compartir y recibir conocimiento de este gran producto.* ⦿ *MERCADOS PATRIMONIALES, presentarán lo mejor de su gastronomía.*
	10.APROPIACIÓN de la denominación de Quito como, La Capital Mundial del Chocolate, como un soporte de diferenciación turística de la ciudad. • Soporte para la creación de productos turísticos con enfoque en la experiencia de chocolate. • Estrategia de Promoción y Difusión de Quito como la Capital Mundial del Chocolate a nivel nacional, local e internacional.
INVERSIÓN:	*Estrategias de Promoción y Marketing:* Campaña de Promoción Internacional: $32.000,00 Campaña de Promoción Nacional: $10.000,00 Festival Latitud 0-Chocolate 2019: $150.000,00
CONCLUSIONES:	*De acuerdo a todos los antecedentes mencionados en este documento se requiere obtener el soporte de la UNESCO para dar inicio al proyecto que viabilice la denominación de la ciudad de Quito, como la Capital Mundial del Chocolate.*

AVANCES PROYECTO "QUITO, CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE"

QUITO, CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE - AVANCES		
Acción	Mes	Resultados
Acercamiento y Presentación del Proyecto a la UNESCO	Agosto	Luego del acercamiento realizado por la Dirección de Mercadeo, la UNESCO ha confirmado que dentro de sus competencias no existe un aval o declaratoria de este tipo, sin embargo se direccionó este pedido a Cancillería por recomendación de UNESCO
Acercamiento con la Cancillería del Ecuador	Agosto	Se envió varias comunicaciones a esta entidad del gobierno, pero no se obtuvo respuesta ni un direccionamiento claro de cómo la Cancillería podría apoyar el proyecto.
Inicio de Proceso para Registro de Marca ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales	Agosto	Luego de analizar técnicamente todas las posibilidades externas y al no tener una respuesta concreta por parte de la Cancillería ni la UNESCO, se inicia internamente un proceso para poder registrar esta marca con base a la normativa legal, este proceso ya lo inició la Gerencia Jurídica, el mismo que toma aproximadamente 6 meses para poder obtener una respuesta, el proceso está en marcha
Presentación del Proyecto ante la OMT	Septiembre	La Dirección de Mercadeo realiza el acercamiento con la OMT, buscando un aval o direccionamiento para que Quito obtenga este reconocimiento, acercamiento del cual surge la solicitud de la OMT de que se envíe una carta formal en donde se presenta el proyecto, para poder emitir a Quito una carta de respaldo a la idea, pese a que la OMT no cuenta con una dependencia que pueda avalar directamente este reconocimiento. Estamos a la espera de la carta por parte de la OMT.

Activaciones BTL en mercados Internacionales	Septiembre, Octubre y Noviembre	Con la finalidad de darle fuerza a esta iniciativa y aprovechando eventos internacionales planificados por Quito Turismo, se decide realizar una presentación del destino en donde se lanza el concepto de la Capital Mundial del Chocolate, incluyendo catas de chocolate Pacari. Se realizaron 8 eventos BTL en Norteamérica, Sudamérica y Europa, dando a conocer a aproximadamente a 255 personas que hacen parte de la industria turística de cada mercado.
Producto Turístico	Finales de Diciembre	La Dirección de Desarrollo se encuentra levantando la oferta turística que la ciudad tiene en torno al chocolate, con la finalidad de levantar productos específicos y darle fuerza a todo este concepto, entregarán propuestas la tercera semana de diciembre

2.4.3. PROYECTO PUEBLOS MÁGICOS DE LA RUTA ESCONDIDA

PERFIL DE PROMOCIÓN: PROYECTO PUEBLOS MÁGICOS DE LA RUTA ESCONDIA	
OBJETIVO	Promocionar la Ruta escondida como producto turístico diferenciador del Distrito Metropolitano de Quito
MERCADO OBJETIVO:	Local y Nacional
ANTECEDENTES:	- La Dirección de Desarrollo realiza el informe técnico respectivo en donde se analiza la situación actual de la zona de la Ruta Escondida. - Se ha identificado que la principal causa por la que la Ruta Escondida no ha podido desarrollarse turísticamente hasta la actualidad, ha sido por la falta de organización de la mancomunidad y los organismos a cargo del desarrollo local de las parroquias que hacen parte de la Ruta Escondida. - Dentro del informe se propone como herramienta de desarrollo local actual, la metodología OVOP que se basa en la creación de oportunidades para negocios locales de las comunidades rurales resaltando las características de las parroquias Norcentrales para de esta manera dinamizar la economía local, incrementando la calidad de los productos Turísticos. - La metodología OVOP aporta al desarrollo de la formación de las capacidades del talento humano y al incremento de la industria a través de la generación del valor agregado a los productos seleccionados más representativos de cada una de las parroquias. - El informe propone un cronograma de acciones a realizarse para la realización del proyecto, el mismo que incluye dos etapas,

	la primera consiste en la implementación de obras civiles y públicas en las cuales se deben involucrar entidades municipales como la EPMMOP, AMC, Secretaría de Seguridad, Secretaría del Ambiente, entre otras, y en la segunda etapa entre varios involucrados se integra Quito Turismo en una fase de implementación de facilidades turísticas y desarrollo de producto.
DETALLES DEL PROYECTO DE PROMOCIÓN	Una vez que la primera fase del proyecto se haya realizado y el producto turístico Ruta Escondida desarrollado, Quito Turismo iniciará su fase de promoción turística, el mismo que se enfocará en la difusión y posicionamiento del mismo a nivel local y nacional, con la finalidad de lograr un empoderamiento de la comunidad y motivar el flujo de visitantes Quiteños y Ecuatorianos a las parroquias norcentrales. Las acciones de promoción se enfocarán en tres segmentos principales: 1. Trade Turístico Local, 2. Prensa, y 3. Consumidor final Para quienes se desarrollaran acciones promocionales.
ESTRATEGIAS DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO	*1.RECONOCIMIENTO de la Ruta Escondida como un Pueblo con Encanto* • Presentación del proyecto ante medios de comunicación y trade turístico local.
	2. Viajes de Familiarización • Invitación para que Tour Operadores locales conozcan el producto con la finalidad de motivar la generación de nuevos paquetes turísticos para el mercado nacional.
	3. Viajes de Prensa • Invitación a medios de comunicación nacionales para que conozcan el producto de primera mano y puedan promocionar a través de sus medios la oferta turística de la Ruta Escondida.
	4. Campaña de difusión mediática. • Campaña de expectativa a través redes sociales y medios convencionales. • Entrevistas de Radio • Pautas escritas y televisivas • Pautas digitales
	5. Activaciones BTL en Centros Comerciales, plazas y parques de la ciudad. • Activaciones Promocionales en Zonas Turísticas de Quito (Centro Histórico, La Mariscal, La Mitad del Mundo).
	6. Presentaciones de destino para tour operadores y agentes de viajes nacionales en visitas puerta a puerta. • Campaña de presentación del nuevo producto Ruta Escondida, Pueblo con Encanto

CONCLUSIONES:	*En base a todo lo mencionado es necesario hacer el seguimiento respectivo en la consecución de todas las fases del proyecto, para que en cuanto se cuente con el producto desarrollado, se pueda poner en marcha el plan de promoción.*
TO DO'S	- Seguimiento al desarrollo de producto turístico - Asesoramiento in situ del eje promocional en base al perfil del turista nacional. - Levantamiento de producto turístico Ruta Escondida

2.5FICHA DE PRODUCTO TURÍSTICO

Creación gráfica y digital de la ficha de producto base para el trabajo del área de Desarrollo y para el envío de productos nuevos a operadores, de forma estética y sencilla de llenar y utilizar.



2.6RUEDA DE PRENSA TORNEO MITAD DEL MUNDO

Desarrollo del concepto decorativo y funcional de la rueda de prensa para el Torneo Quito Mitad del Mundo, además de supervisión del montaje y desmontaje.



2.7MINI TRADE

Realización del concepto creativo y los textos del nuevo folleto Mini Trade para promoción de la ciudad en 2020.

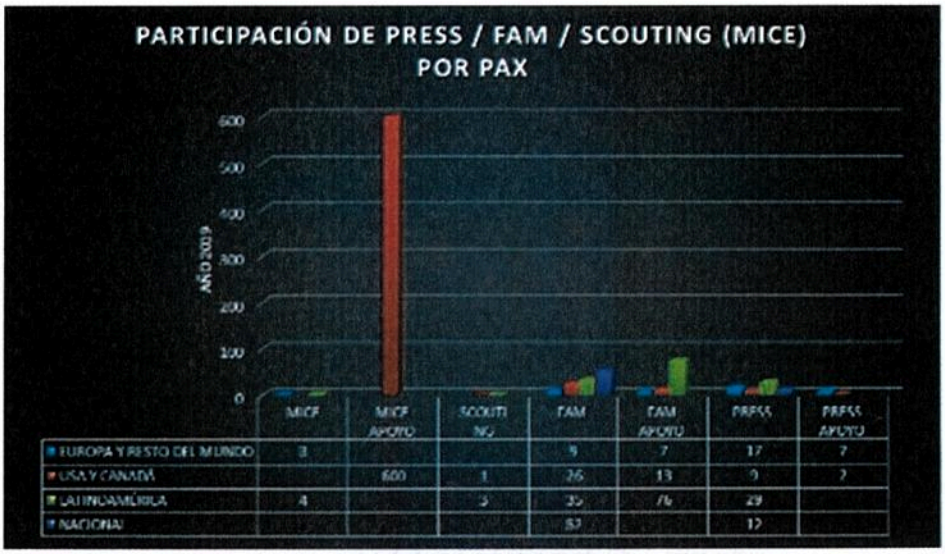


2.5 OPERACIÓN TURÍSTICA

- La gestión de operación turística es clave para dar la mejor impresión a los medios que nos visitan así como a tour operadores y otros actores clave de la industria. Quito Turismo se encarga de recibir, transportar, alojar, dar el mejor servicio a través de tours programados para asegurar la mejor experiencia que puede ofrecer la ciudad.
- Durante todo el año se han realizado 905 gestiones de operación turística como viajes de prensa, familiarización, scouting y MICE que se detallan en el siguiente cuadro:

	EUROPA Y RESTO DEL MUNDO	USA Y CANADÁ	LATINOAMÉRICA	NACIONAL	TOTAL
MICE	3		4		7
MICE APOYO		600			600
INVERSIONES		1	3		4
FAM	9	26	35	52	122
FAM APOYO	7	13	76		96
PRESS	17	9	29	12	67
PRESS APOYO	7	2			9
TOTAL PAX	43	651	147	64	**905**

- Siendo los mercados de Estados Unidos, Canadá, Países Latinoamericanos, Nacional y Europa los que más han aportado con la presencia de operadores, periodistas, grupos MICE e inversionistas, tal como se muestra en el gráfico siguiente:



- En resumen, durante el año 2019 la participación de viajes de prensa, familiarización, scouting y grupos MICE se distribuyó de la siguiente manera:

TIPO DE VIAJE	GESTIÓN		TOTAL
	Quito Turismo	Apoyos	
Fam Trips	122	96	905
Press Trips	67	9	
Scouting	4		
MICE	7	600	
TOTAL	200	705	

- Esto ha significado una inversión a diciembre de 2019 de:

VALOR TURISMO	**INVERTIDO**	**QUITO**	**$ 179.097,31**

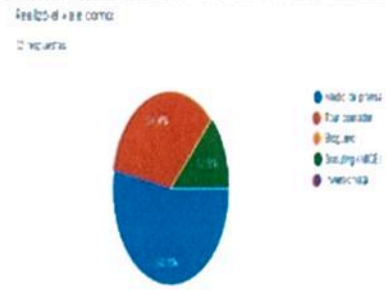
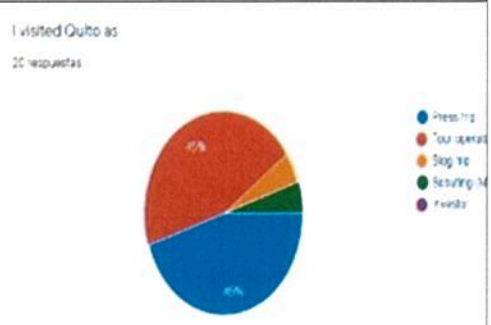
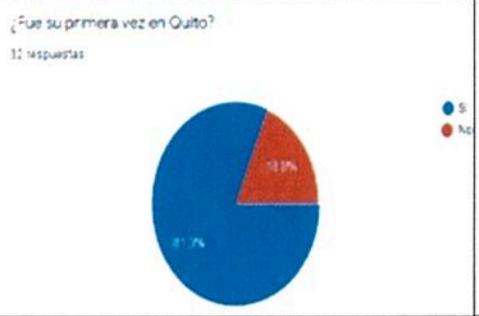
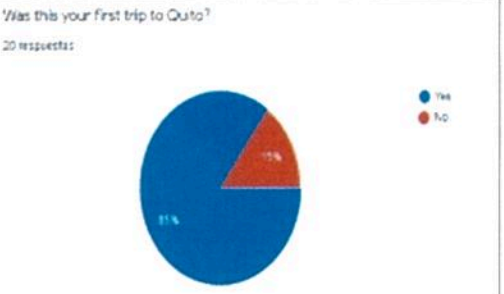
- Se debe tomar en cuenta que dentro de la gestión que Operación Turística realiza, es la negociación de tarifas preferenciales para Quito Turismo, que si analizamos el grafico siguiente, se puede observar que en comparación con las tarifas normales, se ha obtenido un beneficio considerable.

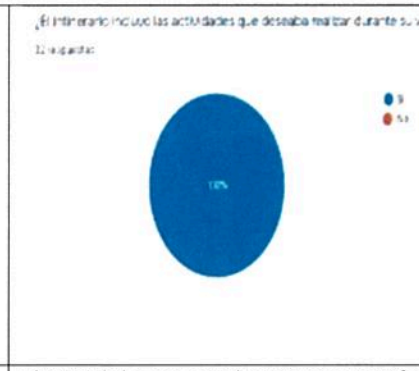
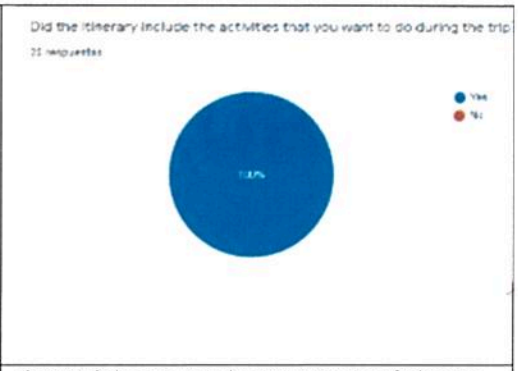
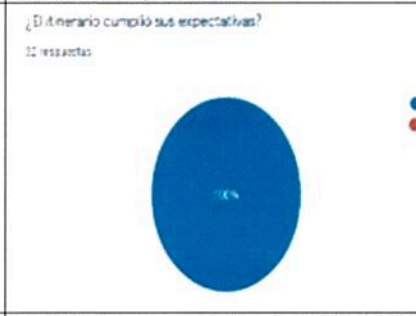
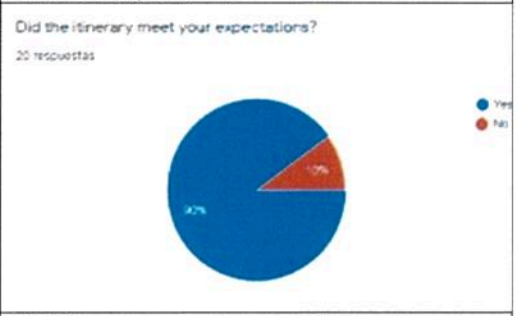
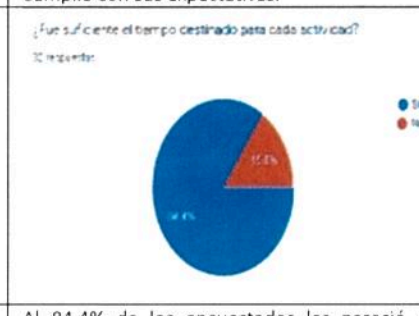
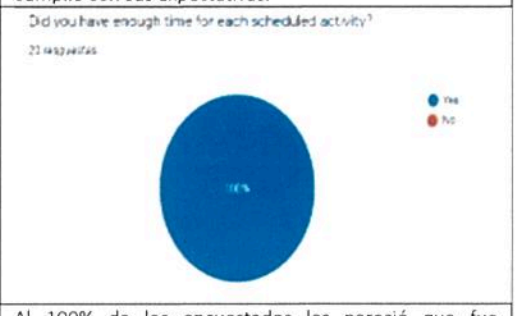
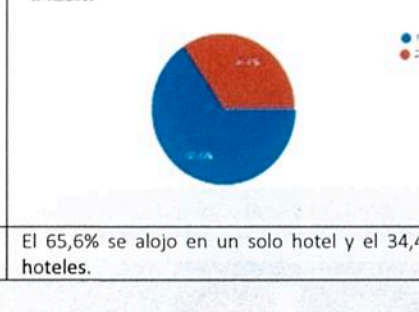


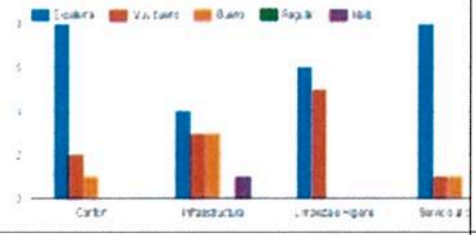
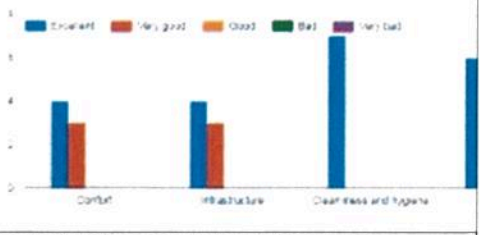
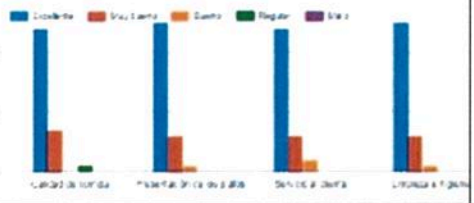
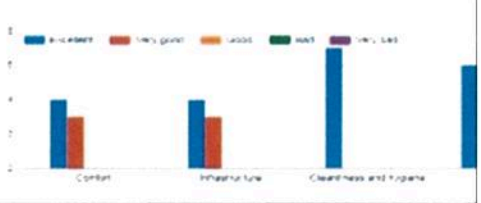
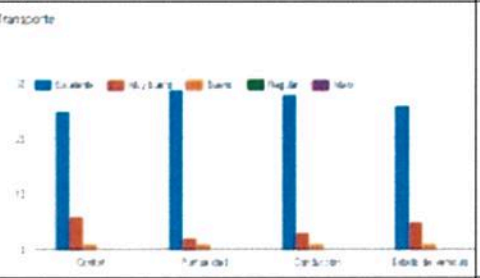
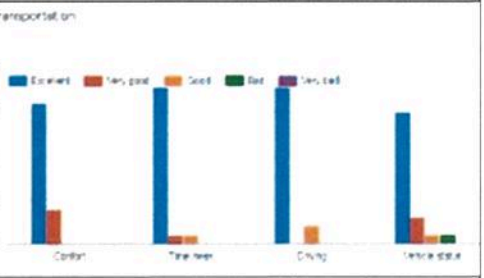
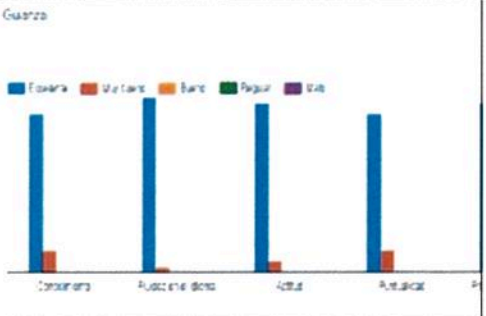
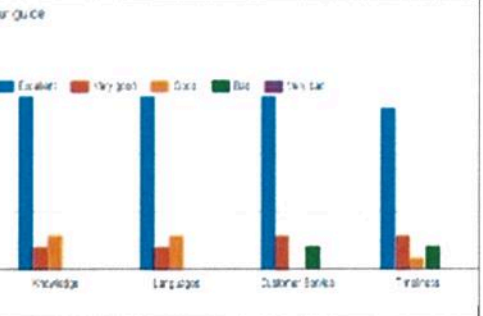
Esto significó un ahorro del 29%

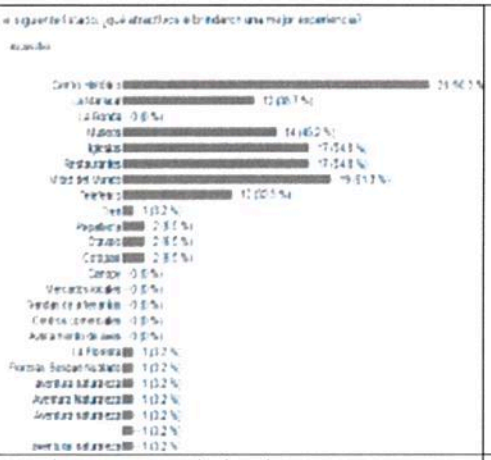
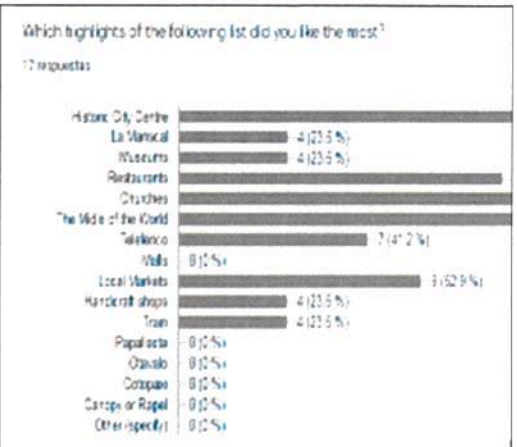
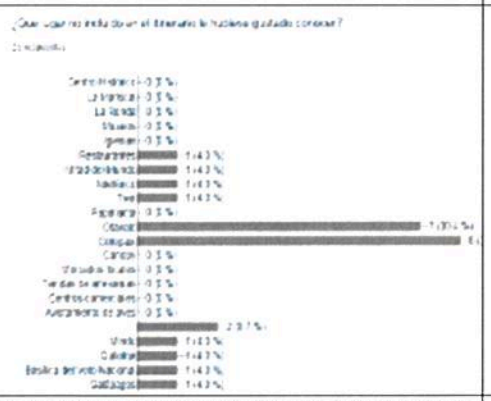
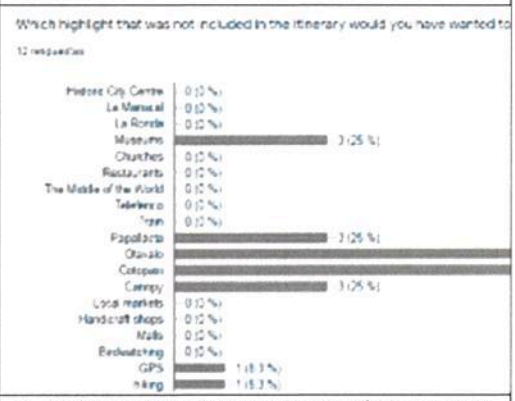


- En lo que se refiere a nivel de satisfacción de los viajes de prensa, familiarización, scouting y grupos MICE se puede observar en el siguiente cuadro:

PREGUNTA	# ENCUESTAS	ESPAÑOL	INGLÉS
Realizó el viaje como:	52		
		En lo que se refiere a tipo de viaje el 53,1% de los encuestados fueron press trip, el 34,40% fueron fam trip y el 12,50% scouting y blog trip.	En lo que se refiere a tipo de viaje el 45% de los encuestados fueron press trip, el 45% fueron fam trip y el 10% scouting y blog trip.
¿Fue su primera vez en Quito?	52		
		El 81,3% de los encuestados visitaron Quito por primera vez.	El 85% de los encuestados visitaron Quito por primera vez.

¿El itinerario incluyó las actividades que deseaba realizar durante su viaje?	52		
		El 100% de los encuestados estuvieron satisfechos con los itinerarios planteados.	El 100% de los encuestados estuvieron satisfechos con los itinerarios planteados.
¿El itinerario cumplió sus expectativas?			
		El 100% de los encuestados respondió que el itinerario cumplió con sus expectativas.	El 90% de los encuestados respondió que el itinerario cumplió con sus expectativas.
¿Fue suficiente el tiempo destinado para cada actividad?	52		
		Al 84,4% de los encuestados les pareció que fue suficiente el tiempo en cada actividad.	Al 100% de los encuestados les pareció que fue suficiente el tiempo en cada actividad.
¿Cómo califica su experiencia en Quito?	52		
		El 62,5% califica su experiencia de excelente y el 37,5% de muy buena.	El 75% califica su experiencia de excelente y el 20% de muy buena.
¿En cuantos hoteles se hospedó durante su visita?	52		
		El 65,6% se alojo en un solo hotel y el 34,4% en 2 hoteles.	El 65% se alojo en un solo hotel y el 35% en 2 hoteles.

¿Cómo califica al hotel?	52		
		La mayoría de los encuestados calificaron entre excelente y muy buno el confort, infraestructura, limpieza y servicio al cliente de los hoteles donde se hospedaron.	La mayoría de los encuestados calificaron entre excelente y muy buno el confort, infraestructura, limpieza y servicio al cliente de los hoteles donde se hospedaron.
¿Cómo califica los restaurantes visitados?	52		
		La mayoría de los encuestados califican la calidad, presentación de la comida, servicio al cliente y limpieza de los restaurantes como excelente.	La mayoría de los encuestados califican la calidad, presentación de la comida, servicio al cliente y limpieza de los restaurantes como excelente.
¿Cómo califica al transporte?	52		
		La mayoría de los encuestados calificaron el transporte como excelente en confort, puntualidad, conducción y estado de vehículo.	La mayoría de los encuestados calificaron el transporte como excelente en confort, puntualidad, conducción y estado de vehículo.
¿Cómo califica la guianza?	52		
		Los encuestados en su gran mayoría calificaron la guianza como excelente.	Los encuestados en su gran mayoría calificaron la guianza como excelente.

¿Qué atractivos le brindaron mejor experiencia ?	52		
		Entre los atrativos que les brindaron mejor experiencia a los encuestados está el Centro Histórico, Mitad del Mundo, iglesias, restaurantes, museos, La Mariscal.	Entre los atrativos que les brindaron mejor experiencia a los encuestados está el Centro Histórico, Mitad del Mundo, Iglesias, restaurantes,teleférico, museos, La Mariscal.
¿Qué lugar no incluido en el itinerario le hubiese gustado conocer?			
		La gran mayoría de encuestados se refirió a Otavalo y Cotopaxi.	La gran mayoría de encuestados se refirió a Otavalo, Cotopaxi, Papallacta y canopy.

3. PRESUPUESTO Y EJECUCIÓN

Durante el año 2019 se ha distribuido y ejecutado el presupuesto de la Dirección de Mercadeo de la siguiente manera:

PRESUPUESTO DIRECCIÓN DE MERCADEO 2019		
MERCADO	**PRESUPUESTO**	**EJECUCIÓN**
Coordinación Norteamérica	$226.800,00	$195.230.55
Coordinación Europa	$236.750,00	**$236.750,00**
Coordinación Sudamérica	$127.900,00	$111.111.53
Coordinación Nacional	$84.086,64	**$84.086,64**
Apoyo Logístico de Promoción	$129.150,00	
Gastos Comunes	$133.184,00	
IVA	$100.970,48	
TOTAL	**$1.038.841.12**	

***Los valores de contratos internacionales incluyen la partida de MICE y de Coordinación Nacional el contrato complementario.**

CONCLUSIONES

- Las actividades promocionales realizadas en el Mercado de Norteamérica, Europa y Sudamérica han sido de gran importancia para el cumplimiento de los objetivos planificados dentro del Plan Operativo Anual del área de Mercadeo que buscó posicionar a la ciudad de Quito como un destino turístico atractivo a nivel mundial.
- En este año se han conseguido una gran consecución de objetivos al realizar: los viajes de prensa y familiarización que han servido para que las personas expertas en turismo y que tienen acceso a los principales mercados internacionales conozcan los atractivos turísticos de la ciudad de primera mano y a su vez se realice la difusión de la oferta de ciudad.
- Las acciones promocionales como la contratación de una Oficina de Representación permite tener la presencia y llegar con información oportuna a cada uno de los mercados, además el apoyo realizado para evaluar oportunidades de promoción, capacitaciones y cooperados permitieron afianzar el posicionamiento de Quito y su oferta ante los ojos de los principales Tour Operadores, Mayoristas y Medios de Comunicación especializados en cada uno de los mercados prioritarios.
- La relación con la industria turística internacional es muy importante para el posicionamiento del Destino turístico, una de las maneras de mantener este contacto directo es por medio de las membresías a asociaciones de trade turístico especializado como son: OMT, LATA, USTOA, entre otras. Durante el año 2019 por disposición de las autoridades se decidió no renovar la membresía con ATTA para realizar una valoración adecuada y ver la posibilidad de volver a asociarnos durante el año 2020.
- Las acciones promocionales en el mercado nacional permitieron que se logren los objetivos planeados de campañas estratégicas por temporalidad para impulsar el turismo local y nacional promoviendo el uso de herramientas digitales como web y app para transmitir toda la información de rutas, oferta turística, agenda de la ciudad, entre otros; asegurando de esta manera logra un alcance considerable de personas.
- El servicio de operación turística constituye un eje de suma importancia para la consecución y el éxito de los viajes de prensa y familiarización, la gestión que Quito Turismo ha realizado a través de esta actividad, ha sido fundamental para lograr una satisfacción total de la experiencia en Quito, pues la mayor parte de los pasajeros que nos visitaron calificaron su estadía en la ciudad como "excelente", esta estadística permite reflejar la gestión y coordinación de cada uno de los detalles que se planificaron en cada viaje.
- Las Redes Sociales Promocionales permiten la rápida distribución de información y de campañas al mayor número de gente con la menor inversión posible. Gracias a esto existió gran presencia e interacción del público nacional e internacional en los eventos y campañas que se postean en las redes. La promoción digital por ende ha sido de vital importancia en el logro de objetivos a corto y largo plazo, puesto que el turismo vive de turistas y de empresarios y por ende las campañas digitales de redes han logrado unir objetivos y fuerza para ampliar la imagen de la ciudad, de sus atractivos, y de sus tradiciones y novedades.
- El área de Mercadeo es el espacio clave en donde se generan las necesidades, para la innovación y fortalecimiento de la oferta turística actual y el desarrollo de nuevos productos turísticos, convirtiéndose en la conexión directa entre la demanda y la oferta turística del destino, por tanto es fundamental enfatizar que todos los proyectos realizados durante este 2019 se han enfocado en enfatizar la importancia y la gestión que realiza Quito Turismo en beneficio directo del desarrollo y la promoción turística la ciudad de Quito y sus habitantes.

RECOMENDACIONES

- La adecuada ejecución de la promoción internacional permitirá seguir consolidando a Quito como una ciudad turística a nivel mundial, aumentando así el número de visitantes, lo que traerá más réditos económicos a los involucrados en la actividad: guianza, transporte, hotelería, museos, etc.,

mejorando así la calidad de vida de los habitantes de la ciudad y el aporte del turismo en el PIB económico de Quito.

- El impulso y fortalecimiento de la promoción nacional permitirá que se incremente el turismo local y nacional permitiendo así que los ecuatorianos cada vez más se apropien del destino y conozcan toda la oferta y experiencias turísticas de Quito; lo cual lo convertirá en un eje fundamental para el desarrollo de la industria.
- Continuar con las actividades promocionales durante el siguiente año y en los años venideros ya que toda acción aislada sin duda no va a tener la misma repercusión que la promoción y presencia de destino constante en el panorama internacional. Lo que permitirá el aprovechamiento de oportunidades que posicionen a nuestra ciudad de Quito como un destino líder a nivel mundial.
- Seguir manteniendo acercamientos y trabajando de la mano con la industria turística local, pues esto permite afianzar la relación de Quito Turismo con cada uno de los involucrados que hagan parte de la gran cadena de valor turística, lo que permite reducir valores de inversión en las acciones promocionales planificadas.
- De acuerdo a los avances tecnológicos y el decrecimiento de uso de papel, se recomienda la implementación de entrega de material promocional de Quito en forma digital lo que ayudaría a ahorrar recursos económicos y facilitaría la entrega de información del destino actualizada en: ferias, eventos y capacitaciones en las que participa Quito Turismo alrededor del mundo.
- Para lograr mayor interacción en las redes sociales, pagina web y app se recomienda una reestructuración de las mismas. En cuanto a las redes sociales, para promover el turismo se debe seguir una estrategia de comunicación en la que las imágenes sean limpias y de alta calidad resaltado los atractivos de la ciudad de manera planificada, además de seguir una cromática, eliminar plantillas y tener una temática que vaya acorde con las líneas que se quiere reforzar.
- Es necesario la creación de un canal de Youtube donde se pueda subir videos de recorridos, actividades e influencers y poder compartir contenido de lado y lado. Los influencers serán escogidos mediante una metodología específica. Las promociones de recorridos, eventos y demás se deben concentrar de manera organizada y pautada en las redes de Facebook, reservar Twitter para temas más comerciales y sociales y dedicar Instagram a lo estético. En relación a la página web se debe realizar un cambio estructural para que la experiencia del usuario sea más sencilla y que gráfica y estéticamente invite e inspire más.
- El trabajo en conjunto con una agencia de publicidad unificada para la creación de artes, pauta e ideas es esencial para trabajar de manera organizada y seguir una misma línea gráfica en el área digital. De igual manera la creatividad para nuevas campañas, activaciones y demás debe ser un trabajo conjunto para llegar a los segmentos objetivos y tener mayor alcance e interacciones. Es esencial la organización previa de lo que se va a realizar en el año para poder cumplir con tiempos y objetivos de manera más organizada.

Responsable:

POR

María Belén Pacheco
DIRECTORA DE MERCADEO

OSCAR LÓPEZ

Aportes	Cargo
Oscar López	Coordinador de Promoción Int.
Rubén Lara	Coordinador de Promoción Int.
Katia Freire	Coordinadora de Promoción Nac.
Carolina Arias	Coordinadora de Promoción Dig.

4.4.3. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA MICE:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa MICE en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: **93% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

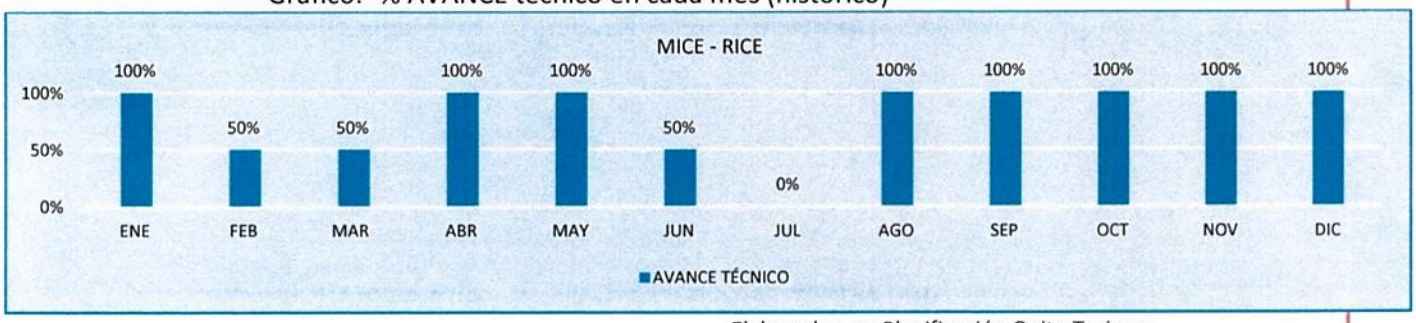
Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **99 % de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), y un 98 % de presupuesto devengado según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: MICE

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
MICE - RICE	93%	93%	0%	99%	100%	98%	99%	94%	94%	93%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

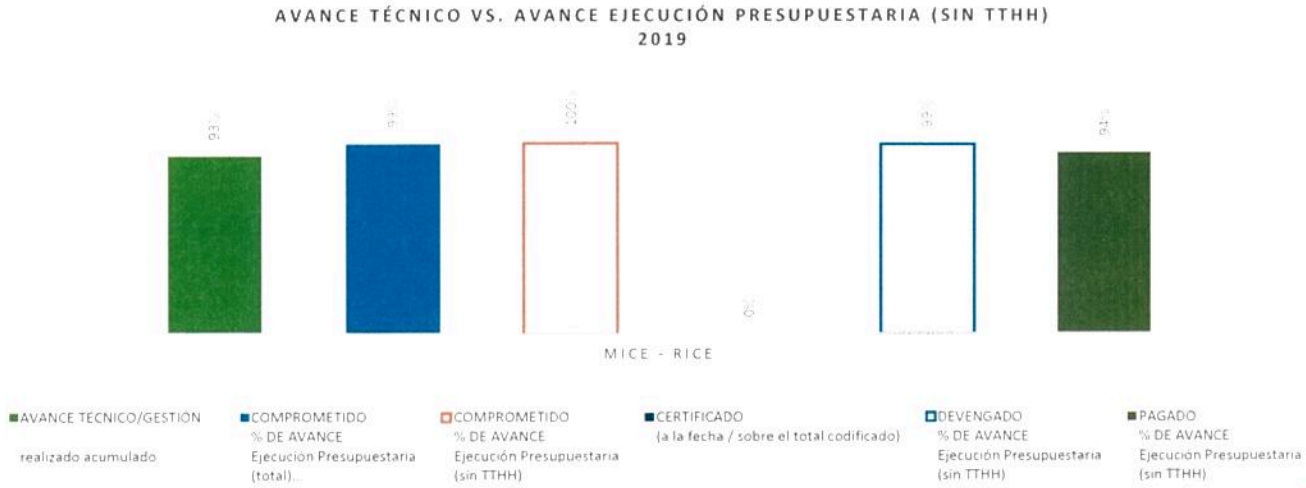
Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Realizado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro. Resumen AVANCE por proyectos QT - MICE (turismo de negocios)

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TÉCNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
RICE/MICE - INDUSTRIA DE REUNIONES MC: CLUSTER DEL SECTOR RICE/MICE EN FUNCIONAMIENTO	GESTIÓN RICE/MICE	RICE/MICE MC: GESTIONAR EL DESARROLLO DE LOS SEGMENTOS DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES (Trimestral)	100,00%	92,50%					
	PROMOCIÓN RICE/MICE	01 PROMOCION NACIONAL	75,00%		130.000,00	120.493,11	-	120.493,11	119.688,90
		02 PROMOCION INTERNACIONAL	80,00%		104.000,00	748.570,00	-	748.570,00	748.364,17
	CONECTIVIDAD MC y QT: 01 INDUSTRIA DE REUNIONES	CONECTIVIDAD TURISTICA	100,00%						
	GASTOS COMUNES DE RICE/MICE	01 GASTOS COMUNES DE MICE	97,04%		79.861,13	165.457,63	-	160.561,51	153.369,96
		Sub Total MICE			**313.861,13**	**1.034.520,74**	**-**	**1.029.624,62**	**1.021.423,03**
	Inversión y Gestión del Talento Humano RICE/MICE	01 TALENTO HUMANO DE MICE	91,20%		30.157,38	99.219,56	1.562,00	90.489,31	90.489,31
		Total MICE-RICE + TH	**92,50%**		344.018,51	1.133.740,30	1.562,00	1.120.113,93	1.111.912,34

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

4.4.3.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN MICE

a) ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN DEL EVENTO DE RECONOCIMIENTO AL CCMQ

- Descripción: Entrega Certificación de Accesibilidad Universal para el CCMQ





La Global Universal Design Comission, entregó al CCMQ la Certificación de Accesibilidad, siendo así el primer edificio en el Ecuador en obtener este reconocimiento. Desde la Dirección de MICE se brindó apoyo en todo lo referente a la coordinación y organización del evento.

b) APOYO PARA LA REALIZACIÓN DEL EVENTO GTECS

- Descripción: Operación turística de VIP ´s internacionales



Se trabajó en conjunto con la Subsecretaría de Desarrollo en la organización del encuentro del Grupo de Trabajo de Expertos en Competitividad Subnacional (GTECS). La Dirección MICE apoyó a este evento con la operación turística, considerando que los integrantes del Grupo son altos ejecutivos de multinacionales que fomentarán la realización de eventos, convenciones y viajes de incentivos a la ciudad.

c) APOYO EN LA PLANIFICACIÓN DE EVENTOS INTERNACIONALES

La Dirección MICE brindó el apoyo a instituciones que están organizando eventos internacionales en la ciudad para que la experiencia sea positiva para sus asistentes. Entre las organizaciones que han sido beneficiadas están, Bolsa de Valores de Quito, Grupo Schumberger, Mrs Ecuador Universe, ALTA, Congreso Herpetología, Encuentro de Cartógrafos, entre otros.

d) PRESS TRIP INTERNACIONAL

- Nombre: Revista Punto MICE
- Lugar: España



Hotel Hilton Colón Quito



Centro Cultural Itchimbia



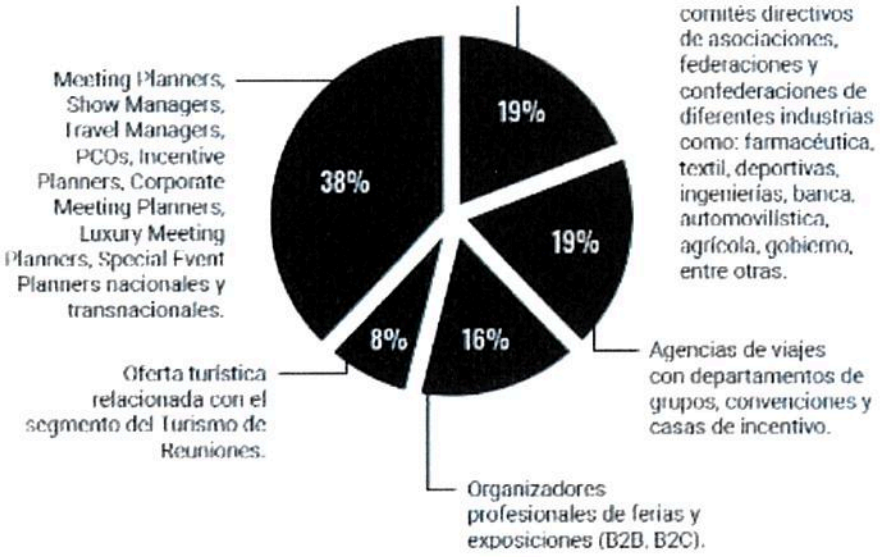
Durante el mes de febrero en Quito tuvimos la visita de la señora Eva López, CEO/Editora de la Revista PUNTO MICE, quien realizó un levantamiento de información de la ciudad como potencial sede para Congresos y/o Eventos Internacionales.

Se visitaron lugares patrimoniales, así como hoteles y centros de convenciones entre los cuales se puede mencionar a Hilton Colón Quito, JW Marriott, Mama Cuchara, Swissotel, CCEE, CCMQ, Capilla del Hombre, Centro Cultural Itchimbía, entre otros.

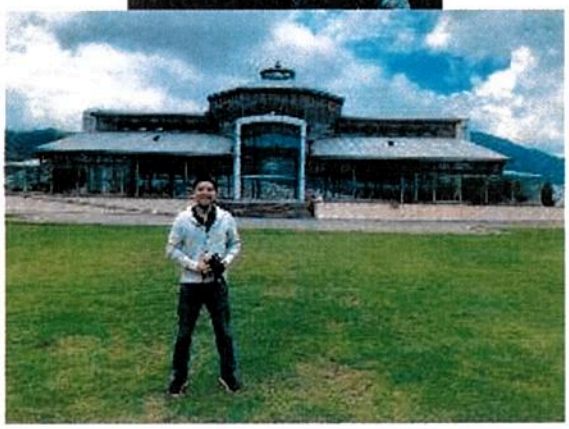
La información de la ciudad será publicada en la edición del mes de Marzo de la Revista PUNTO MICE en un aproximado de 12 páginas.

Viaje de prensa de LATAM MEETINGS

Latinamerica Meetings cuenta con más de 19 años de experiencia y trayectoria en la industria de reuniones a nivel global con enfoque específico en América Latina.
7000 Ejemplares incluyendo 3000 VIP
Perfil de lectores: 25 54 Años ABC +


Meeting Planners, Show Managers, Travel Managers, PCOs, Incentive Planners, Corporate Meeting Planners, Luxury Meeting Planners, Special Event Planners nacionales y transnacionales.
38%
19%
comités directivos de asociaciones, federaciones y confederaciones de diferentes industrias como: farmacéutica, textil, deportivas, ingenierías, banca, automovilística, agrícola, gobierno, entre otras.
19%
Agencias de viajes con departamentos de grupos, convenciones y casas de incentivo.
16%
Organizadores profesionales de ferias y exposiciones (B2B, B2C).
8%
Oferta turística relacionada con el segmento del Turismo de Reuniones.







e) EVENTO EMBAJADORES

- Fecha: 21 de febrero de 2019
- Lugar: Fundación Guayasamín





En coordinación con Hilton Colón Quito, JW Marriott y Swissotel, se llevó a cabo una reunión de trabajo que convocó a Empresas y Emprendedores que les interesa postular a Quito como sede de eventos Internacionales, así como algunos de los proveedores y organizadores de la Ciudad.

El evento contó con la participación de 60 personas entre "buyers" y "suppliers" quienes recibieron información sobre los beneficios y ventajas de Quito como potencial destino para el desarrollo de Congresos y/o Eventos Internacionales.

Además, se realizó un reconocimiento como "Embajadores del Destino" a aquellos empresarios que lograron captar durante el año 2018, Congresos y/o Eventos Internacionales que se llevarán a cabo en el 2019, 2020 y 2021.

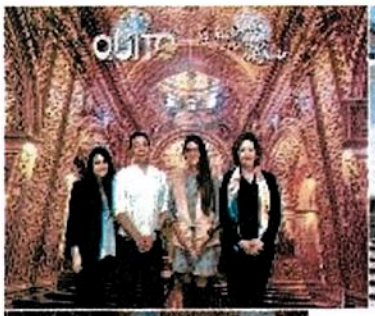
f) POSTULACIÓN DE EVENTOS

- X Cumbre Interamericana Scouts

- WildLife Disease Latam

Durante el mes de septiembre del 2019 se postularon y se ganaron 3 eventos internacionales los cuales generan un ingreso para la ciudad de aproximadamente USD 2.610.100 con 4300 participantes.

EVENTO	PARTICIPANTES APROX.
GFNY	1000
Juegos Latinoamericanos de Policías y Bomberos	3000
XIV Conferencia Mundial de Ciudades por el Comercio Justo	300







ASIPI





APOYO EN GESTIÓN A EVENTOS INTERNACIONALES

II CURSO DE LA RED INTERAMERICANA DE DESARROLLO Y PROFESIONALIZACIÓN POLICIAS (REDPOL)

Reseña del evento: La Red Interamericana de Desarrollo y Profesionalización policial (REDPOL), es una iniciativa del departamento de Seguridad Pública de la Secretaría de Seguridad Multidimensional y de la Secretaría General de la OEA, concebida como un mecanismo regional integral, para potenciar y mejorar las capacidades de las instituciones policiales. El propósito del encuentro es capacitar a policías representantes de los países que conforman la Redpol para fortalecer los conocimientos en temas que tienen que ver con las competencias profesionales, en el manejo de la gestión policial y metodologías especializadas para la lucha contra el crimen organizado transnacional, en todos sus ámbitos. El encuentro permitirá seguir fortaleciendo los compromisos en materia de seguridad para responder a las necesidades a través del intercambio de experiencias, de conocimiento, y la réplica de mejores prácticas policiales, promoviendo un intercambio continuo de información.

Fecha: del 30 de septiembre hasta el 30 de octubre
Lugar: Ciudad de Quito
Web referencial:
https://www.oas.org/es/centro_noticias/comunicado_prensa.asp?sCodigo=AVI-115/17
https://www.policiaecuador.gob.ec/policia-de-ecuador-sera-la-anfitriona-del-segundo-curso-de-capacitacion-policial-redppol/

Beneficiados: 64 oficiales de policías de 27 países miembros de la Organización de Estados Americanos (OEA participantes correspondientes a Policías de diferentes países de la región

Tipo de apoyo: Material promocional

- 64 buffs
- 10 sombreros de paja toquilla para invitados VIP



33 CONVENCIÓN INTERNACIONAL DE GRADUADOS ZAMORANOS

- **Reseña del evento:**

Del 24 al 27 de octubre del 2019, en la ciudad de Quito se llevó a cabo la 33 Convención Internacional de ZAMORANOS (CIZA), generando un espacio de reencuentro de colegas, con graduados de varios países del mundo de todas las promociones.

Desde 1970, los graduados ZAMORANOS se reúnen en diferentes sedes, para intercambiar experiencias, ampliar conocimientos, compartir proyectos y reavivar el sentimiento común de fraternidad y amor por su Universidad. Es un espacio para celebrar las contribuciones de los ZAMORANOS al desarrollo de la sociedad y todos los logros alcanzados por más de siete décadas de historia de la Escuela Agrícola Panamericana El Zamorano, los que le han llevado a ser una universidad de vanguardia, reconocida a nivel mundial.

- **Fecha:** Del 24 al 27 de octubre
- **Lugar:** Ciudad de Quito / Hotel JW Marriot
- **Página web del evento:** https://www.convencionzamoranos.com/
- **Beneficiados**: Asociación de Graduados Zamoranos
- **Tipo de apoyo:** Promoción del evento en redes sociales

https://twitter.com/epmquitoturismo/status/1186384090548846593?s=12







XI CONGRESO BOLIVARIANO DE LA FILACP

- **Reseña del evento:**
- **Fecha:** Del 24, 25 y 26 de octubre de 2019
- **Lugar:** Ciudad de Quito / Hilton Colón
- **Página web referencial:** https://congresobolivarianofilacp2019.com/
- **Beneficiados:** La Sociedad Ecuatoriana De Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética SECPRE
- **Tipo de apoyo:**
  - Material promocional: 10 Kits de bienvenida para participantes VIP
  - 10 guías metropolitanos y 2 Policías Nacionales de Seguridad Turística.
  - Promoción del evento en redes sociales – Twitter

https://twitter.com/epmquitoturismo/status/1187011088988200963?s=12







XIV CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIUDADES POR EL COMERCIO JUSTO

- **Reseña del evento:** Generar un espacio de intercambio y conocimiento entre los agentes públicos, sociales y empresariales que participan en la Campaña Internacional de Ciudades por el Comercio Justo, e impulsar un modelo de producción y consumo sostenible, basado en el respeto de los Derechos Humanos el medio ambiente.
- **Fecha:** Tentativamente para octubre 2020
- **Lugar:** Quito / Es la primera ciudad de Latino américa en ser sede del evento
- **Página web referencial:** http://encuentrociudadesporelcomerciojusto.org/
- **Beneficiados:**
- **Tipo de apoyo:**
  - Se prevé en los próximos meses ser parte del Comité Organizador del Evento
  - Quito Turismo apoyara, con la promoción del evento.

o Apoyo con la gestión de tarifas preferenciales en establecimientos de alojamiento para los participantes, mediante la gestión con la empresa privada y Asociación de Hoteleros

o Por el momento se ha comunicado que Quito ha ganado la sede del evento. https://twitter.com/epmquitoturismo/status/1187009490815729666?s=12





GRAN FONDO DE NEW YORK – QUITO

- **Reseña del evento:** Es la marca global de maratones de ciclismo de ruta más grande del mundo, ofreciendo eventos, ropa de ciclismo equipo a todos los apasionados por el ciclismo alrededor del mundo.

La carrera tiene el pelotón más internacional en el mundo con ciclistas de 100 naciones que se juntan para retarse a sí mismos, contra el reloj y contra sus compañeros ciclistas en una ruta icónica.

Para el 2020 Quito será la Sede de esta competencia mostrando las bellezas paisajísticas y arquitectónicas de la ciudad. Y el reto de realizar por primera vez ciclismo en una ciudad de altura

- **Fecha:** Tentativamente 23 de agosto de 2020
- **Lugar:** Ciudad de Quito
- **Página web referencial:** http://gfnyecuador.com/
- **Tipo de apoyo**

o Por el momento se ha comunicado que Quito ha ganado la sede del evento. https://twitter.com/epmquitoturismo/status/1178695354918883328?s=12





XII CUMBRE MUNDIAL DE MIGRACIÓN Y DESARROLLO (FGMD)

- **Reseña del evento:**

La Cumbre del Foro Mundial sobre Migración y Desarrollo (FMMD) es un evento anual de los Estados miembros y observadores de las Naciones Unidas, creado con la finalidad de generar un diálogo de Alto Nivel sobre la Migración Internacional y el Desarrollo; abordar de manera transparente los aspectos polifacéticos, las oportunidades y los desafíos vinculados a la migración internacional y sus interrelaciones con el desarrollo; reunir la experiencia de los gobiernos de todas las regiones; reforzar el diálogo, la cooperación y la asociación, y fomentar resultados prácticos y orientados a la acción en los planos nacional, regional y mundial.

En esta ocasión Quito es la sede de tan importante evento el mismo que se realizará en el mes de enero del 2020 en el Nuevo Centro de Convenciones Metropolitano de Quito. El evento prevé atraer alrededor de 1000 participantes entre nacionales e internacionales. Es importante destacar que el evento cuenta con la participación de delegados de 150 países pertenecientes a la ONU; tales como alcaldes, representantes de organismos internacionales, entre otros; perfiles de muy alto nivel.

- **Fecha:** Previsto para enero 2020
- **Lugar:** Centro de Convenciones Metropolitano Bicentenario
- **Página web referencial:** Pendiente
- **Tipo de apoyo:**

o Por el momento Quito Turismo ha gestionado la reserva del espacio en el Centro de Convenciones Metropolitano Bicentenario.

o Gestión del floor plan para el área de feria de artesanos

o Gestión con la empresa privada (tour operadores) para contar con un espacio de venta de tours con la finalidad de ofrecer alternativas turísticas para los participantes durante su permanencia.

o Gestión con la empresa privada (establecimiento de alimentos y bebidas) para contar con opciones de restaurantes de primera categoría que ofrezcan el servicio de alimentación durante los días del evento.

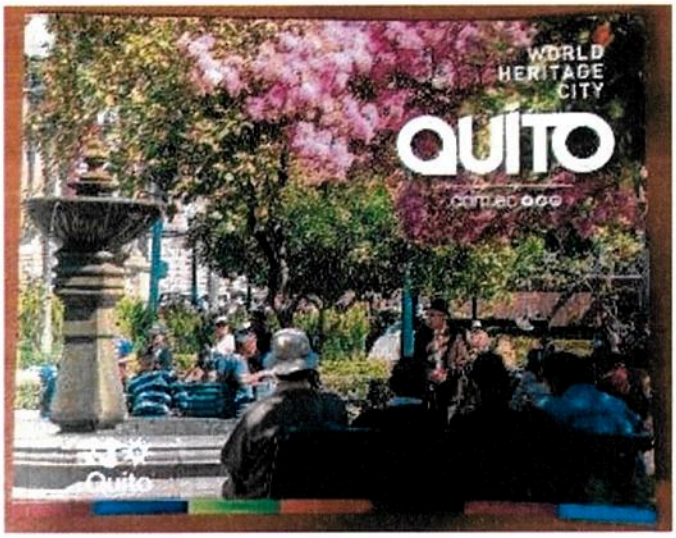
SÉPTIMA REUNIÓN DE MINISTROS EN MATERIA DE SEGURIDAD PÚBLICA DE LAS AMÉRICAS (MISPA VII)

- **Reseña del evento:**

Las reuniones del MISPA permiten compartir experiencias en materia de seguridad pública y "diseñar e implementar respuestas integrales a los desafíos que enfrenta la región en gestión de la seguridad pública, prevención de la delincuencia, la violencia y la inseguridad, gestión policial, participación ciudadana comunitaria y la cooperación internacional".

La designación del Ecuador como sede de esta reunión fue decidida en el seno de la Organización de Estados Americanos, "como un reconocimiento a los avances alcanzados por nuestro país y su compromiso con los objetivos hemisféricos para la seguridad ciudadana",

- **Fecha:** 30 y 31 de octubre de 2019
- **Lugar:** Quito – Hotel Hilton Colón
- **Página web referencial:** https://www.cancilleria.gob.ec/ecuador-acogera-en-octubre-la-vii-reunion-de-ministros-de-seguridad-de-las-americas/
- **Beneficiarios:** Alrededor de 400 invitados pertenecientes a 40 delegaciones
- **Tipo de apoyo:** Material promocional
  - 40 Minitrades



COPA LIBERTADORES DE FÚTBOL FEMENINO:

- **Reseña del evento:**

La Copa Conmebol Libertadores Femenina, más conocido como Copa Libertadores de América Femenina es un torneo internacional de fútbol organizado por la Confederación Sudamericana de Fútbol, la más importante y prestigiosa copa a nivel de clubes de fútbol femenino en América del Sur.

- **Fecha**

Durante la semana del 14 al 28 de octubre de 2019

- **Tipo de apoyo:**

Se realizó la entrega de 500 rosas a las participantes de la Copa Conmebol Libertadores Femenina. El objetivo de esta acción fue el de tener un detalle de agradecimiento hacia las participantes luego de haber decidido quedarse en la ciudad de Quito durante los días de protesta. La organización del evento decidió apostar por la ciudad y no cancelar su evento. Razón por la que Quito Turismo junto con la empresa privada aunaron esfuerzo para reconocer a las participantes con rosas ecuatorianas y chocolates de la reconocida marca PACARI, además de una serenata en sus hoteles.



CAPACITACIÓN MICE – MIGUEL HARRACA & ASOCIADOS CONSULTING

- **Reseña del evento:** La Dirección MICE gestionó la capacitación a varios funcionarios de Quito Turismo en temas relacionados con la industria de reuniones. En esta capacitación se contó con la presencia del Sr. Miguel Harraca, consultor experto argentino en industria MICE.

La jornada de capacitación contó con la presencia de representantes de cada uno de los departamentos de Quito Turismo

- **Fecha:** Viernes 11 de octubre de 2019
- **Lugar:** Quito Turismo
- **Beneficiarios:** Equipo Quito Turismo
- **Tipo de apoyo:** Capacitación





AGENDA DE EVENTOS 2019 – 2025

La agenda de eventos internacionales hasta el 2025 es de un ingreso aproximado de 12 millones de dólares.

Año	# Eventos	# Participantes	*Ingreso aprox	
2019	42	12118	$	7.355.626
2020	22	10189	$	6.184.723
2021	3	1100	$	667.700
2025	1	400	$	242.800
TOTAL	**68**	**23.807**	**$**	**14.450.849**

PARTICIPACIÓN EVENTOS INTERNACIONALES

- 36vo Congreso Cocal 2019 – Panamá

El equipo de la Dirección MICE participó en el 36º Congreso COCAL 2019 en el cual se conoció las últimas tendencias en el turismo de reuniones y se mantuvo reuniones con importantes actores del sector gestionando entre otros temas la afiliación de Quito Turismo a Cocal, la realización de un evento de capacitación por Cocal, press trip de la revista Latinoamérica Meetings, entre otros.

- TMLA 2019

Durante el mes de septiembre se realizó en Quito la feria turística TMLA donde se mantuvieron reuniones con diferentes actores Mice con el objetivo de continuar el posicionamiento de Quito como un destino sede de eventos internacionales

OFICINAS DE RELACIONES PÚBLICAS

- Las oficinas de relaciones públicas han levantado información de potenciales eventos para Quito, los cuales la dirección mice está realizando un seguimiento de los mismos para poder atraerlos en los próximos años
- Así mismo han enviado información del destino a varios medios periodísticos.

CAMBIO DE DIRECCIÓN

A partir del 01 de agosto de 2019 se asumió la Dirección MICE, en la transición no se contó con un informe detallado de las acciones, pendientes a la fecha y contactos generados por el Director saliente, tampoco se contó con las contraseñas del sistema ICCA.

Se ha venido trabajando con MINTUR en el proceso de contratación para el evento SAHIC que estuvo rezagado varios meses, así como en la elaboración de información del destino en tema MICE e inversiones.

Por otro lado, el Travel Mart Latin America se llevará a cabo en Quito y se está coordinando con CAPTUR el apoyo que se dará al mismo, en cuanto al evento de clausura, lugar de la feria y apoyo en el recibimiento de los buyers en el aeropuerto Mariscal Sucre.

CONCIERTO ARA MALIKIAN

En los últimos años las ciudades turísticas patrimoniales, como la ciudad de Quito, han mostrado un interés creciente por consolidarse en el mercado de los eventos. Estos tienen importantes ventajas competitivas frente a otros productos, ya que los visitantes gastan más que la media, se mejora la imagen de marca de la ciudad, sirven para diferenciar espacios similares en muchas ciudades y son más versátiles que otros recursos como el patrimonio edificado. El rodaje del video de Ara Malikian en la ciudad de Quito, otorgará imagen internacional, atracción turística y también beneficios económicos a la industria turística.
Durante el mes de **noviembre de 2019** se cumplieron importantes hitos y se llevaron a cabo gestiones locales para postular a eventos internacionales de trascendencia:

- El 24 de noviembre, en el Coliseo General Rumiñahui, se realizó el Torneo Deportivo de Exhibición Quito – Mitad del Mundo, con la presencia del legendario tenista **Roger Federer**, actualmente número 3 del mundo según el ranking ATP y el también famoso **Alexander Zverev** (7º ATP). Quito Turismo estuvo presente con la promoción de su imagen turística, tanto en los promocionales previos al evento, como en la rueda de prensa que fue en la Ciudad Mitad del Mundo y en el partido de tenis en el Coliseo. Con la finalidad de medir el impacto turístico positivo de la realización de este evento deportivo, se coordinó con la Universidad Central la realización de un estudio de beneficios, a través de la aplicación de una encuesta a los visitantes a Quito por este motivo. Los resultados preliminares indican un impacto económico proyectado para el sector de USD 2'973.859, 05. El evento tuvo alrededor de 11800 asistentes, de los cuales se estima que la mitad vino de otras provincias como Guayas y Azuay.

- En el mes de septiembre el **Buró de Convenciones de Quito** pidió a QT firmar un

convenio para ser la única oficina que gestiona eventos en la ciudad. Después del análisis técnico se identificó que muchas de las funciones que un buró debe hacer ya las hace QT a través de su Dirección MICE. En lugar del Convenio se ha propuesto al Buró, la firma de una **CARTA COMPROMISO** que básicamente se enfoca en coordinar acciones conjuntas para trabajar desde lo público y privado por un objetivo común que es posicionar a Quito como un destino de eventos de clase mundial.

- Gestión local para la postulación de Quito como sede del **30º Congreso Internacional de Notarios 2022**, organizado por la Unión Internacional de Notarios. Evento de 1000 asistentes en promedio: https://www.uinl.org/web/uinl/home. Se hizo el acercamiento con el miembro local, el Presidente de la Federación Nacional de Notarios del Ecuador, http://www.fen.com.ec/website/, el Dr. Homero López, Notario 26º de Quito (+593 99 922 0610). Se le entregaron dos cartas firmadas por la Gerente, en la que se indica el compromiso de QT de apoyar la postulación y de ser el caso el evento. Se preparó un borrador de Convenio entre las dos organizaciones.

- Gestión local para la postulación de Quito como sede de un evento del ***World Travel and Tourism Council 2020 -2021*** https://www.wttc.org/events/. El WTTC - Consejo Mundial de Viajes y Turismo, representa al sector privado de Viajes y Turismo a nivel mundial. Incluyen más de 200 CEO y presidentes de las principales compañías de viajes y turismo del mundo de todas las geografías que cubren todas las industrias. Durante los últimos 30 años, WTTC ha llevado a cabo investigaciones sobre el impacto económico de los viajes y el turismo en 185 países. Nos enviará información sobre la oportunidad de organizar un encuentro de Líderes del WTTC en Quito. También información para que la ciudad pueda mostrarse en la próxima Global Summit 2020, evento que reúne a más de 1000 asistentes, que será en San Juan, Puerto Rico 21 - 23 abril 2020 https://www.wttc.org/events/summits/global-summit-2020/

Gestión local para traer a Quito un evento de la ***Adventure Travel Trade Association*** **– ATTA** https://www.adventuretravel.biz/ Por un lado, se solicitó a la oficina de representación de QT que durante la WTM 2019 contacto a un representante de ATTA y le manifieste el interés de la ciudad de traer un evento a Quito. Estamos ya en contacto con para analizar la posibilidad de traer un ADVENTURE NEXT para el 2020 ó 2021 https://www.adventuretravel.biz/events/adventurenext/ . Por otro lado, se contactó a un representante local – miembro de ATTA para tener una visión sobre los eventos ATTA la cual fue positiva en términos de promoción del destino, *networking* y asistencia de buyers. Los eventos ATTA son buenas oportunidades para hacer negocios especializados en turismo de naturaleza / aventura, hacer PPRR y difundir los atractivos de las ciudades anfitrionas. Se requiere un nivel de conocimiento del sector ADVENTURE y experiencia en eventos anteriores para diseñar un evento – experiencia en Quito, fuera de lo común.

- Se activaron las reuniones de trabajo con la Academia, que es actor estratégico para atraer eventos y convenciones científicas y técnicas a la Ciudad: Empezamos con la **ESPE**, en la que presentamos los apoyos y la metodología de trabajo de Quito

turismo para la captación de eventos internacionales. En la reunión participaron las principales autoridades de la Universidad: Sr. Mauricio Gonzáles – Vicerrector de investigación, Innovación y Transferencia de tecnología, Sra. Claudia Segovia Ph.D – Coordinadora de Fondos Internacionales para Investigación, Tcrn. Henry Cruz Ph. D - Director de Gestión de la Investigación. Adicionalmente se entregó un listado de 112 potenciales eventos que la UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE podría captar con el apoyo de Quito Turismo.

- También se realizaron Visitas de Inspección de Destino para atraer eventos para el 2020. **FLORA** es el Festival Internacional de las Flores de Córdoba – España https://festivalflora.com/, que está previsto que se desarrolle en Quito en agosto del 2020. El festival invita y selecciona a artistas para que preparen esculturas florales bajo una temática específica. Los trabajos adornan y se exhiben en patios de la ciudad, será un evento abierto al público. Nos visitaron María Van den Eynde Cárdenes (Directora de Fundación Flora), Juan Ceña Poza (Accionista de la cadena Hotelera Zizai) y Emilio Ruiz Mateo (Director Artístico de Flora) quienes pudieron apreciar la riqueza patrimonial de los Patios dentro de Edificaciones Históricas del Centro Histórico de Quito y toda la infraestructura de la ciudad. Además, visitaron haciendas florícolas del norte de Quito que serán proveedores de la materia prima. Se reunieron con varias empresas como Expoflores, KLM, Iberia, Banco Internacional, Ministerio de Turismo, Quiport, entre otras con el propósito de buscar auspiciantes.

- La Federación Colombiana de Obstetricia y Ginecología, **FECOLSOG**, es una Sociedad Científica que reúne y agrupa a las Asociaciones regionales de la especialidad de la Obstetricia y la Ginecología ubicadas en la República de Colombia. La visita de inspección a Quito se realizó con el objetivo de traer las convenciones que este gremio organiza a nuestra ciudad. Están en busca de nuevos y novedosos destinos y experiencias que mostrar durante sus múltiples eventos anuales. Nos visitó su representante y coordinador de eventos a nivel latinoamericano, Wilson Vela, con quien se tuvo la oportunidad, además de visitar el Centro Histórico de Quito, todas las locaciones en las cuales se podría llevar a cabo los eventos previstos para el año 2020. Entre las locaciones visitadas están los espacios históricos como el Centro Cultural Metropolitano, Convento de San Francisco, Centro Cultural Itchimbía y Centro de Arte Contemporáneo; espacios modernos como Centro de Convenciones Metropolitano y espacios probados como los salones de los hoteles Hilton Colon, Marriott y Swissotel. https://www.fecolsog.org/

Durante el mes de diciembre 2019 se realizó un taller mice para los hoteles de Quito, para dar a conocer las estrategias y planes que se pueden realizar para poder atraer más eventos internacionales.





Se realizó un taller y presentación con potenciales ¨embajadores de Quito para traer eventos internacionales





CONCLUSIONES

- Durante los meses de enero y febrero se han logrado concretar actividades importantes que permitirán un mejor posicionamiento del destino como sede de Congresos y/o Eventos Internacionales, con lo cual la gestión a desarrollar durante el resto del año 2019 deberá ser mucho más eficiente.
- De igual forma se ha logrado establecer un vínculo importante entre los diferentes actores de la cadena de valor del segmento MICE a nivel local, provocando así un trabajo en conjunto que se verá reflejado en beneficios para la Ciudad.
- El mes de agosto y septiembre se ha realizado ya postulaciones para los próximos años donde en septiembre se vieron frutos, donde se ha ganado 3 eventos importantes para la ciudad

RECOMENDACIONES

- Es importante realizar un plan de MICE es importante dar continuidad y seguimiento a los acercamientos realizados dentro de la Reunión de Trabajo a la fecha; y, de ser el caso, replicar los mismos.
- En función del vínculo generado con los diferentes actores del Segmento MICE en la ciudad, es importante consolidar un grupo de trabajo para evaluación de ferias y eventos para la ciudad de Quito.

- Dentro de los pendientes está la capacitación al sector MICE en lo que se refiere a postulaciones, ventajas del destino, herramientas disponibles para captar eventos, entre otros temas.
- Se debe cambiar la dinámica de trabajo en base a un plan MICE con objetivos y metas claras y ejecutables, donde se plantee una estrategia a mediano y largo plazo, para tener unos lineamientos de acción.
- Importante generar un primer comité con la industria privada del sector MICE para poder levantar mayor información de los eventos que se dan en la ciudad
- Levantamiento de potenciales eventos internacionales para Quito en los próximos años
- Realizar un nuevo estudio de impacto económico de la industria de reuniones en Quito.

Responsable:

Norma Bock
Directora de MICE

4.4.4. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Comunicación en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: **80% de eficacia**; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área).

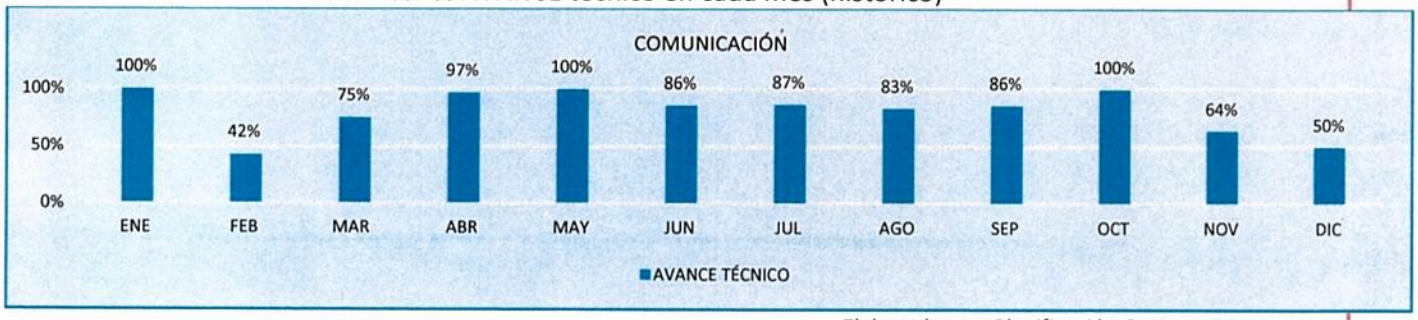
Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **95% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL), y un 94% de presupuesto devengado según se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: Comunicación

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
COMUNICACIÓN	80%	80%	0%	95%	100%	94%	97%	82%	77%	80%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

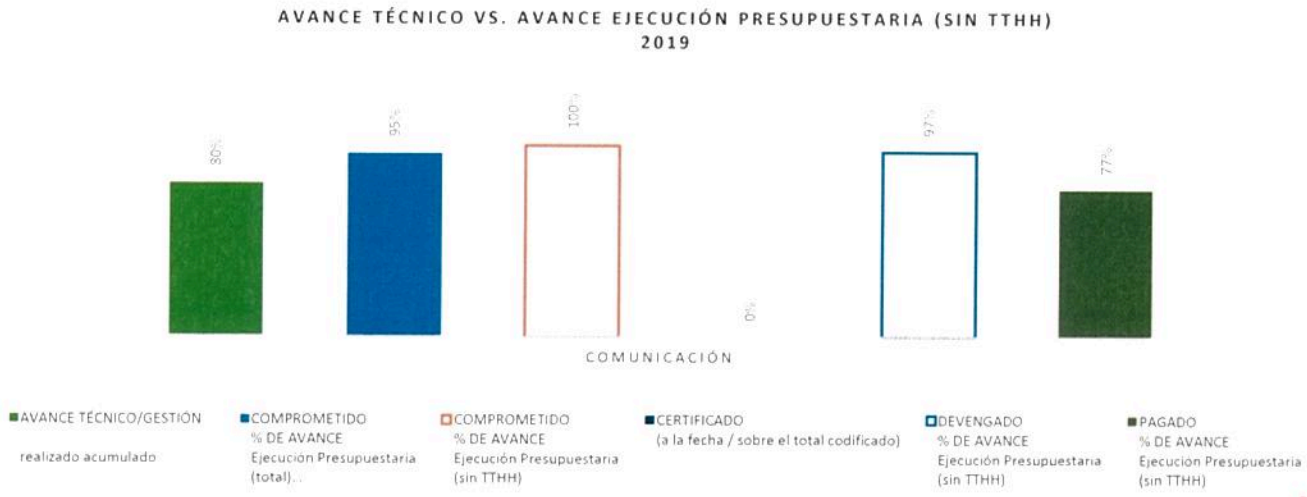
Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.-% AVANCE técnico en cada mes (histórico)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro 7. Resumen AVANCE por proyectos QT – Comunicación

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TÉCNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
COMUNICACIÓN MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	GESTION DE COMUNICACIÓN	01 COMUNICACION NACIONAL	80,00%	80,00%	202.531,00	152.575,00	-	152.575,00	147.874,98
	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	01 GASTOS COMUNES DE COMUNICACION	100,00%		24.303,88	16.069,00	-39,06	16.069,00	14.926,04
		Sub Total Comunicación			226.834,88	168.644,00	-39,06	168.644,00	162.801,02
	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	01 TALENTO HUMANO DE COMUNICACION	90,79%		113.364,55	161.556,03	400,00	146.683,84	146.683,84
		Total Comunicación + TH	80,00%		340.199,43	330.200,03	360,94	315.327,84	309.484,86

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

4.4.4.1. GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

ACCIONES REALIZADAS Y RESULTADOS ALCANZADOS

La Dirección de Comunicación de Quito Turismo ha trabajado en varias acciones para generar reconocimiento y desarrollo de la industria turística, basados en los siguientes ejes:

- **Relaciones Públicas:** Se han realizado y socializado boletines internos y externos, así como entrevistas sobre temas de actualidad de la institución y desarrollo de temas comunicacionales para difusión.

- **Diseño:** Se han generado artes y propuestas gráficas, en torno a temas específicos, eventos, momentos, fechas, atractivos, cobertura de eventos.
- **Redes sociales:** Se han creado diferentes estrategias de promoción en redes sociales institucionales para la difusión y socialización de eventos promocionales e institucionales.

Es necesario mencionar que la Dirección de Comunicación ha trabajado en conjunto con áreas específicas de Quito Turismo para temas de difusión, logística, manejo de imagen, protocolo, apoyo en eventos, entrega de material audiovisual, entre otros.

RELACIONES PÚBLICAS

NOTICIAS FREE PRESS

Los boletines de prensa sobre el destino Quito fueron enviados a bases de medios de comunicación nacionales (radio, televisión, prensa, revistas y web), mismos que permitieron alcanzar un free press de 3845 *noticias* sobre el destino Quito y Quito Turismo en los meses de enero a diciembre del presente año. A continuación, el detalle de las noticias (boletines de prensa) generadas mensualmente:

MES	2019
ENERO	12
FEBRERO	8
MARZO	6
ABRIL	5
MAYO	6
JUNIO	6
JULIO	5
AGOSTO	7
SEPTIEMBRE	12
OCTUBRE	8
NOVIEMBRE	5
DICIEMBRE	10
TOTAL	90

Valoración Free Press

- En el siguiente cuadro se puede observar las noticias gestionadas para publicación gratuita junto con el número de entrevistas realizadas por la vocera de la Institución, que permiten obtener un media value (free press) noticioso.

Acumulado Noticias free press, publicadas de enero a diciembre 2019



Noticias difundidas por mes y por medio, de enero a diciembre 2019

MEDIOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Prensa	164	160	217	213	188	170	204	206	125	154	303	304
Televisión	27	56	65	68	36	24	16	60	23	150	76	155
Radio	41	42	51	32	28	19	20	30	16	55	29	60
Medios digitales	37	6	6	7	4	2	9	11	29	36	24	30
Revistas	6	2	8	-	3	-	2	4	2	2	7	13
TOTAL	**276**	**266**	**347**	**320**	**259**	**215**	**251**	**311**	**195**	**397**	**439**	**562**

Media Value (enero – diciembre)

Noticioso



Publicitario



En resumen:

90	• Boletines institucionales y de destino
90	• Noticias gestionadas para su publicación gratuita
80	• Entrevistas generadas a voceros de la institución
251'554.732,13	• Media value noticioso hasta diciembre
85'987.765,89	• Media value publicitario hasta diciembre

a. COBERTURAS

La Dirección de Comunicación generó el apoyo necesario en varios eventos de gran trascendencia en temas de convocatoria a medios de comunicación, cobertura para redes sociales, cobertura fotográfica, logística y protocolo.

EVENTO DE CERTIFICACIÓN DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL (CCMQ)





FITUR 2019





VISITA INFLUENCERS Y PRENSA BRASILEÑA





PRE ELIMINATORIAS FANESCA 2019





EVENTO SAVE THE DATE





REUNIÓN CON REPRESENTANTES DE TRAVEL MART LATIN AMERICA



WORLD TRAVEL MARKET LATINAMERICA 2019 (SAO PAULO)





FERIA ANATO COLOMBIA





FESTIVAL "EL LADO DULCE DE LA FANESCA"





SEMANA SANTA





VISITA PERIODISTA NORTEAMERICANO JHON LEE ANDERSON





SIMPOSIO INTERNACIONAL DEL CONSEJO INTERNACIONAL DEL DEPORTE MILITAR 2019





MRS. ECUADOR UNIVERSE





ALFOMBRAS Y ALTARES

FLORALES POR CELEBRACIÓN DEL CORPUS CHRISTI





CAPACITACIONES CALIDAD





WORLD TRAVEL AWARDS





FESTIVAL GASTRONÓMICO LA YAPA.EC

LA RUTA DEL AGAVE



ACTIVACIÓN VERANO COMETAS

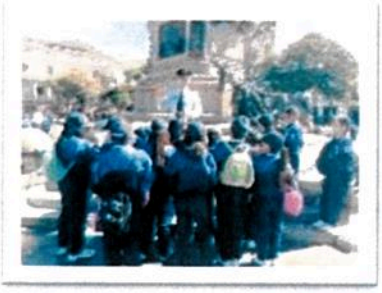


RECORRIDO AUTORIDADES



VERANO





PRESS TRIP PERIODISTAS LOCALES Y NACIONALES



RUEDA DE PRENSA – SAHIC



LA LIBERTAD ES MÍA



ACTIVACIÓN PHOTOBOOTH



BIRDFAIR



VISITA JOSÉ BARRETO - INFLUENCER



ENTREGA CERTIFICADOS CAPAC. ACCESIBILIDAD



ARI MALIKIAN



LA BÚSQUEDA DEL TESORO QUITEÑO – YINCANA



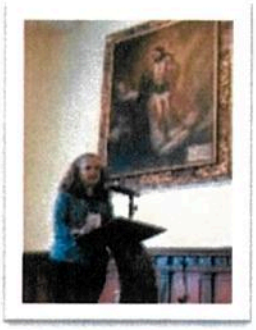
CARAVANA QUITO-COLOMBIA





ALTA AVIATION LAW AMERICAS CONFERENCE QUITO: ESPACIALIDAD Y PATRIMONIO VIVO"





SAHIC 2019







TMLA





HORECA

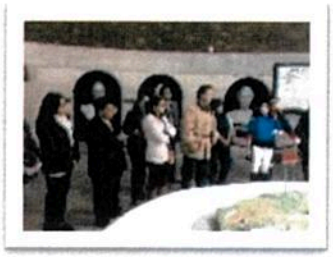


RUTA GASTRONÓMICA

ACTIVACIONES DÍA DEL TURISMO







FERIA TOP RESA FRANCIA

ROAD SHOW NORTEAMÉRICA





EXPO ORQUÍDEAS

PRESS TRIP NONO





VISITA FERNANDO OLIVERA ROCA MUNDO

RUEDA DE PRENSA TORNEO MITAD DEL





REUNIÓN ALCALDE CON INDUSTRIA

CENA CUERPO DIPLOMÁTICO





COMITÉ TURÍSTICA DE CRISIS

COPA FEMENINA SUDAMERICANA





MINGA POR QUITO

VISITA EMBAJADOR DE FRANCIA





ARRIBO BOEING787 A #QUITO

CONGRESO ICCA





RECORRIDO FENACAPTUR GUAGUAS DE PAN

RECONOCIMIENTOS 20 COLADAS Y



FESTIVAL MÁS ALLÁ DE LA VIDA



WORLD TRAVEL MARKET



REUNIÓN AEROLÍNEAS Y CORPORACIÓN QUIPORT



REUNIÓN MANAGER



FEDERER



ENCUENTRO DE PARROQUIAS RURALES INAUGURAL

ACTIVACIÓN INTERJET VUELO



REUNIÓN REPRESENTANTES COMUNIDAD TURÍSTICOS



CAPACITACIONES PROMOTORES

YUNGUILLA





VIDEO TU HISTORIA COMIENZA
AUTORIDADES
EN QUITO EN VUELOS DE AVIANCA



RECORRIDO RUTA ESCONDIDA



FIRMA CONVENIO UNIVERSIDAD CENTRAL



RECORRIDO RUTA ESCONDIDA CON EXPERTOS EN TURISMO MÉXICO



TOUR OPERADORES DE EUROPA NOS VISITAN



RUEDA DE PRENSA TORNEO QUITO
QUITO MITAD DEL MUNDO



TORNEO QUITO MITAD DEL MUNDO



PRESS TRIP AEROMÉXICO



HÁBITAT III + 3



PRESS TRIP REINO UNIDO



DESFILE DE LA CONFRATERNIDAD



FIESTAS DE QUITO



FAMTRIP REINO UNIDO

USTOA





PRESS TRIP DIARIO EL PAÍS

VISITA MEET LAM- TURISMO MICE





MERCADOS NAVIDEÑOS

INAUGURACIÓN VUELO DE AIRCANADA TORONTO UIO

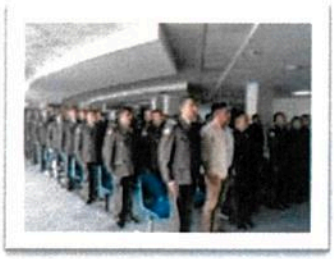




PRESS TRIP DIARIO THE TORONTO SUN

ENTREGA CERTIFICADOS – SEGURIDAD





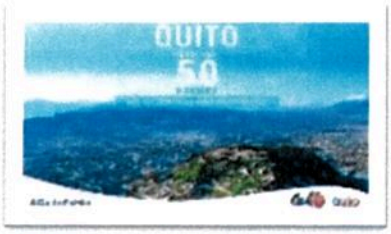
PRESS TRIP GLOBAL PASSPORT MICE"



"CÓMO APUNTAR QUITO PARA DESTINO



PUBLICACIÓN TRAVEL & LEISURE DISTINTIVO Q



ENTREGA RECONOCIMIENTO



PARTICIPACIÓN FERIA FETUR



FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO



PRESS TRIP OUEST FRANCE SOMOS



TALLER DE COCINA CASA



FERIA DE PRODUCTOS MONÁSTICOS





EVENTO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

b. BOLETINES

La Dirección de Comunicación ha generado 90 boletines, mismos que han sido socializados y enviados a nuestra base de datos, a la que pertenecen medios de comunicación y el sector turístico. A continuación, unos ejemplos:



c. PAUTA PUBLICITARIA

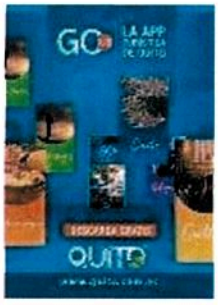
En este año se ha pautado en revistas especializadas de turismo o insertos:

Clave Turismo (marzo)
Semana Santa Quiteña



This is Ecuador (abril a septiembre)

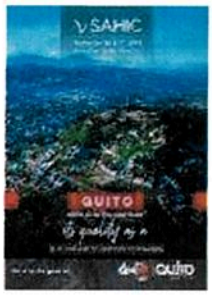












Revista Ñan (abril, junio, agosto, septiembre, diciembre)







Inserto Diario El Comercio

Semana Santa



d. AGENDA DE MEDIOS

Se han generado 80 espacios de entrevistas en diferentes medios de comunicación (Prensa, Tv, Radio).

e. PERIÓDICO INSTITUCIONAL

El informativo se lo publica mensualmente, y contiene noticias destacadas que Quito Turismo genera a nivel nacional e internacional.

Enero



Febrero



Marzo



Abril



Mayo

Ju





Julio



f. REDES SOCIALES

Algunas de las principales campañas y proyectos que se han promocionado durante los meses de enero a diciembre de 2019 son:

- Promoción del certificado de accesibilidad universal del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito
- Campaña de promoción Video Ciudad 2019
- Campaña de promoción de Plataforma Digital Turística de Quito
- Difusión de videos de Distintivo Q
- Campaña de promoción Rutas Turísticas de Quito
- Campaña de inscripciones Distintivo Q
- Feria Internacional FITUR 2019
- Difusión de premios obtenidos en FITUR 2019
- El Quinde
- Proyecto Manos a la Ronda
- Carnaval 2019
- Feria turística Anato
- Feria turística World Travel Market
- Feria turística ITB Berlín
- Semana Santa 2019
- Inauguración Metro de Quito
- Inauguración de la Plaza de la Bienvenida
- Difusión press trip con periodistas nacionales
- Megatravel La Caravana con México y España

- Feria turística REMA
- Feria turística ELA
- Feria sector de reuniones fiexpo
- Promoción de Inti Raymi
- Promoción de Corpus Christi – Alfombras y altares florales
- Difusión de programa de capacitación de la Dirección de Calidad
- Capacitaciones Calidad
- World Travel Awards
- La Yapa.ec
- Ruta del Agave
- Activación Cometas Verano
- Recorrido de Autoridades
- Rutas de verano
- Press trip periodistas locales
- Rueda de prensa SAHIC
- La Libertad es Mía
- Activación Photobooth
- Birdfair
- Visita José Barreto – Influencer
- Entrega Certificados de Capacitación Turismo Accesible
- Ari Malikian
- La Búsqueda del Tesoro Quiteño
- Caravana Colombia – Quito
- Alta Aviation Law Americas Conference - ALTA
- Quito: espacialidad y patrimonio vivo
- Ruta de fachadas
- Activación influencers en redes
- Turismo de experiencias: Museo Agave
- 41 años de Patrimonio Mundial
- Pactoloma
- Capacitación a comerciantes de los terminales de Quitumbe y Carcelén, en charlas acerca de la introducción al turismo y a la seguridad turística.
- Expohoreca
- Ruta de Leyenda
- Visita periodista de la BBC radio
- SAHIC 2019
- TMLA 2019
- ABAV Expo Internacional de Turismo en Brasil
- Activación Aeropuerto por el Día Mundial del Turismo
- Ruta de la Defensa por el Día Mundial del Turismo
- Feria Top Resa Francia
- Road Show Norteamérica
- Expo orquídeas
- Press Trip Nono
- Visita de Fernando Olivera Roca, Secretario de Turismo del estado de Tamaulipas México
- Rueda de prensa Torneo Mitad del Mundo (Roger Federer)
- Comité de Crisis 1,2,3 y 4
- Reunión Alcalde con industria turística
- Copa femenina suramericana
- Minga por Quito

- Visita Embajador de Francia
- Arribo Boeing787 a Quito
- Congreso ICCA
- Recorrido Fenacaptur
- Reconocimiento a las 20 mejores coladas y guaguas de pan
- Festival Más allá de la vida
- World Travel Market
- Reunión Aerolíneas y Corporación Quiport
- Reunión Manager Federer
- Encuentro Parroquias Rurales
- Activación Interjet vuelo inaugural
- Reunión representantes Yunguilla
- Capacitaciones Promotores Turísticos
- Activación video "Tu historia comienza en Quito" en vuelos de Avianca
- Recorrido Ruta Escondida Autoridades
- Firma Convenio Universidad Central
- Recorrido Ruta Escondida Expertos en Turismo México
- Tour Operadores de Europa nos visitan
- Rueda de prensa torneo Quito Mitad del Mundo
- Torneo Quito Mitad Del Mundo
- Press Trip Aeroméxico
- Hábitat III + 3
- Press Trip Reino Unido
- Desfile de la Confraternidad
- Fiestas de Quito
- Fam Trip Reino Unido
- USTOA
- Quito, gana sede de "Plataforma de Diálogo en Acción Humanitaria"
- Press Trip Diario El País
- Visita Meet Lam- Turismo MICE
- Mercados Navideños
- Inauguración vuelo de AirCanada Toronto-Quito
- Press Trip Diario The Toronto Sun
- Entrega de certificados - Capacitación Servicio de Seguridad Turística
- Press Trip Global Passport
- Charla "Cómo apuntar Quito para destino MICE"
- Quito, destino único e imperdible para viajar en 2020 – Travel and Leisure
- Entrega Reconocimiento Distintivo Q
- Participación Feria FETUR
- Feria Internacional del Libro
- Press Trip Ouest France
- Taller de cocina casa Somos
- Feria de Productos Monásticos
- Evento para medios de comunicación

Estos meses se han utilizado los siguientes hashtags en redes sociales con el fin de reforzar y consolidar eventos y noticias importantes que desarrolla Quito Turismo.

- #QuitoDestinoLíder
- #TuHistoriaComienzaEnQuito
- #YouStoryBeginsinQuito
- #MeetinQuito
- #Quito
- #CarnavalQuito2019
- #MICE
- #GoUIO
- #RutasQuito
- #ElLadoDulceDeLaFanesca
- #SemanaSantaQuito
- #YoVotoPorQuito
- #AppTurísticoDeQuito
- #CorpusChristi
- #QuitoEsMío
- #QuitoTurísticoOtraVez
- #TurismoGrandeOtraVez
- #GrandesAnfitrionesOtraVez
- #ImpulsamosQuitoAlMundo
- #EnFeriadoQuitoEsMío
- #QuitoProductivoOtraVez
- #VisitaYAcolitaAQuito
- #YoTeQuieroQuito
- #FeriadoEnQuito
- #FestivalMásAlláDeLaVida
- #TorneoQuitoMitadDelMundo
- #PressTrip
- #FamTrip
- #NavidadEnQuito
- #MercadosNavideños

A continuación, el crecimiento en redes hasta diciembre de 2019:

TWITTER

Twitter Institucional @EPMQUITOTURISMO

1 enero: 6.209
TOTAL AL MOMENTO: 6.405 seguidores

Twitter Promocional @VISITAQUITO

1 enero: 119.269
TOTAL AL MOMENTO: 121.540

Twitter Promocional en inglés @VISITQUITO

1 enero: 6.859
TOTAL AL MOMENTO: 6.808

FACEBOOK

Página promocional inglés @VisitQuito

1 enero: 5.465

TOTAL AL MOMENTO: 5.902

Página promocional e institucional español @QuitoTurismoEC

1 enero: 136.151

TOTAL AL MOMENTO: 137.000

INSTAGRAM

1 enero: 46.000

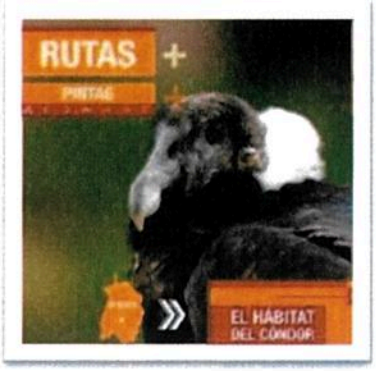
TOTAL AL MOMENTO: 46.200

g. DISEÑO

De enero a diciembre de 2019 se han elaborado alrededor de 703 piezas diseñadas para difundir y promocionar a la ciudad. Estos diseños han aparecido en revistas, vallas, stands, logos, entre otros.





















CONCLUSIONES

- El área de comunicación brinda el soporte necesario a todas las actividades que se realicen dentro y fuera de la Institución como por ejemplo entrevistas, reuniones y eventos. De igual manera se genera un acercamiento permanente con medios de

comunicación con el fin de conseguir espacios de entrevista para el vocero principal y socializar productos comunicacionales como videos, artes, playgrounds, boletines y newsletters.

RECOMENDACIONES

- Se requiere actualizar el equipo informático de la Dirección de Comunicación para producir con mayor calidad y rapidez los productos requeridos.
- Se requiere adquirir nuevos equipos tecnológicos para una mejor elaboración de productos comunicacionales.
- Cada dirección debe pasarnos una planificación mensual de las acciones que requieran ser difundidas por la DIRCOM.

Responsable:

María Gabriela Suárez
Directora de Comunicación (E)

4.4.5. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Inteligencia de Mercados en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

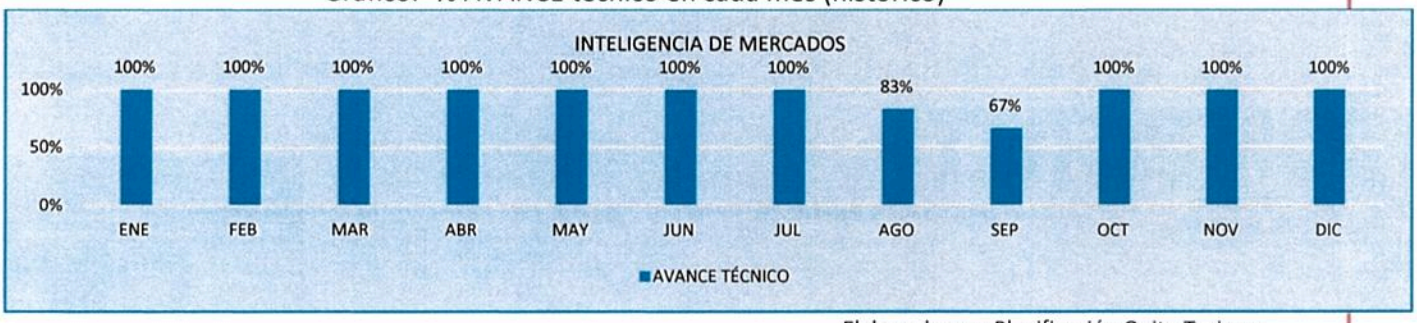
Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: 100% de eficacia; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por cada director de área)

Tabla. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: INTELIGENCIA DE MERCADOS

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
INTELIGENCIA DE MERCADOS	100 %	100 %		100%	100%					100%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

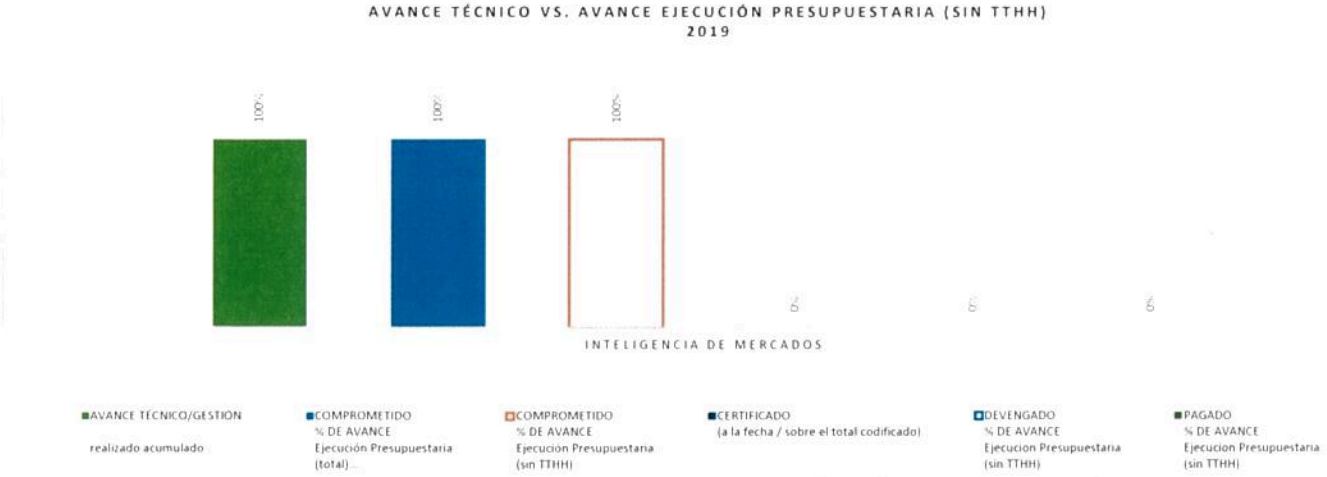
Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro 8. Resumen AVANCE por proyectos QT - Inteligencia de Mercados

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
INTELIGENCIA DE MERCADOS MC: SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS ELABORADO	INDICADORES TURISTICOS	01 SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES	100,00%	100,00%	108.000,00	108.000,00	-	108.000,00	-
	GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	01 GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	100,00%		12.960,00	12.960,00	-	12.960,00	-
		Total Inteligencia de Mercados	100,00%		120.960,00	120.960,00	-	120.960,00	-

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

4.4.5.1. GESTIÓN DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

En 2019 se concluyó el proceso de contratación del Sistema de Indicadores Turísticos por 2 años, con el fin de recopilar y ajustar los datos faltantes desde marzo 2017.

Con ello se podrá mantener y fortalecer el acervo estadístico turístico del DMQ

CONCLUSIONES

- Datos importantes para el desarrollo turístico de la ciudad que ya se ha logrado contratar

RECOMENDACIONES

- Mantener el apoyo para la generación de datos internos y externos que alimenten el SIIT

Nota: Se anexan cuadros de seguimiento-evaluación llenados por el/la director/a de cada área, los cuales podrían ampliar la apreciación de los cuadros que se presentan en esta evaluación.

Responsable:

Rubén Banda
Jefe de Planificación

EVALUACIÓN DEL PROYECTO MÍ CIUDAD: GESTIÓN ADMINISTRATIVA y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

4.5. EVALUACIÓN POA 2019 POR PROGRAMAS DE QUITO TURISMO

4.5.1. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL:

Luego de aplicar los criterios de evaluación al programa de Fortalecimiento Institucional en este periodo ENERO - DICIEMBRE 2019, se ha obtenido:

Eficacia en el período ENERO - DICIEMBRE 2019: **89% de eficacia** en Administrativo y un **88% de eficacia** en Gestión de Talento Humano; el cual se obtuvo de la relación entre el porcentaje técnico a ser realizado-planificado en el periodo, sobre el porcentaje de avance técnico efectivamente realizado en dicho periodo. (Relacionado a la definición y cumplimiento de metas intermedias entregadas por la Gerencia)

Eficiencia.- Lo cual ha sido realizado con un **74% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL) y un 70 % de presupuesto devengado en Gestión Administrativa

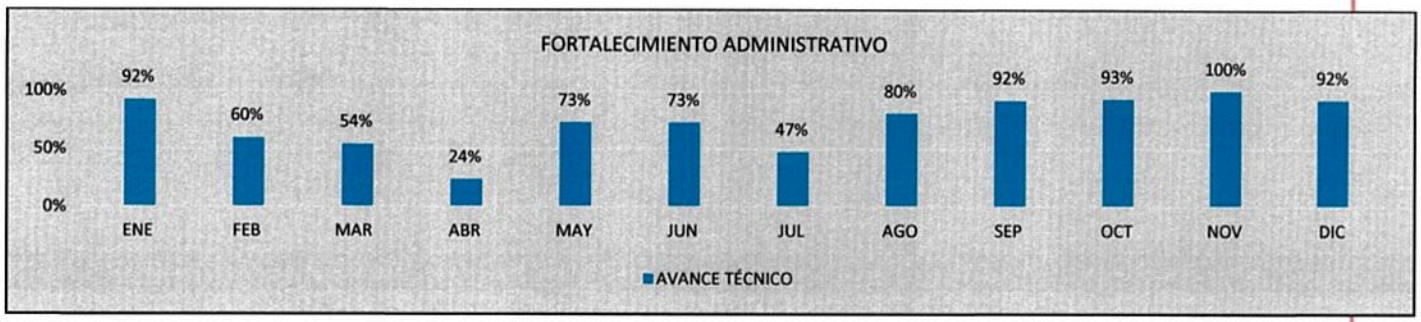
Y con un **96% de presupuesto operativo asignado** (COMPROMETIDO total ANUAL) y un 96% de presupuesto devengado en Gestión del Talento Humano, según se lo describe en la siguiente tabla:

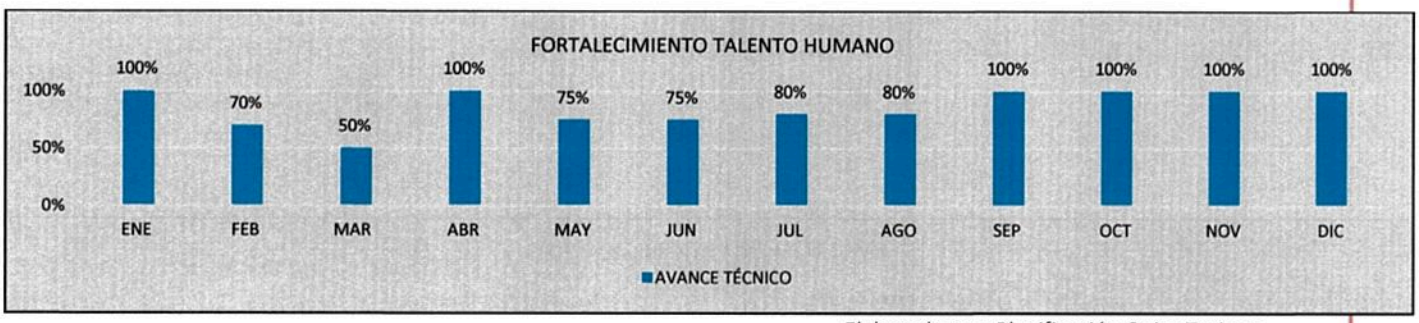
Tabla 10. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019: FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado		CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado al corte (EFICACIA)
	AVANCE ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019								
FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO	89%	89%	11%	74%	74%	70%	70%	66%	66%	89%
FORTALECIMIENTO TALENTO HUMANO	88%	88%	1%	96%	67%	96%	67%	93%	53%	88%
	GESTION		% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO		

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

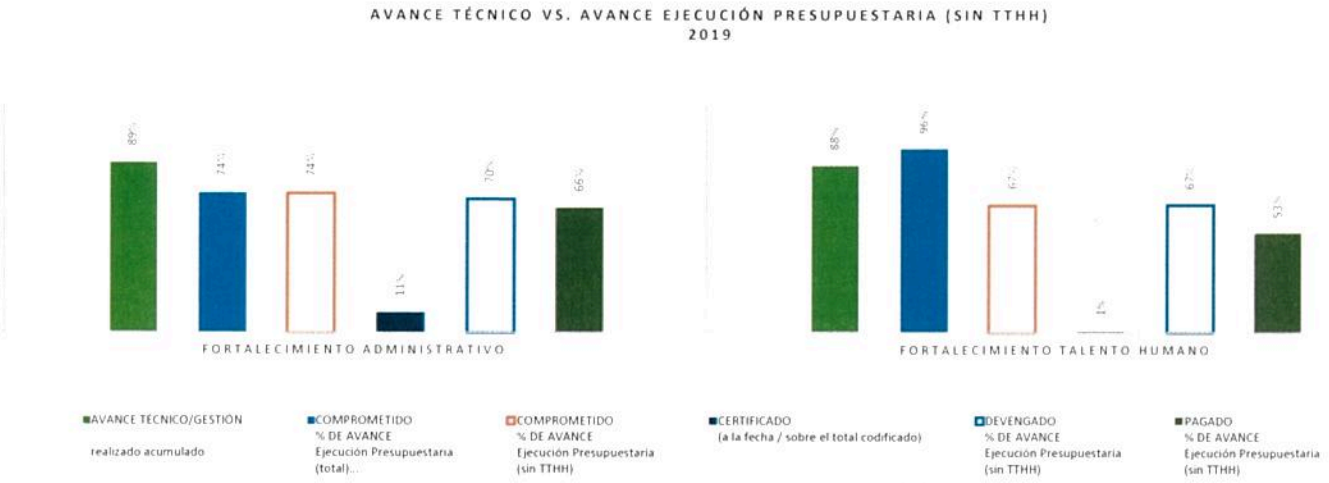
Gráfico.- % AVANCE técnico en cada mes (histórico)





Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Gráfico.- % AVANCE técnico planificado vs. Realizado (incluido ejecución presupuestaria sin TTHH)



Elaborado por: Planificación Quito Turismo

Cuadro 11. Resumen AVANCE por proyectos QT - Fortalecimiento Institucional

PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado
GESTION DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO	GESTION ADMINISTRATIVA MC: Plan de gestión administrativa ejecutado	01 GESTION ADMINISTRATIVA	87,50%	89,38%	368.417,52	359.100,00	2.733,80	329.595,54	310.856,87
	GESTION JURÍDICA	01 GESTION JURIDICA	100,00%		6.460,00	26.460,00	8,00	21.248,74	21.248,74

	MC: Plan de gestion legal ejecutado								
	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA TIC's MC: Plan de gestion informatica ejecutado	01 INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA	100,00%		143.550,00	254.975,50	70.007,44	136.764,52	133.968,25
	GESTIÓN DE COMPRAS PUBLICAS MC: Plan de gestion de compras públicas ejecutado	01 ADMINISTRACION DEL PORTAL	100,00%		7.000,00	3.034,00	-	1.829,00	430,00
	GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA Y ESTRATÉGICA DE QT MC: Plan de gestion de planificación y control interno ejecutado	PLANIFICACIÓN OPERATIVA Y ESTRATÉGICA DE QT	100,00%						
	GESTION FINANCIERA MC: Plan de gestion financiera ejecutado	01 ADMINISTRACION FINANCIERA Y CONTROL PREVIO	67,65%		84.400,00	69.750,00	-	44.292,26	43.002,64
		01 GASTOS COMUNES DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	64,11%		63.192,20	95.072,20	12.487,16	60.953,19	58.045,36
		Sub Total Fortalecimiento Adm	**89%**		**673.019,72**	**808.391,70**	**85.236,40**	**594.683,25**	**567.551,86**
		Total Fortalecimiento ADM	89,38%		673.019,72	808.391,70	85.236,40	594.683,25	567.551,86
GESTION DEL TALENTO HUMANO MC: Plan de gestion de Talento Humano	GESTION DEL TALENTO HUMANO MC: Plan de gestiòn de TTHH ejecutado	01 GESTION DEL TALENTO HUMANO	87,50%	87,50%	22.404,00	19.850,48	2.128,04	13.349,07	13.349,07
		Sub Total Fortalecimiento			**22.404,00**	**19.850,48**	**2.128,04**	**13.349,07**	**13.349,07**
	Inversión y Gestión del Talento Humano ALIANZAS ESTRATEGICAS	01 TALENTO HUMANO DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	96,92%		1.296.089,08	1.129.852,19	5.735,13	1.095.086,42	1.094.570,42
	GASTOS COMUNES GESTION DE TALENTO HUMANO MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)	01 GASTOS COMUNES GESTION TALENTO HUMANO FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	47,67%		2.720,00	2.600,00	90,93	1.239,39	1.239,39

		Total Gestión de Talento Humano + TH	87,50%	1.321.213,08	1.152.302,67	7.954,10	1.109.674,88	1.109.158,88

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Nota: Se anexan cuadros de seguimiento-evaluación llenados por el/la director/a de cada área, los cuales podrían ampliar la apreciación de los cuadros que se presentan en esta evaluación.

4.5.1.1. GESTIÓN DE FORTALECIMIENTO POR JEFATURAS

4.5.1.1.1. INFORME DE GESTIÓN DE COMPRAS PÚBLICAS

ANTECEDENTES DEL ÁREA

La Jefatura de Compras Públicas es la encargada de gestionar el Plan Anual de Contratación de la Empresa, mediante los procesos de adquisición de bienes y servicios, enmarcados en las disposiciones de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, así como su Reglamento General, resoluciones del SERCOP, ha realizado durante el ejercicio fiscal 2019 las siguientes actividades:

DESCRIPCIÓN DE LO REALIZADO

1.- EJECUCIÓN PLAN ANUAL DE CONTRATACIÓN AÑO 2019.

En el año 2019 el Plan Anual de Contrataciones PAC que es la base para la ejecución de la Jefatura fue aprobado con Resolución Administrativa N° EPMGDT-VS-2019-0420 de 9 de enero de 2019; durante el año 2019 se realizaron 22 reformas al PAC las mismas que han sido publicadas en el portal institucional del SERCOP.

2.- GIRO ESPECÍFICO DEL NEGOCIO

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, mediante oficio SERCOP-SERCOP-2017-1304-OF de 15 de agosto de 2017, el Director Ejecutivo del Servicio Nacional de Contratación Pública, aprobó como giro específico del negocio de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico la contratación del Servicio de Organización de Eventos para Clientes del Sector Privado y Catering para Eventos Organizados para el Sector Privado.

La Jefatura de Compras Públicas realizo gestiones ante el SERCOP para la recuperación del Giro Especifico del Negocio por lo que con oficio EPMGDT-GG-2019-002392 de 14 de febrero de 2019; y oficios alcance EPMGDT-GG-2019-000055 de 31 de julio de 2019, y EPMGDT-GG-2019-000001 de 15 de agosto de 2019, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, solicitó al Servicio Nacional de Contratación Pública la ampliación del giro específico del negocio;

El Director Ejecutivo del Servicio Nacional de Contratación Pública, mediante oficio SERCOP-SERCOP-2019-0728-OF de 29 de agosto de 2019, aprobó la ampliación del giro específico del negocio de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico para la contratación del Servicio de Organización de Eventos con el CPC 962900116 y dispuso que se emita una resolución motivada y/o reglamento que determine taxativamente las contrataciones y el régimen que aplicará para el giro específico del negocio;

3.- REGLAMENTOS INTERNOS

Se brindó todo el apoyo necesario para los procesos de contratación pública para ello se levantó la Resolución Administrativa N° EPMGDT-GG-CC-2019-027 de 04 de octubre de 2019, mediante el cual se expide el REGLAMENTO INTERNO PARA NORMAR LOS PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN PUBLICA DE LA EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO QUITO-TURISMO.

Con la ampliación del Giro Especifico del Negocio, mediante Resolución Administrativa EPMGDT –GG-CC-2019-23 de 23 de septiembre de 2019, se expido el Reglamento Interno de Contrataciones
por Giro Especifico del Negocio de la EPMGDT.

4.- EJECUCIÓN PLAN ANUAL DE CONTRATACIÓN AÑO 2019.

Quito Turismo para las contrataciones del ejercicio fiscal 2019 ha utilizado 14 tipos de contratación entre régimen común y régimen especial y ha realizado 288 procedimiento de contratación que a continuación se detalla:

GIRO DE NEGOCIO	MONTO	NUMERO
SERVICIO DE OPERACIÓN TURÍSTICA PARA 16 PARTICIPANTES DE LA REUNIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO DE EXPERTOS DE COMPETITIVIDAD SUBNACIONAL (GTECS).	26.400,00	7
SERVICIO DE OPERACIÓN TURÍSTICA PARA LOS VIAJES DE PRENSA PRESS TRIP, VIAJES DE BLOGGERS BLOG TRIPS, FAMILIARIZACIÓN FAM TRIP, PERSONALIDADES Y GRUPOS MICE DE LOS MERCADOS DE NORTEAMÉRICA Y NACIONAL	145.389,90	
CONTRATAR EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS TURÍSTICOS PARA EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO ENFOCADOS AL TURISMO CULTURAL Y CREATIVO	28.400,00	
CONTRATAR EL SERVICIO DE ORGANIZACION DEL EVENTO FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO QUITO 2019	318.898,00	
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DEL EVENTO PARA EL PROGRAMA DE CALIDAD TURÍSTICA - DISTINTIVO Q	24.800,00	
CONTRATAR EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MERCADOS NAVIDEÑOS EN EL DMQ	DESIERTO	
CONTRATAR EL SERVICIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS MERCADOS NAVIDEÑOS EN EL DMQ	222.870,00	
TOTAL	766.757,90	

COMUNICACIÓN SOCIAL CONTRATACIÓN DIRECTA	MONTO	NUMERO
SERVICIO DE PAUTAJE EN REVISTA TURÍSTICA PARA PROMOCIÓN DE QUITO COMO DESTINO TURÍSTICO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.	35.000,00	2

CONTRATACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE MERCADOS NAVIDEÑOS DE QUITO 2019	24.769,07	
TOTAL	**59.769,07**	

EMPRESAS PUBLICAS	MONTO	NUMERO
Contratación del servicio de internet y datos para las oficinas de Quito Turismo.	38.400,00	4
CONTRATACIÓN POR RÉGIMEN ESPECIAL DEL SERVICIO DE CAPACITACIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	23.875,00	
ESTUDIO Y ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS PARA ACTUALIZAR, MANTENER Y FORTALECER EL SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES DE TURISMO PARA LA CIUDAD DE QUITO-SITT 2019-2021	DESIERTO	
ESTUDIO Y ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS PARA ACTUALIZAR, MANTENER Y FORTALECER EL SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES DE TURISMO PARA LA CIUDAD DE QUITO-SITT 2019-2021	375.684,56	
TOTAL	**437.959,56**	

COMUNICACIÓN SOCIAL CONTRATACIÓN POR SELECCIÓN	MONTO	NUMERO
CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO EN EL MERCADO LOCAL Y NACIONAL	77.858,00	2
CONTRATACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PROMOCIÓN DE LA CIUDAD DE QUITO A TRAVÉS DEL APLICATIVO MOVIL GOUIO Y LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES	30.750,00	
TOTAL	**108.608,00**	

PROVEEDOR ÚNICO	MONTO	NUMERO
MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO DE ASCENSORES Y ESCALERAS ELÉCTRICAS DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO Y CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	41.036,74	2
REALIZACIÓN DE UN CONJUNTO DE ACCIONES COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DESTINO QUITO A TRAVÉS DE UN EVENTO DEPORTIVO CON LA PARTICIPACIÓN DE PERSONALIDADES DEPORTIVAS	650.000,00	
TOTAL	**691.036,74**	

ASESORÍA Y PATROCINIO	MONTO	NUMERO
ASESORÍA JURÍDICA PARA LA REVISIÓN Y REALIZACIÓN DEL CONTRATO DE ALIANZA ESTRATÉGICA PARA LA OPERACIÓN, EQUIPAMIENTO, ADMINISTRACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO.	19.950,00	1
TOTAL	**19.950,00**	

MENOR CUANTÍA	MONTO	NUMERO
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE EMISIÓN DE PASAJES AÉREOS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA LOS FUNCIONARIOS Y SERVIDORES PÚBLICOS DE QUITO TURISMO	42.832,00	1
TOTAL	**42.832,00**	

SUBASTA INVERSA	MONTO	NUMERO
CONTRATACIÓN DE SERVICIO DE ELABORACIÓN, INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA EN LAS ZONAS ESPECIALES TURÍSTICAS CENTRO HISTÓRICO Y LA MARISCAL DENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.	25.000,00	8
Servicio de organización de los eventos a desarrollarse por Semana Santa 2019	14.400,00	
ADQUISICIÓN DE TONER GENÉRICOS PARA LA EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO	13.900,00	
SERVICIO DE IMPRESIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO TURÍSTICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	24.725,00	
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE SEGURIDAD INSTITUCIONAL DE 24 HORAS PERMANENTE CON ARMA LETAL PARA LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO, A CARGO DE QUITO TURISMO	18.520,00	
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE SEGURIDAD INSTITUCIONAL DE 24 HORAS PERMANENTE CON ARMA LETAL PARA LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO, A CARGO DE QUITO TURISMO	DESIERTO	
ELABORACIÓN E INSTALACIÓN DE SEÑALÉTICA PODOTÁCTIL EN LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	30.620,00	
ELABORACIÓN E INSTALACIÓN DE SEÑALÉTICA PODOTÁCTIL EN LAS INSTALACIONES DEL CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	DESIERTO	
TOTAL	**127.165,00**	

CATALOGO ELECTRÓNICO	MONTO	NUMERO
ENERO	0,00	149
FEBRERO	30.000,00	
MARZO	1.987,50	
ABRIL	2.448,63	
MAYO	11.568,72	
JUNIO	0,00	
JULIO	366,95	
AGOSTO	315,00	
SEPTIEMBRE	3.240,00	
OCTUBRE	0,00	
NOVIEMBRE	1.400,10	
DICIEMBRE	11.062,84	
TOTAL	**62.389,74**	

ÍNFIMAS	MONTO	NUMERO
ÍNFIMAS 2019	319.170,97	96
TOTAL	**319.170,97**	

FERIA INCLUSIVA	MONTO	NUMERO
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y CORRECTIVO PARA LOS VEHÍCULOS DE E QUITO TURISMO.	16.000,00	2
SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE CASAS Y EDIFICIOS BAJO LA ADMINISTRACIÓN DE QUITO TURISMO	108.260,45	
TOTAL	**124.260,45**	

VERIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN NACIONAL	MONTO	NUMERO
SUDAMERICA	0,00	9
EUROPA	0,00	
NORTEAMÉRICA	0,00	
LICENCIAS ADOBE CLOUD	0,00	
LICENCIAS GIS	0,00	
LICENCIAS ANTIVIRUS	0,00	
LICENCIAS VMWARE	0,00	
LICENCIAS ZIMBRA	0,00	
LICENCIA MICROSOFT	0,00	

LISTA CORTA	MONTO	NUMERO
SIIT 2019	DESIERTO	1

5.- CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

CONTRATACIÓN INTERNACIONAL	MONTO	NUMERO
CONTRATACIÓN INTERNACIONAL PARA EL SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUITO A NIVEL INTERNACIONAL EN EL MERCADO SUDAMÉRICA	DESIERTO	4
CONTRATACIÓN INTERNACIONAL PARA EL SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUITO A NIVEL INTERNACIONAL EN EL MERCADO EUROPA	236.750,00	
CONTRATACIÓN INTERNACIONAL PARA EL SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUITO A NIVEL INTERNACIONAL EN EL MERCADO NORTE AMÉRICA	224.800,00	
CONTRATACIÓN INTERNACIONAL PARA EL SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE QUITO A NIVEL INTERNACIONAL EN EL MERCADO SUDAMÉRICA	129.000,00	
TOTAL	**590.550,00**	

6.- DESBLOQUEOS DE CPC



7.- COMPRAS INCLUSIVAS

En cuanto a las Compras Inclusivas donde se incluyen las desarrollas por Ferias Inclusivas, Catálogo Dinámico Inclusivo e ínfima cuantía; las cuales permiten dar cumplimiento a lo dispuesto sobre compras inclusivas en el Código Municipal, donde se establece que se debe cumplir con el 6% del Presupuesto de Contratación.

Durante el año 2019 se cumplió un 8,85 % como se establece en el siguiente cuadro:

MONTO TOTAL DEL PAC 2019	**$ 3587.072,27**
TOTAL DE PROCEDIMIENTOS DE COMPRAS INCLUSIVAS	**$ 317.430,10**
PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO CON RESPETO AL PRESUPUESTO	**8,85%**

8.- LEVANTAMIENTO DE PLIEGOS

En el presente ejercicio fiscal se ha facturado por el levantamiento de pliegos la cantidad de 8.581,36 USD.

CONCLUSIONES:

- El ahorro generado por la realización del proceso de contratación por Subasta Inversa Electrónica ha facilitado que este ahorro sea reinvertido en otras actividades de la Empresa.

RECOMENDACIONES:

- Dado que los procesos de contratación conllevan la realización de procedimientos administrativos en diferentes áreas de la empresa y en algunas ocasiones autorizaciones externas, se recomienda a las unidades contemplar estos procesos con el fin de no afectar a la planificación de la empresa.

Responsable:



María José Valdivieso
JEFE DE COMPRAS PÚBLICAS

4.5.1.1.2. INFORME DE GESTIÓN DE SISTEMAS

El área de sistemas se encarga de integrar, administrar y mantener la infraestructura tecnológica de la institución como soporte a las funciones adjetivas y sustantivas para el desarrollo de la ciudad a través de las TIC's.

DESCRIPCIÓN DE LO REALIZADO



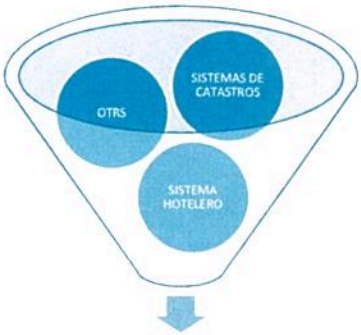
2.1. SOPORTE TÉCNICO



- Se realizó un mantenimiento preventivo a los computadores de escritorio con vigencia tecnológica.
- Se realizó mantenimiento preventivo de impresoras de Quito Turismo.
- Se realizó el mantenimiento de UPS
- Se realizó el mantenimiento preventivo de Servidores y cableado estructurado
- Se realizó la repotenciación de los dos computadores MAC para el área de Diseño

- Se migró y actualizaron equipos de conectividad para el mantenimiento de la infraestructura de red y datos de la institución.
- Adquisición e implementación de nueva central telefónica IP
- Renovación de Hosting
- Renovación de Antivirus
- Renovación de firewall
- Renovación de Conectividad a través del Internet para Quito Turismo y sus Dependencias
- Adquisición de Computadores

2.2. DESARROLLO



DESARROLLO

- Implementación de las Nuevas funcionalidades en el Sistema de Catastros.
- Actualización de la web promocional y App Guía de Quito
- Desarrollo de mini sitio Semana Santa, Navidad
- Desarrollo y certificados de los Webinar realizado de Turismo de Compras, Seguridad Turística, Normas para establecimientos turísticos.
- Actualización de la Ley de Transparencia
- Ejecución de Campaña día del Padre
- Ejecución de Campaña Cuponera
- Implementación de Plan Estratégico y Políticas del área de Tecnología
- Coordinación del sistema DINARDAP

2.3. SERVIDORES / BACK UPS /

Quito Turismo cuenta con los siguientes servidores, el mismo que se monitorea diario y se obtiene respaldos con el fin de salvaguardar la información.

- Olympo (Sistema Financiero)
- Zimbra (Correo Electrónico)
- Catastros
- SIIT(Planificación)

- CRM
- VPN
- Antivirus
- Documents
- Active Directory
- OTRS

Contamos con la virtualización de cuatro servidores que es una tecnología probada de software que permite ejecutar múltiples sistemas operativos y aplicaciones simultáneamente en un mismo servidor.

- Antivirus
- Documents
- Scanner por áreas
- Active Directory
- VPN
- Zimbra

El cual han venido trabajando sin ningún problema y con el mejor rendimiento cada uno.
Con esto hemos logrado optimizar el hardware y recursos económicos

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar aire acondicionado en los cuartos secundarios de sistemas.
- Se recomienda realizar un estudio de cargas eléctricas con el fin de prevenir inconvenientes en el equipamiento técnico de Quito Turismo.
- Se recomienda la certificación de todos los puntos de red, para un mejor desenvolvimiento de la infraestructura tecnológica.
- Se recomienda el cambio de baterías de los UPS de acuerdo al mantenimiento preventivo realizado

Responsable:

Karla Arellano
JEFE DE SISTEMAS

4.5.1.1.3. INFORME DE GESTIÓN DE ADMINISTRATIVO

ANTECEDENTES

La Jefatura Administrativa tiene como objetivo en base a la normatividad vigente, gestionar la dotación racional de los recursos materiales que posee la Institución, cumplir con las normas y procedimientos para el manejo y control de los activos, brindar un servicio de transporte eficiente, gestionar contrataciones inherentes al área, dotar y mantener en buen estado la infraestructura y las instalaciones de Quito Turismo, acciones encaminadas a lograr una gestión eficiente y eficaz de la empresa.

ACCIONES REALIZADAS

1. **Contratación del servicio de seguridad y vigilancia**
   Se realizó la contratación del servicio de seguridad y vigilancia para las instalaciones de Quito Turismo como oficinas principales, Centro de Convenciones Bicentenario, Tienda el Quinde, Centro de Convenciones Metropolitano de Quito y Centro de Convenciones Eugenio Espejo, garantizando la seguridad de los bienes y personal que allí se encuentran.
2. **Contratación del servicio de limpieza**
   La contratación del servicio de limpieza para las oficinas de Quito y Tienda El Quinde ha permitido mantener las instalaciones en condiciones adecuadas que permiten tener un ambiente cómodo y limpio para el desarrollo eficiente de las labores diarias de los funcionarios.

3. **Contratación de seguros generales con coberturas múltiples**
   El contrato 2019 tenía una vigencia hasta el mes de octubre. Debido a los acontecimientos generados en el país por movilizaciones durante este mes, se tuvo retrasos en la nueva contratación de seguros, por lo cual se realizó una ampliación hasta el mes de enero 2020.

   Se suscribió el Convenio de Asociatividad para la contratación de seguros con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, mismo que regirá desde el 01 de febrero 2020 hasta el 31 de enero 2022.

4. **Mantenimiento preventivo y correctivo de los vehículos y motocicleta**
   El mantenimiento a los vehículos y motocicleta ha permitido mantenerlos en condiciones adecuadas y brindar un buen servicio a los funcionarios de Quito Turismo cumpliendo con el objetivo de trasladarlos oportunamente.

   Se gestionó el arreglo definitivo de la camioneta LUV D-MAX que permaneció aproximadamente 5 meses en la mecánica, quedando operativa y disponible para las diferentes necesidades institucionales.

En el contexto de vehículos se implementó un mejor control del uso de los mismos, verificando a través del GPS y formatos de control, el cumplimiento adecuado de las obligaciones de los conductores.

5. **Mantenimiento de instalaciones**
   Durante el año se han realizado mantenimientos programados y no programados a las diferentes instalaciones a cargo de Quito Turismo como oficinas principales, Centro de Convenciones Bicentenario, Tienda el Quinde, Centro de Convenciones Metropolitano de Quito y Centro de Convenciones Eugenio Espejo, dando soporte y soluciones oportunas a los diferentes problemas que han surgido debido al uso de los bienes inmuebles o al clima.

6. **Emisión de pasajes aéreos nacionales e internacionales**
   Se realizó contrato modificatorio para la emisión de pasajes nacionales e internacionales, regularizando la adquisición de los mismos en base a la normativa vigente.

7. **Constatación física de bienes**
   En el mes de mayo se realizó la constatación física de los bienes de Quito Turismo considerando que en el año 2018 no se realizó la misma.
   Para la constatación física anual correspondiente al año 2019, se programó su ejecución desde el mes de octubre finalizando en el mes de diciembre a las instalaciones de Quito Turismo (Oficinas principales, Tienda el Quinde, Centro de Convenciones Centro de Convenciones Eugenio Espejo, Puntos de seguridad e información)

   Dicha constatación permitió contar con una actualización tanto del inventario como de los custodios administrativos pertenecientes a cada área.

8. **Gestión con las empresas arrendatarias para el pago de valores pendientes**
   Se regularizaron pagos que se encontraban pendientes por cambios de administraciones en las diferentes empresas arrendatarias dentro de las instalaciones del ex aeropuerto. Así también se facturaron los valores correspondientes a arriendo y servicios básicos correspondientes al año 2019.

9. **Firma de Acta de Terminación por mutuo acuerdo del convenio Interinstitucional para la promoción, difusión, coordinación y administración del Centro de Convenciones Eugenio Espejo.**
   Se firmó el acta para la terminación del mencionado convenio posterior a la elaboración del respectivo informe de cumplimiento de obligaciones.
   Una vez dada la firma, se ha procedido al traslado de bienes del Centro de Convenciones Eugenio Espejo hacia las instalaciones de Quito Turismo,

mismos que se realizará una evaluación para proceder con procesos de venta.

CONCLUSIONES

La gestión administrativa dentro de su ámbito de acción, ha permitido a la empresa contar con acciones oportunas y de apoyo para el cumplimiento adecuado y eficiente de los objetivos institucionales.

RECOMENDACIONES

Para alcanzar las metas planteadas conforme las normas y leyes establecidas, es importante dar el debido uso a los recursos con los que la empresa cuenta para el desarrollo de sus actividades diarias. Por ello, se recomienda mantener un control adecuado de los mismos y actuar de manera dinámica y efectiva frente a las necesidades de las diferentes áreas que conforman Quito Turismo o de nuestros clientes externos.

Responsable:

Cristina Viteri
JEFE ADMINISTRATIVA

4.5.1.1.4. INFORME DE GESTIÓN DEL JURÍDICO

1.1 Misión

Brindar apoyo legal a todas las áreas de la Empresa y proporcionar seguridad jurídica en sujeción a la normativa vigente, creando valor en las actividades conducentes al cumplimiento de los objetivos institucionales.

1.2 Atribuciones y competencias

a) Brindar asesoría jurídica a la Gerencia General y a las unidades que así lo requieran.
b) Absolver consultas jurídicas relacionadas con la aplicación del ordenamiento jurídico vigente.
c) Formar parte de comisiones juntas, comités de conformidad a las disposiciones de la Gerencia General.
d) Elaborar, revisar o analizar proyectos de ordenanzas, resoluciones, leyes, decretos, reglamentos y otros instrumentos de índole legal.
e) Brindar apoyo al área administrativa en los procesos precontractuales y contractuales.
f) Patrocinar a la Empresa en la defensa de sus intereses a nivel administrativo y judicial.
g) Asesorar jurídicamente en la elaboración de circulares, resoluciones, contratos, convenios, actas y llevar el registro de estos.
h) Asesorar en convenios y procedimientos de cooperación interinstitucional externa.
i) Coordinar los procesos de coactivas.
j) Las demás funciones que le sean asignadas por la Gerencia General dentro del ámbito de su competencia.

DESCRIPCIÓN DE LO REALIZADO

ENERO A DICIEMBRE DEL 2019

1. ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES

1.1 ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES COMPRAS PÚBLICAS
- 79

1.2 ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES ADMINISTRATIVAS
- 16

1.3 ELABORACIÓN DE RESOLUCIONES DE TASAS DE TURISMO
- 82

2. ELABORACIÓN DE CONTRATOS.

2.1 CONTRATOS COMERCIALES

- 7

2.2 CONTRATOS DE USO TEMPORAL CEB

- 5

2.3 CONTRATOS DE USO TEMPORAL CCMQ

- 21

2.4 CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO

- 2

2.5 CONTRATOS DE CONSIGNACIÓN

- 2

2.6 CONTRATOS BAJO LA LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

- 35

2.7 CONVENIOS

- 6

3. MEMORANDOS Y OFICIOS

3.1 MEMORANDOS RELACIONADOS A CONTRATACIÓN PÚBLICA Y TEMAS ADMINISTRATIVOS

- 558

3.2 OFICIOS DE GERENCIA GENERAL

- 63

3.3 OFICIOS DE GERENCIA JURÍDICA

- 28

4. REGISTRO DE MARCAS SENADI.

La marca *"DISTINTIVO Q MAS LOGOTIPO"*, registrada mediante Resolución SENADI-2019-13490, notificada el 25 de julio de 2019.

El lema comercial *"TU HISTORIA COMIENZA EN QUITO"*, registrada mediante Resolución SENADI-2019-RS-14588, notificada el 15 de agosto de 2019.

La marca *"QUITO, CAPITAL MUNDIAL DEL CHOCOLATE"*, en proceso de registro.

5. PATROCINIO.

5.1 PROCESOS JUDICIALES

- Causa 17233-2018-02847 de 25 de octubre de 2018, interpuesta por el señor José Andrés Riera Campos, en contra de Quito Turismo, el Juez de la Unidad Judicial de Civil, en sentencia de 13 de febrero de 2019, resolvió negar la demanda propuesta, por improcedente.

La Corte Provincial de Pichincha, con sentencia de 6 de junio de 2019 desestimó el recurso de apelación y ratificó lo actuado en primera instancia.

El 10 de julio de 2019 se interpuso el recurso de casación en contra de la sentencia, actualmente se espera la calificación del recurso por parte de la Corte Nacional de Justicia.

La Corte Nacional de Justicia la Sala de lo laboral el 13 de noviembre de 2019, realizó la calificación del recurso, disponiendo los jueces que, Quito Turismo conteste al mismo, se ha concedido el termino de 30 días para ello, y el proyecto de contestación luego de su elaboración fue presentado para su aprobación y presentación.

En lo que respeta al proceso del ex servidor José Riera, se elaboró la contestación al recurso de casación, se presentó en la Corte Nacional de Justicia el 26 de diciembre del 2019, y se solicitó se fije fecha para sostener la defensa institucional en audiencia en estrados.

- Existe una demanda por parte de la ex servidora Gladys Cedeño Mendoza, por un presunto despido intempestivo, se está preparando la respuesta legal.

5.2 PROCESOS FISCALÍA

Se impulsó las denuncias presentadas en períodos anteriores, mediante escritos y visitas a las diferentes Fiscalías, para que continúen las investigaciones de los hechos.

6. SEGUIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES DE CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO.

Se actualizó la base de seguimiento de las recomendaciones efectuadas por la Contraloría General del Estado, emitidas dentro de los diferentes exámenes especiales realizados a la gestión de Quito Turismo.

Es imprescindible resaltar que, mediante memorando EPMGDT-GG-2019-040 de 25 de septiembre de 2019, se designó el seguimiento de las Recomendaciones de la Contraloría General del Estado al Gerente Financiero Administrativo.

7. REGLAMENTOS INTERNOS

La Gerencia Jurídica asesoró a la Jefe de Compras Públicas, en la elaboración del Reglamento Interno para Normar los Procedimientos de Contratación Pública de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, expedido mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2019-027, de 04 de octubre de 2019.

La Gerencia Jurídica elaboró el Reglamento para la Entrega, Uso, Renovación y Aplicación del 'Distintivo Q' a la Calidad Turística, expedido mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2019-032, de 28 de octubre de 2019.

CONCLUSIONES

Esta Gerencia Jurídica, cumplió oportunamente con lo establecido en el Orgánico Funcional de la Empresa.

RECOMENDACIONES

Se debe mantener la coordinación previa con todas las áreas administrativas, y de esta forma minimizar el riesgo jurídico en el cumplimiento de las actividades de la Empresa.

Responsable:

Mauricio Calderón
GERENTE JURÍDICO

4.5.1.1.5. INFORME DE GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN

ANTECEDENTES

En concordancia con la conceptualización definida para la gerencia Técnica de Quito Turismo, en la que se le encarga el: "Coordinar de manera sinérgica y eficiente los procesos agregadores de valor que permitan posicionar y desarrollar al Distrito Metropolitano de Quito como un destino turístico a nivel nacional e internacional. Gestionar la ejecución de proyectos turísticos emblemáticos de cuidad, alianzas estratégicas; público, privadas y comunitarias; con orientación al plan estratégico de turismo de la ciudad", y en base a las atribuciones del área de planificación que se encarga de; "acompañar, seguir y evaluar la gestión y desarrollo operativo a mediano y largo plazo de la empresa", esta gerencia y área de planificación han desarrollado, de acuerdo a sus competencias, los siguientes trabajos a nivel interno y externo:

LO REALIZADO:

1. Monitoreo del desempeño de las direcciones del área técnica a través de un sistema de indicadores. Coordinar las acciones requeridas para el monitoreo, evaluación y control de avances técnicos durante el ciclo de los programas y proyectos de inversión pública.

Se han realizado monitoreos y evaluaciones de ejecución técnica y presupuestaria en cada una de las áreas (gerencias - direcciones) de la empresa de manera mensual, emitiendo informes a las autoridades y su respectiva información en el Sistema de monitoreo "Mi Ciudad" de la alcaldía.

Los monitoreos y evaluaciones se los realiza en la matriz de seguimiento de metas intermedias, generada desde cada una de las direcciones de la empresa y a cargo de la jefatura de planificación, con el fin de identificar el cumplimiento de lo planificado en el Plan Operativo Anual - POA. Esta matriz permite evaluar numéricamente los avances mensuales y acumulados anuales de cada área en lo relacionado a avances técnicos de cada programa, proyecto, producto y actividad; el mismo contiene datos de ejecución presupuestaria con corte mensual emitido desde la Gerencia Financiera Administrativa de acuerdo a cada periodo y área. Con ello se realiza un cruce entre estas dos variables con el fin de identificar la eficiencia y eficacia de cada área en el desempeño de y ejecución del POA identificado con semáforos de avance.

La matriz presenta la siguiente estructura: (se adjunta informe ene-dic 2019 en avance técnico y el avance presupuestario ene-diciembre provisional)



Cuadro de avances técnicos (a diciembre 2019) y presupuestarios (provisionales) por dirección:

Tabla 1. Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019 por programa / área

PROYECTOS MI CIUDAD	PROGRAMAS	AVANCE TÉCNICO/GESTIÓN realizado acumulado				CERTIFICADO (a la fecha / sobre el total codificado)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total) (EFICIENCIA)	COMPROMETIDO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	DEVENGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	COBRADO / PAGADOO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (total)	PAGADO % DE AVANCE Ejecución Presupuestaria (sin TTHH)	PLANIFICADO de avance acumulado ANUAL	AVANCE TÉCNICO / GESTIÓN realizado acumulado o al corte (EFICACIA)
		AVANCE ANUAL		ACUMULADO A DICIEMBRE 2019										
PROMOCION Y GESTION TURISTICA DEL DMQ	COMERCIALIZACIÓN y ALIANZAS ESTRATEGICAS	83%	83%	83%	83%	1%	85%	84%	85%	83%	58%	52%	100%	83%
	MERCADEO	100%	100%	100%	100%	0%	98%	99%	96%	97%	94%	95%	100%	100%
	MICE - RICE	93%	93%	93%	93%	0%	99%	100%	98%	99%	94%	94%	100%	93%
	COMUNICACIÓN	80%	80%	80%	80%	0%	95%	100%	94%	97%	82%	77%	100%	80%
	INTELIGENCIA DE MERCADOS	100%	100%	100%	100%		100%	100%					100%	100%
CLÚSTER TURÍSTICO	DESARROLLO	98%	98%	98%	98%	0%	87%	98%	84%	93%	48%	33%	100%	98%
	CALIDAD	100%	100%	100%	100%	0%	91%	83%	91%	83%	87%	77%	100%	100%
GESTION ADMINISTRATIVA	FORTALECIMIENTO ADMINISTRATIVO	89%	89%	89%	89%	11%	74%	74%	70%	70%	66%	66%	100%	89%
GESTION DEL TALENTO HUMANO	FORTALECIMIENTO TALENTO HUMANO	88%	88%	88%	88%	1%	96%	67%	96%	67%	93%	53%	100%	88%
	Promedio QT total	92%	92%	92%	92%	2%	91%		88%		76%		100%	92%
	Promedio QT sin TTHH					2%	88%		86%		70%			
		GESTION				% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO		% DEVENGADO		% PAGADO			

Elaborado: Planificación Quito Turismo; datos del financiero provisional con corte al 31 de diciembre de 2019

Gráfico.- Evaluación POA ENERO - DICIEMBRE 2019 por programa

AVANCE TÉCNICO VS. AVANCE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA (SIN TTHH)
2019



Realizado por Planificación Quito Turismo

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICO
TURISMO grande otra vez
JEFATURA DE PLANIFICACIÓN

		Recibido de Financiero:	09-ene-2020		Datos FINANCIEROS al:	31/12/2019 - (provisional)									
PROGRAMA QT	PROYECTO QT	ACTIVIDAD (financiero)	% TECNICO del proyecto ANUAL	ACUMULADO A DICIEMBRE 2019	Presupuesto codificado INICIAL	Presupuesto codificado	Certificado	Comprometido	Devengado	Pagado	Saldo	% CERTIFICADO	% COMPROMETIDO	% DEVENGADO	% PAGADO
COMERCIALIZACION Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS	AUSPICIOS Y ALIANZAS	Auspicios y alianzas	71,54%												
COMERCIALIZACIÓN de unidades de negocio de Quito Turismo y ALIANZAS ESTRATÉGICAS MC: UNIDADES DE NEGOCIO DE QT COMERCIALIZADAS y ALIANZAS	DESARROLLO DE EVENTOS	01 CENTRO DE CONVENCIONES EUGENIO ESPEJO	67,32%	83,36%	233.630,00	216.645,29	2.528,19	209.248,63	204.913,45	187.603,59	4.868,47	1,17%	96,59%	94,58%	86,59%
		05 CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE QUITO	100,00%		417.290,00	192.280,63	2.182,12	162.434,46	162.434,46	138.736,00	27.664,05	1,13%	84,48%	84,48%	72,15%
		02 CENTRO DE EVENTOS BICENTENARIO	100,00%		112.440,00	156.524,28	126,19	152.759,21	152.759,21	150.088,50	3.638,88	0,08%	97,59%	97,59%	95,89%

ESTRATÉGICAS fortalecidas		03 CENTRO CULTURAL ITCHIMBIA	0,00%	68.000,00	53.316,07	-	-	-	-	53.316,07				
		04 EVENTOS EN OTROS ESPACIOS	78,42%	210.831,33	422.623,75	-	333.537,22	333.537,22	-	89.086,53				
	COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	01 QUINDE VISITOR CENTER	81,74%	79.700,00	59.934,27	643,75	52.631,09	52.355,82	50.412,18	6.659,43	1,07%	87,81%	87,36%	84,11%
	GESTIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	Fase I Etapa I del Centro de Convenciones Metropolitano de la Ciudad de Quito. MC: OPERATIVIZAR LA PRIMERA FASE DEL PROYECTO URBANO ARQUITECTÓNICO ESPECIAL " CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO" (Trimestral)	0,00%											
		01 CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO DE LA CIUDAD DE QUITO. CENTRALIDAD BICENTENARIO	93,75%	22.750,00	7.000,00	-	7.000,00	7.000,00	7.000,00	-				
	Alianzas de Impacto	Alianzas de Impacto Establecer al menos una alianza estrategica con organizaciones del sector público y privado para fomento de inversiones turísticas MC: ALIANZAS DE IMPACTO GESTIONAR EL FOMENTO DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS PARA INVERSIÓN TURÍSTICA EN EL DMQ	88,89%											
	GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION	01 GASTOS COMUNES DE COMERCIALIZACION Y ALIANZAS		111.876,96	110.876,44	1.826,49	104.391,34	104.279,34	104.279,34	4.658,61	1,65%	94,15%	94,05%	94,05%
	GASTOS COMUNES DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS		94,15%											

	MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)														
		Sub Total Comercialización			1.256.518,29	1.219.200,73	7.306,74	1.022.001,95	1.017.279,50	638.119,61	189.892,04	0,60%	83,83%	83,44%	52,34%
	Inversión y Gestión del Talento Humano COMERCIALIZACION + ALIANZAS	01 TALENTO HUMANO DE COMERCIALIZACION	93,78%		209.738,74	216.670,55	1.153,56	203.183,72	203.183,72	195.262,68	12.333,27	0,53%	93,78%	93,78%	90,12%
		Total Comercialización Y Alianzas Estratégicas + TH	83,36%		1.466.257,03	1.435.871,28	8.460,30	1.225.185,67	1.220.463,22	833.382,29	202.225,31	0,59%	85,33%	85,00%	58,04%
MERCADEO DEL DMQ EN LOS MERCADOS PRIORITARIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	PROMOCIÓN INTERNACIONAL	01 MERCADO NORTEAMERICA (ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO)	100,00%	100,00%	170.000,00	168.800,00	-	168.800,00	168.725,18	168.725,18	-		100,00%	99,96%	99,96%
		02 MERCADO EUROPA (ALEMANIA, ESPAÑA Y UK) Y RESTO DEL MUNDO	100,00%		225.000,00	229.101,85	-	229.101,85	229.101,85	229.101,85	-		100,00%	100,00%	100,00%
		03 MERCADO SUDAMERICA (BRASIL, ARGENTINA Y COLOMBIA)	100,00%		100.000,00	98.900,00	-	98.900,00	98.900,00	98.900,00	-		100,00%	100,00%	100,00%
	PROMOCIÓN NACIONAL	01 PROMOCION NACIONAL	100,00%		66.000,00	52.086,64	-	52.086,64	52.086,64	48.847,51	-		100,00%	100,00%	93,78%
	GASTOS COMUNES PROMOCIÓN INTERNACIONAL	01 GASTOS COMUNES DE MERCADEO	96,67%		354.000,00	312.551,86	1.290,31	302.132,37	290.836,78	271.951,11	9.129,18	0,41%	96,67%	93,05%	87,01%
		Sub Total Mercadeo			915.000,00	861.440,35	1.290,31	851.020,86	839.650,45	817.525,65	9.129,18	0,15%	98,79%	97,47%	94,90%
	Inversión y Gestión del Talento Humano MERCADEO	01 TALENTO HUMANO DE MERCADEO	92,38%		220.052,54	205.324,93	2.825,00	189.678,73	189.678,73	183.479,57	12.821,20	1,38%	92,38%	92,38%	89,36%

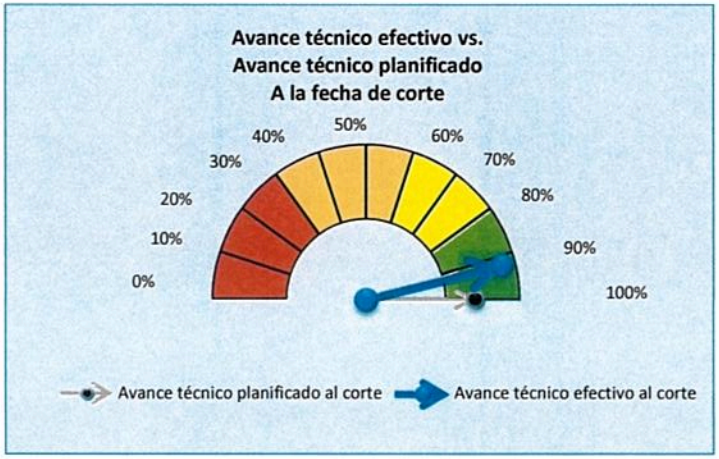
		Total Mercadeo + TH	100,00%		1.135.052,54	1.066.765,28	4.115,31	1.040.699,59	1.029.329,18	1.001.005,22	21.950,38	0,39%	97,56%	96,49%	93,84%
RICE/MICE - INDUSTRIA DE REUNIONES MC: CLUSTER DEL SECTOR RICE/MICE EN FUNCIONAMIENTO	GESTIÓN RICE/MICE	RICE/MICE MC: GESTIONAR EL DESARROLLO DE LOS SEGMENTOS DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES (Trimestral)	100,00%	92,50%											
	PROMOCIÓN RICE/MICE	01 PROMOCION NACIONAL	75,00%		130.000,00	120.493,11	-	120.493,11	119.688,90	119.688,90	-		100,00%	99,33%	99,33%
		02 PROMOCION INTERNACIONAL	80,00%		104.000,00	748.570,00	-	748.570,00	748.364,17	735.364,17	-		100,00%	99,97%	98,24%
	CONECTIVIDAD MC y QT: 01 INDUSTRIA DE REUNIONES	CONECTIVIDAD TURISTICA	100,00%												
	GASTOS COMUNES DE RICE/MICE	01 GASTOS COMUNES DE MICE	97,04%		79.861,13	165.457,63	-	160.561,51	153.369,96	119.765,81	4.896,12		97,04%	92,69%	72,38%
		Sub Total MICE			313.861,13	1.034.520,74	-	1.029.624,62	1.021.423,03	974.818,88	4.896,12		99,53%	98,73%	94,23%
	Inversión y Gestión del Talento Humano RICE/MICE	01 TALENTO HUMANO DE MICE	91,20%		30.157,38	99.219,56	1.562,00	90.489,31	90.489,31	86.963,44	7.168,25	1,57%	91,20%	91,20%	87,65%
		Total MICE-RICE + TH	92,50%		344.018,51	1.133.740,30	1.562,00	1.120.113,93	1.111.912,34	1.061.782,32	12.064,37	0,14%	98,80%	98,07%	93,65%
COMUNICACIÓN MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS DE QUITO Y ACTIVIDADES INSTITUCIONALES DIFUNDIDAS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	GESTION DE COMUNICACIÓN	01 COMUNICACION NACIONAL	80,00%	80,00%	202.531,00	152.575,00	-	152.575,00	147.874,98	116.107,71	-		100,00%	96,92%	76,10%
	GASTOS COMUNES DE COMUNICACIÓN	01 GASTOS COMUNES DE COMUNICACION	100,00%		24.303,88	16.069,00	- 39,06	16.069,00	14.926,04	13.932,93	39,06	-0,24%	100,00%	92,89%	86,71%
		Sub Total Comunicación			226.834,88	168.644,00	- 39,06	168.644,00	162.801,02	130.040,64	39,06	-0,02%	100,00%	96,54%	77,11%

	Inversión y Gestión del Talento Humano COMUNICACIÓN	01 TALENTO HUMANO DE COMUNICACION	90,79%		113.364,55	161.556,03	400,00	146.683,84	146.683,84	141.585,20	14.472,19	0,25%	90,79%	90,79%	87,64%
		Total Comunicación + TH	80,00%		340.199,43	330.200,03	360,94	315.327,84	309.484,86	271.625,84	14.511,25	0,11%	95,50%	93,73%	82,26%
INTELIGENCIA DE MERCADOS MC: SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES TURÍSTICOS ELABORADO	INDICADORES TURISTICOS	01 SISTEMA INSTITUCIONAL DE INDICADORES	100,00%	100,00%	108.000,00	108.000,00	-	108.000,00	-	-	-		100,00%		
	GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	01 GASTOS COMUNES DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	100,00%		12.960,00	12.960,00	-	12.960,00	-	-	-		100,00%		
		Total Inteligencia de Mercados	100,00%		120.960,00	120.960,00	-	120.960,00	-	-	-		100,00%		
DESARROLLO MC: PRODUCTOS TURÍSTICOS EXISTENTES Y POTENCIALES EN ZONAS URBANAS Y RURALES DESARROLLADOS Y FORTALECIDOS.	DESARROLLO URBANO	01 GESTION TURISTICA	100,00%	97,92%	120.000,00	317.429,07	3,00	316.976,07	316.815,57	59.717,25	450,00	0,00%	99,86%	99,81%	18,81%
	DESARROLLO RURAL	01 PROYECTOS TURISTICOS	91,67%		6.000,00	14.000,00	-	13.581,00	13.581,00	13.581,00	419,00		97,01%	97,01%	97,01%
	GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	01 GASTOS COMUNES DE DESARROLLO	92,55%		145.106,94	94.875,49	62,68	87.805,17	68.174,91	65.622,92	7.007,64	0,07%	92,55%	71,86%	69,17%
		Sub Total Desarrollo			271.106,94	426.304,56	65,68	418.362,24	398.571,48	138.921,17	7.876,64	0,02%	98,14%	93,49%	32,59%
	Inversión y Gestión del Talento Humano DESARROLLO	01 TALENTO HUMANO DE DESARROLLO	71,69%		297.670,78	313.465,50	2.344,00	224.723,98	224.453,65	216.599,38	86.397,52	0,75%	71,69%	71,60%	69,10%
		Total Desarrollo + TH	97,92%		568.777,72	739.770,06	2.409,68	643.086,22	623.025,13	355.520,55	94.274,16	0,33%	86,93%	84,22%	48,06%
CALIDAD MC: ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DMQ CON NORMATIVAS DE CALIDAD IMPLEMENTADA	CALIDAD TURISTICA	CALIDAD TURISTICA	100,00%	100,00%											
	CAPACITACION TURISTICA	01 CAPACITACION TURISTICA	100,00%		162.000,02	75.631,00	-	62.575,00	62.575,00	61.695,32	13.056,00		82,74%	82,74%	81,57%

S Y FORTALECIDAS.	DISTINTIVO Q	01 DISTINTIVO Q	100,00%		57.400,00	25.000,00	-	24.800,00	24.800,00	24.304,00	200,00		99,20%	99,20%	97,22%
	REGULACION	01 REGULACION	100,00%		5.957,14	17.130,00	-	10.369,69	9.949,69	4.975,63	6.760,31		60,54%	58,08%	29,05%
	GASTOS COMUNES DE CALIDAD MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)	01 GASTOS COMUNES DE CALIDAD	83,00%		97.786,84	14.131,32	0,01	11.729,36	11.678,96	10.916,99	2.401,95	0,00%	83,00%	82,65%	77,25%
		Sub Total Calidad			**323.144,00**	**131.892,32**	**0,01**	**109.474,05**	**109.003,65**	**101.891,94**	**22.418,26**	**0,00%**	**83,00%**	**82,65%**	**77,25%**
	Inversión y Gestión del Talento Humano CALIDAD	01 TALENTO HUMANO DE CALIDAD	93,56%		400.444,05	389.232,42	2.190,34	364.149,59	364.149,59	349.791,62	22.892,49	0,56%	93,56%	93,56%	89,87%
		Total Calidad + TH	100,00%		723.588,05	521.124,74	2.190,35	473.623,64	473.153,24	451.683,56	45.310,75	0,42%	90,88%	90,79%	86,67%
GESTION DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL ADMINISTRATIVO	GESTION ADMINISTRATIVA MC: Plan de gestión administrativa ejecutado	01 GESTION ADMINISTRATIVA	87,50%		368.417,52	359.100,00	2.733,80	329.595,54	310.856,87	281.271,71	26.770,66	0,76%	91,78%	86,57%	78,33%
	GESTION JURÍDICA MC: Plan de gestion legal ejecutado	01 GESTION JURIDICA	100,00%	89,38%	6.460,00	26.460,00	8,00	21.248,74	21.248,74	20.975,14	5.203,26	0,03%	80,31%	80,31%	79,27%
	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA TIC´s MC: Plan de gestion informatica ejecutado	01 INFRAESTRUCTURA TECNOLOGICA	100,00%		143.550,00	254.975,50	70.007,44	136.764,52	133.968,25	133.289,13	48.203,54	27,46%	53,64%	52,54%	52,28%

	GESTIÓN DE COMPRAS PUBLICAS MC: Plan de gestion de compras públicas ejecutado	01 ADMINISTRACION DEL PORTAL	100,00%		7.000,00	3.034,00	-	1.829,00	430,00	430,00	1.205,00		60,28%	14,17%	14,17%
	GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA Y ESTRATÉGICA DE QT MC: Plan de gestion de planificación y control interno ejecutado	PLANIFICACION OPERATIVA Y ESTRATEGICA DE QT	100,00%												
	GESTION FINANCIERA MC: Plan de gestion financiera ejecutado	01 ADMINISTRACION FINANCIERA Y CONTROL PREVIO	67,65%		84.400,00	69.750,00	-	44.292,26	43.002,64	41.993,20	25.457,74				
		01 GASTOS COMUNES DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	64,11%		63.192,20	95.072,20	12.487,16	60.953,19	58.045,36	54.034,06	21.631,85	13,13%	64,11%	61,05%	56,83%
		Sub Total Fortalecimiento Adm	89%		**673.019,72**	**808.391,70**	**85.236,40**	**594.683,25**	**567.551,86**	**531.993,24**	**128.472,05**	**10,54%**	**73,56%**	**70,21%**	**65,81%**
		Total Fortalecimiento ADM	89,38%		673.019,72	808.391,70	85.236,40	594.683,25	567.551,86	531.993,24	128.472,05	10,54%	73,56%	70,21%	65,81%
GESTION DEL TALENTO HUMANO MC: Plan de gestion de Talento Humano	GESTION DEL TALENTO HUMANO MC: Plan de gestiòn de TTHH ejecutado	01 GESTION DEL TALENTO HUMANO	87,50%	87,50%	22.404,00	19.850,48	2.128,04	13.349,07	13.349,07	10.435,05	4.373,37	10,72%	67,25%	67,25%	52,57%
		Sub Total Fortalecimiento			**22.404,00**	**19.850,48**	**2.128,04**	**13.349,07**	**13.349,07**	**10.435,05**	**4.373,37**	**10,72%**	**67,25%**	**67,25%**	**52,57%**
	Inversión y Gestión del Talento Humano ALIANZAS ESTRATEGICAS	01 TALENTO HUMANO DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	96,92%		1.296.089,08	1.129.852,19	5.735,13	1.095.086,42	1.094.570,42	1.060.155,54	29.030,64	0,51%	96,92%	96,88%	93,83%
	GASTOS COMUNES GESTION DE TALENTO HUMANO MC: RECONOCIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y	01 GASTOS COMUNES GESTION TALENTO HUMANO FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	47,67%		2.720,00	2.600,00	90,93	1.239,39	1.239,39	889,71	1.269,68	3,50%	47,67%	47,67%	34,22%

	DE GASTOS NO DIVISIBLES DE LOS PROYECTOS QT DEL PRODUCTO (Trimestral)												
		Total Gestión de Talento Humano + TH	87,50%	1.321.213,08	1.152.302,67	7.954,10	1.109.674,88	1.109.158,88	1.071.480,30	34.673,69	0,69%	96,30%	96,26%	92,99%
				TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES				
		Presupuesto operativo		4.125.568,96	4.793.804,88	96.079,05	4.208.399,43	4.130.869,45	3.344.635,89	368.366,40	2,00%	87,79%	86,17%	69,77%
	Promedio total	92%	92%	6.693.086,08	7.309.126,06	112.289,08	6.643.355,02	6.444.078,71	5.578.473,32	553.481,96	1,5%	90,89%	88,16%	76,32%



EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
TURISMO grande otra vez
JEFATURA DE PLANIFICACIÓN

Realizado por Planificación Quito Turismo

(Se remiten matrices con avance técnico y el avance presupuestario.)

2. Sistemas de indicadores generados. Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT.- dentro de las metas del plan de turismo de ciudad se enuncia el "mejorar los indicadores turísticos", para lo cual se ha desarrollado una investigación, recopilación y análisis de indicadores turísticos de ciudad para apoyar a la consecución de los objetivos planteados tanto para la ciudad como para la empresa Quito Turismo; esto con el fin de conservar y acrecentar el acervo estadístico de la ciudad, disponer de indicadores, planificar y medir de manera continua las metas estratégicas programadas para la ciudad de Quito, con lo cual se dota a la empresa y a la ciudad de información continua, útil y veraz para la gestión integral de la actividad turística, la planificación, seguimiento y evaluación de la actividades y metas turísticas en general de Quito.

Los indicadores y datos que se recopilarán en este 2020, en la ciudad de Quito, de acuerdo a contrato serán:

ITEM	DESCRIPCIÓN
1	**ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA (EOH)**
1.1	Compendio estadístico desde marzo 2017 hasta el enero 2020 (datos hoteleros relevantes) mensualizado (boletín y anexo
1.2	Encuestas de Ocupación Hotelera - EOH (mensual)
1.3	Boletines estadísticos mensuales sobre ocupación hotelera. Los boletines incluirán información relevante sobre ocupación hotelera en Quito así como el índice mensual de ocupación hotelera (Tasa de Ocupación Hotelera - TOH). Además, durante los meses pertinentes, se incluirá un sondeo de ocupación hotelera para: Feriado de Carnaval, Feriado de Semana Santa, Feriado de Finados, Feriado de Fiestas de Quito y Feriado de Fin de Año.
1.4	Anexos estadísticos de la EOH.
2	**INDICADORES MENSUALES - TURISMO RECEPTOR - LLEGADAS**
2.1	Datos de LLEGADAS de visitantes no residentes - Boletines anuales de información relevante. Periodo 2020.
2.2	Datos de LLEGADAS de visitantes no residentes - Boletines cuatrimestrales que incluyan el indicador mensual. Periodo 2020.
2.3	Datos de LLEGADAS de visitantes no residentes - Boletines cuatrimestrales que incluyan el indicador mensual. Periodo 2021.
3	**INDICADORES MENSUALES - TURISMO EMISOR - SALIDAS**
3.1	Datos de SALIDAS de visitantes no residentes - Boletines anuales de información relevante. Periodo 2020.
3.2	Datos de SALIDAS de visitantes no residentes - Boletines cuatrimestrales que incluyan el indicador mensual. Periodo 2020.
3.3	Datos de SALIDAS de visitantes no residentes - Boletines cuatrimestrales que incluyan el indicador mensual. Periodo 2021.
4	**PRESENTACIONES (de acuerdo a necesidad institucional)**
4.1	Presentaciones con datos relevantes para talleres de acuerdo a necesidad institucional (máximo 2 anuales)
5	**INFORMES DE AVANCE (PARCIAL Y FINAL)**
5.1	Informes mensuales de avance parcial.
5.2	Informe anual final. Periodo 2020.
5.3	Informe anual final. Periodo 2021.
6	**INVESTIGACIÓN SOBRE TURISMO RECEPTOR EN LA CIUDAD DE QUITO, mes de alta ocupación de 2019**
6.1	Encuestas sobre el Perfil y Gasto del Turista Internacional en la cuidad de Quito. Periodo 2020.
6.2	Estudio sobre demanda del turismo internacional receptor en la ciudad de Quito. Periodo 2020.
6.3	Anexo estadístico con información general sobre características del turista internacional en la ciudad de Quito. Periodo 2020.
6.4	Encuestas sobre el Perfil y Gasto del Turista Internacional en la cuidad de Quito. Periodo 2021.
6.5	Estudio sobre demanda del turismo internacional receptor en la ciudad de Quito. Periodo 2021.
6.6	Anexo estadístico con información general sobre características del turista internacional en la ciudad de Quito. Periodo 2021.
7	**ACOMPAÑAMIENTO CONTINUO Y PERMANENTE EN REQUERIMIENTOS PUNTUALES DEL SIIT (de acuerdo a necesidad institucional)**
7.1	Descripción de los acompañamientos de acuerdo a necesidad institucional

Los principales datos levantados en este 2019 se detallan a continuación:











Llegadas internacionales de turistas no residentes (#)	Datos hoteleros del DMQ							Estadía promedio en ciudad del turismo de recreación en estancia corta y media (1 a 15 días)		
	Tasa de ocupación hotelera (TOH) - (%)		Estancia media hotelera DMQ (noches)	Capacidad HABITACIONES total en el DMQ	Capacidad PLAZAS total en el DMQ	Capacidad Habitaciones 5 * y 4 *	Capacidad Plazas 5* y 4 *	Estancia ciudad (días)	Gasto medio diario (USD)	Gasto medio turista (USD)
2015 712.877	2015 52,65		2015 1,59					agosto 2015 5,92	agosto 2015 75,00	agosto 2015 446,00
2016 627.626	2016 46,51		2016 1,56			2016 4.585	2016 9.170	diciembre 2016 5,53	diciembre 2016 114,00	diciembre 2016 631,00
2017 652.931	2017 (e) 46,02		2017 (e) 1,54			2017 3.605	2017 6.252	enero 2017 (e) 4,87	enero 2017 (e) 112,99	enero 2017 (e) 550,09
2018 692.492	MinTur 2018 (e) 46,43	Quito Turismo 2018 (e) 50,20	2018 (e) 1,58	2018 13.776	2018 28.458	2018 3.732	2018 7.470	2018 (e) 5,84	2018 (e) 118,15	2018 (e) 690,00
2019 (e) 684.390		2019 (e) 51,01	2019 (e) 1,57	2019 (e) 14.453	2019 (e) 30.277	2019 (e) 3.732	2019 (e) 7.470	2019 (e) 5,92	2019 (e) 101,83	2019 (e) 596,62

CONCLUSIONES

- Datos importantes para el desarrollo turístico de la ciudad que ya se ha logrado contratar
- El seguimiento es mensual y continuo
- Los semáforos son analizados por los Directores de área para el mejoramiento de la eficiencia y eficacia de la gestión y el gasto, cumpliendo normativas vigentes.

RECOMENDACIONES

- Mantener el apoyo para la generación de datos internos y externos que alimenten el SIIT

Nota: Se anexan cuadros de seguimiento-evaluación llenados por el/la director/a de cada área, los cuales podrían ampliar la apreciación de los cuadros que se presentan en esta evaluación.

Responsable:

Rubén Banda
JEFE DE PLANIFICACIÓN

4.5.1.1.6. INFORME DE GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

1. ANTECEDENTES

La Unidad de Talento Humano, tiene la misión de buscar el desarrollo profesional, técnico y personal de los servidores, funcionarios y trabajadores con la finalidad de alcanzar un trabajo eficiente, eficaz y de calidad, a través de una apropiada administración del talento humano, que fomente un ambiente ético desarrollando el profesionalismo y fortaleciendo la transparencia en las prácticas diarias

El presente informe es un resumen de las acciones más relevantes realizadas en la Jefatura de Talento Humano, como gestión interna de la Gerencia Financiera Administrativa, en el periodo 2019.

2. LOGROS ALCANZADOS EN EL PERÍODO 2019

El talento humano, es el recurso más preciado con el que cuenta la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, en pro de ello se ha realizado un trabajo que permita conseguir su más elevado rendimiento, a través de la ejecución del desarrollo de los subsistemas de Talento Humano que la normativa legal vigente disponen.



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, cuenta con un Orgánico Funcional que fue modificado el 04 de abril de 2016, según Acta de Sesión Extraordinaria de Directorio.

PLANIFICACIÓN DEL TALENTO HUMANO

La planificación de talento humano se elaboró sobre la base de un diagnóstico del personal, considerando además, la normativa vigente relacionada.

LISTA DE ASIGNACIONES PARA CAMBIO DE MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

PLANIFICACIÓN DEL TALENTO HUMANO
LISTA DE ASIGNACIONES PARA CAMBIO DE MODALIDAD DE CONTRATACIÓN
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO QUITO TURISMO

No.	Unidad administrativa	Puesto institucional	N° De puestos	Grupo ocupacional	Rol	R.M.U	COSTO REMUNERATIVO ANUAL						
							R.M.U anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total Costo	Creación por:
1	Gerencia General	Asistente de Gerencia General	1	SERVIDOR PÚBLICO DE APOYO QT 4	APOYO ADMINISTRATIVO	$ 833	$ 9.996	$ 9.996	$ 394	$ 833	$ 1.165	$ 22.383	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
2	Dirección de Mercadeo	Coordinador de Promoción Internacional A	1	SERVIDOR PÚBLICO QT 7	EJECUCIÓN Y SUPERVISIÓN DE PROCESOS	$ 1.761	$ 21.132	$ 21.132	$ 394	$ 1.760	$ 2.462	$ 46.880	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
3	Dirección de Calidad	Técnico de Calidad 1	1	SERVIDOR PÚBLICO QT 3	EJECUCIÓN DE PROCESOS	$ 1.086	$ 13.032	$ 13.032	$ 394	$ 1.086	$ 1.518	$ 29.062	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
4	Dirección de Calidad	Técnico de Calidad 1	1	SERVIDOR PÚBLICO QT 3	EJECUCIÓN DE PROCESOS	$ 1.086	$ 13.032	$ 13.032	$ 394	$ 1.086	$ 1.518	$ 29.062	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
5	Dirección de Calidad	Técnico de Calidad 1	1	SERVIDOR PÚBLICO QT 3	EJECUCIÓN DE PROCESOS	$ 1.086	$ 13.032	$ 13.032	$ 394	$ 1.086	$ 1.518	$ 29.062	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
6	Dirección de Calidad	Técnico de Calidad 1	1	SERVIDOR PÚBLICO QT 3	EJECUCIÓN DE PROCESOS	$ 1.086	$ 13.032	$ 13.032	$ 394	$ 1.086	$ 1.518	$ 29.062	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente

7	Dirección de Calidad	Oficinista	1	SERVIDOR PÚBLICO QT 1	APOYO ADMINISTRATIVO	$ 917	$ 11.004	$ 11.004	$ 394	$ 917	$ 1.282	$ 24.601	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
8	Dirección de Calidad	Técnico de Calidad	1	SERVIDOR PÚBLICO DE APOYO QT 1	APOYO ADMINISTRATIVO	$ 685	$ 8.220	$ 8.220	$ 394	$ 685	$ 958	$ 18.476	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
9	Dirección de Desarrollo	Informador Turístico	1	SERVIDOR PÚBLICO DE APOYO QT 2	APOYO ADMINISTRATIVO	$ 722	$ 8.664	$ 8.664	$ 394	$ 722	$ 1.009	$ 19.453	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
10	Dirección de Desarrollo	Informador Turístico	1	SERVIDOR PÚBLICO DE APOYO QT 2	APOYO ADMINISTRATIVO	$ 722	$ 8.664	$ 8.664	$ 394	$ 722	$ 1.009	$ 19.453	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
11	Gerencia Jurídica	Abogado	1	SERVIDOR PÚBLICO QT 3	EJECUCIÓN DE PROCESOS	$ 1.086	$ 13.032	$ 13.032	$ 394	$ 1.086	$ 1.518	$ 29.062	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
12	Jefatura de Compras Públicas	Asistente de Apoyo Compras Públicas	1	SERVIDOR PÚBLICO DE APOYO QT 3	APOYO ADMINISTRATIVO	$ 775	$ 9.300	$ 9.300	$ 394	$ 775	$ 1.083	$ 20.852	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
13	Jefatura de Comercialización	Cajera	1	SERVIDOR PÚBLICO DE APOYO QT 3	APOYO ADMINISTRATIVO	$ 775	$ 9.300	$ 9.300	$ 394	$ 775	$ 1.083	$ 20.852	Creación de puesto con cargo a contrato ocasional existente
TOTAL			13									$ 338.260	

Salario básico unificado del trabajador privado a la fecha:	$ 394,00

NÚMERO TOTAL DE CREACIONES DE PUESTOS CON CARGO A CONTRATOS OCASIONALES EXISTENTES	13
TOTAL DE CREACIONES	13

LISTA DE ASIGNACIÓN PARA HABILITACIÓN DE PARTIDAS

PLANIFICACIÓN DEL TALENTO HUMANO

LISTA DE ASIGNACIONES PARA HABILITACIÓN DE PARTIDAS VACANTES

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO QUITO TURISMO

No.	Unidad administrativa	Puesto institucional	Grupo ocupacional	Número de	Rol	R.M.U	Habilitación de partidas:

				puestos			
1	Dirección de Mercadeo	Coordinador de Promoción Operación Local Nacional	SERVIDOR PÚBLICO QT 7	1	EJECUCIÓN Y SUPERVISIÓN DE PROCESOS	$ 1.761	Habilitación de partida con cargo al rubro de contrato ocasional
		NÚMERO TOTAL DE PARTIDAS HABILITADAS CON CARGO AL RUBRO DE CONTRATOS OCASIONALES					**1**
		TOTAL DE HABILITACIONES DE PARTIDAS					**1**

DESCRIPTIVO DE FUNCIONES Y CLASIFICACIÓN DE PUESTOS

La Jefatura de Talento Humano, cuenta con los descriptivos de puestos aprobados al mes de julio de 2016, en base al que se ha realizado los procesos de selección de personal.

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

En los procesos de selección de personal, realizados por la Jefatura de Talento Humano, se ha buscado seleccionar y contratar a las personas más idóneas que cumplan con los requisitos establecidos en el Descriptivo de Puestos vigente, a través de procesos de selección que garanticen un óptimo desempeño y adaptabilidad dentro de la misma.

El reclutamiento de los candidatos se ha realizado a través de la página Socio Empleo y de la base de información que reposa en Talento Humano.

En el ejercicio Fiscal 2019, se realizaron 50 procesos de selección de personal.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

La Jefatura de Talento Humano, ha levantado las necesidades de capacitación de los funcionarios, servidores y trabajadores de Quito Turismo, a través del formulario Detección de Necesidades de Capacitación y con esta información ha formulado el Plan de Capacitación que ha sido presentado a la Gerencia General para su aprobación y posterior ejecución.

La capacitación que se ha brindado al personal de Quito Turismo, ha respondido a las necesidades de las servidoras y servidores y estuvo directamente relacionada con el puesto que desempeñan, a continuación se detalla los cursos que ha recibido el personal hasta abril de 2019.

INSTITUCIÓN	CURSOS SOLICITADOS	CURSOS EJECUTADOS	PORCENTAJE DE EJECUCIÓN
CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO	29	14	48%
NO PROGRAMADOS	6	6	100%
ICAM	2	2	100%

Las capacitaciones de la Contraloría General del Estado, no pudieron ser ejecutadas al 100%, en virtud de que, los servidores no pudieron asistir a las mismas, ya que se requería de su presencia para la ejecución de las actividades inherentes a su cargo.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

La evaluación del desempeño es una herramienta que nos permite medir el nivel de cumplimiento de resultados de los servidores que se verá reflejado en la gestión del logro de objetivos de la institución y del personal.

La Gerencia General, aprobó el Plan de Evaluación del Desempeño de los servidores de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

En el mes de diciembre de 2019, los jefes inmediatos realizaron las Evaluación del Desempeño.

3. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO PARA PERSONAL BAJO LA MODALIDAD DE CÓDIGO DEL TRABAJO

El Código de Trabajo en su Art. 64 dispone: "**Art. 64**.- Reglamento interno.- Las fábricas y todos los establecimientos de trabajo colectivo elevarán a la Dirección Regional del Trabajo en sus respectivas jurisdicciones, copia legalizada del horario y del reglamento interno para su aprobación".

"Sin tal aprobación, los reglamentos no surtirán efecto en todo lo que perjudiquen a los trabajadores, especialmente en lo que se refiere a sanciones".

Al existir en Quito Turismo, personal bajo la modalidad de Código del Trabajo, es obligatorio contar con un Reglamento que norme este régimen laboral, por esta razón mediante documento de Aprobación del 14 de marzo de 2019, la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público, aprueba el Reglamento Interno de Trabajo para el personal bajo la modalidad de Código de Trabajo de Quito Turismo.

Mediante Resolución 006-03-2019, del 27 de marzo de 2019, suscrita por la Dra. Renata Morena, Concejala del MDMQ, Presidenta del Directorio delgada y la señora Verónica Sevilla, Gerente General de Quito Turismo, se da por conocido el Reglamento Interno de Administración de Talento Humano Código del Trabajo de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.



APROBACION

CONSIDERANDO:

Que el artículo 44 del Código de Trabajo establece: "Las fábricas y todos los establecimientos de trabajo colectivo elevarán a la Dirección Regional de Trabajo en sus respectivas jurisdicciones, copia legalizada del horario y del reglamento interno para su aprobación. Sin tal aprobación, los reglamentos no surtirán efecto en todo lo que perjudiquen a los trabajadores, especialmente en lo

Que el Proyecto de reglamento interno de la empresa EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO , domiciliada en el cantón QUITO provincia de PICHINCHA, fue presentado con fecha 14/03/2019 para su aprobación por intermedio de su representante legal debidamente legitimado.

RESUELVE:

Art. 1.- Aprobar el reglamento interno de la empresa EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO , con domicilio en la Provincia de PICHINCHA, Cantón QUITO.

Art. 2.- Quedan incorporadas al reglamento interno de la empresa EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO las disposiciones del Código del Trabajo que prevalecerán en todo caso así como lo convenido en el Contrato Colectivo, si lo hubiere.

Art. 3.- Todo lo que se contraponga con la Constitución de la República del Ecuador, a los Tratados Internacionales en materia laboral y al Código de Trabajo se entenderán como nulos.

Art. 4.- La presente Resolución junto al Reglamento interno de trabajo deberán ser exhibidos permanentemente en lugares visibles del lugar de trabajo.

Art. 5.- Se deja constancia de la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público declina cualquier tipo de responsabilidad, respecto de la veracidad y autenticidad de la información y documentación anexa para la aprobación del presente reglamento.

Con sentimiento de distinguida consideración.

Abg. Carla Jessaré Navarrete Villalva
DIRECTORA REGIONAL DEL TRABAJO Y SERVICIO PUBLICO DE QUITO
MINISTERIO DEL TRABAJO

4. SUT

En acato a la disposición del Ministerio de Trabajo para las Empresas Públicas, la Jefatura de Talento Humano realizó la carga mensual de la Estructura Remunerativa en la plataforma de Registro y Carga de Información del SUT.



5. CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN EL INFORME GENERAL DEL EXAMEN ESPECIAL "A LOS PROCESOS DE DESVINCULACIÓN, LIQUIDACIÓN Y PAGO DE LOS FUNCIONARIOS, EMPLEADOS Y TRABAJADORES DE LA EPMGDT"

El equipo de Auditoría Interna del Municipio del distrito Metropolitano de Quito, en agosto de 2018, inició el "examen especial a los procesos de desvinculación, liquidación y pago de funcionarios, empleados y trabajadores de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, por el período comprendido entre el 2 de enero de 2015 y el 31 de diciembre de 2017.

Las observaciones que se hicieron en el transcurso del examen, se fueron cumpliendo inmediatamente unas en el transcurso del mismo y otras con posterioridad, de tal forma que las recomendaciones que se indican en el mencionado examen en la actualidad han sido cumplidas en su totalidad.

CONCLUSIONES

La Unidad de Talento Humano, ha cumplido con los subsistemas que le corresponde de conformidad a la normativa legal vigente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda actualizar el Estatuto Orgánico Funcional, aprobado el 04 de abril de 2016 y el Reglamento Interno de Administración de Talento Humano, de 20 de enero de 2017, que se considere el Plan Estratégico 2021 y demás normativa vigente.

Responsable:



María del Carmen Carrera
JEFE DE TALENTO HUMANO

6. FUENTES DE VERIFICACIÓN

Las evidencias que sustentan la validez de la información recolectada se encuentra en los siguientes reportes:

- Matriz de evaluación que reposan en físico y magnético en la jefatura de planificación, en las cuales se describen los reportes y justificaciones que se emiten desde cada área, por medio de su director (a) y/o Jefaturas.
- En las unidades destinadas al seguimiento de avances técnicos en cada área de la empresa
- Los soportes se encuentran, de igual manera, en los diferentes procesos de contratación o de gestión realizados en cada unidad-área de la empresa, que son de responsabilidad de cada gerencia y/o dirección.

7. ANEXOS

- Avances de POA período ENERO – DICIEMBRE 2019 (Hoja electrónica)
- Presentación avances a enero-diciembre 2019 (pdf)

Elaborado y consolidado por:

RUBÉN BANDA
Jefe de Planificación
Quito Turismo

Revisado por:

Luis Ruales
Gerente Financiero Administrativo
Quito Turismo

Revisado por:

Patricio Velásquez
Gerente Técnico
Quito Turismo

Aprobado por:

CARLA CÁRDENAS
Gerente General
Quito Turismo