

INFORME DE SEGUIMIENTO Y RESULTADOS DE ACTIVIDADES POA 2024

ACTIVIDAD: Coordinar y organizar acciones de captación de eventos, promocionales y de posicionamiento del DMQ como destino de reuniones y turístico a nivel local, nacional e internacional

INDICADOR: Número de acciones de captación de eventos, promocionales y de posicionamiento del DMQ como destino de reuniones y turístico a nivel local, nacional e internacional

META: Coordinar y organizar 60 acciones de captación de eventos, promocionales y de posicionamiento del DMQ como destino de reuniones y turístico a nivel local, nacional e internacional en el 2024.

MES DE REPORTE: Marzo

1. Antecedentes

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico es una entidad de derecho público, cuya misión empresarial es “Desarrollar y promocionar turísticamente el Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con el sistema turístico, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación, contando con talento humano especializado” cuyos objetivos primordiales se centran en el desarrollo turístico del Distrito Metropolitano y la realización de acciones orientadas a la promoción nacional e internacional para el posicionamiento de la oferta turística de la ciudad de Quito.

Quito Turismo busca gestionar el destino turístico de forma sostenible, buscando equilibrio territorial e incidencia nacional; a través del diseño, desarrollo, asistencia técnica, promoción y comercialización de los productos turísticos del Distrito, con la participación de todas las formas de organización de la producción y ciudadanía, en beneficio de la experiencia de los visitantes.

EJE MERCADEO

La misión de la Dirección de Mercadeo es gestionar el posicionamiento y la promoción del destino Quito a nivel local, nacional e internacional con atribuciones y competencias establecidas referentes a:

- a) promocionar al Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional;
- b) realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y,
- c) presentar servicios públicos relacionados a la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de las actividades turísticas.

Basándose en el pilar estratégico del Marketing, sus funciones y competencia la dirección de Mercadeo ha venido ejecutando proyectos estratégicos que han fortalecido la promoción turística del destino Quito a nivel nacional e internacional, enfocados en la ejecución de actividades que fortalecen la agenda turística de la ciudad como activaciones ATL / BTL, eventos temáticos, entre otras, consideradas acciones de promoción turística dirigidas al

público de mayor amplitud, con una segmentación más oportuna que garantice un mejor alcance y mayor conexión con la audiencia, lo que permitirá sin duda el fortalecimiento creativo de la promoción de la oferta turística de la ciudad, y fundamentalmente potenciará el posicionamiento del destino en la mente de los consumidores locales (brand awareness) a través de estas acciones de alto impacto y alta recordación.

De acuerdo con los antecedentes mencionados y la situación actual derivado del estado de conmoción interna que vive el país producto de la crisis de inseguridad, es importante realizar acciones con la finalidad de continuar reactivando el turismo hacia la ciudad de Quito principalmente en los mercados local y nacional que siguen siendo mercados de oportunidad y de reacción inmediata a estrategias de promoción de destino.

El enfoque y directrices de la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito continúan con la priorización de generar mayor número de acciones para la promoción de la ciudad de Quito en el mercado interno, y es por esta razón que el turismo local adquiere un protagonismo necesario y priorizado por el gran potencial de desarrollo que tiene, por tanto es trascendental que el destino trabaje con la industria turística local, artistas, proveedores, experiencias, artesanos y todos los que de una u otra manera generan valor agregado a Quito con el fin de generar acciones de impacto que busquen despertar la atención de los visitantes internos.

EJE MICE

De acuerdo al Orgánico Funcional de Quito Turismo, la misión de la Dirección de MICE es promocionar y captar eventos asociativos, corporativos, viajes de incentivos, ferias y eventos SMERF que abarcan a los sectores sociales, militar, educativo, religioso y de familia, entre las funciones de la Dirección MICE se encuentra: a) Establecer las estrategias de posicionamiento, marketing y comunicación en turismo de reuniones enfocadas al destino Quito, h) Control y realización de acciones de mercadeo, promoción RRPP para Quito en materia de turismo de reuniones, y adicional cuenta con atribuciones y competencias establecidas referentes a proponer, ejecutar y evaluar estrategias encaminadas a fortalecer el posicionamiento de Quito como un destino atractivo para el segmento de reuniones.

Estas acciones buscan cumplir con los siguientes objetivos:

- Dar a conocer productos turísticos y el destino Quito Meetings & Incentives.
- Incrementar conocimiento de marca MICE Quito Meetings & Incentives.
- Incentivar la visita al destino turístico Quito para la ejecución de eventos.
- Dar a conocer los principales atractivos de Quito, así como sus servicios para eventos.
- Impactar de forma positiva con el consumidor.
- Persuadir a los potenciales clientes a realizar sus encuentros en Quito.

El turismo de reuniones es el segmento que se caracteriza por ritmos de crecimientos sostenidos, manifestando una alta rentabilidad y contribución al desarrollo de otros sectores relacionados. El gasto de quienes participan en la industria de reuniones es de 5 a 7 veces más alto que el generado por otros productos turísticos, ya que cada turista de negocios tiene un gasto aproximado de \$607 por cada tres días de evento, involucrando en la cadena de valor a diferentes sectores tanto público, privado, actores y gremios de profesionales, entre

ellos: promoción, alimentación, locaciones, transporte, decoración, hospedaje, demás servicios y experiencias.

2. Principales Actividades

ADVENTURE ELEVATE LATIN AMERICA (6 may – 8 may)

Adventure Elevate es una conferencia regional anual de tres días dirigida a medios, operadores turísticos emisores y líderes de opinión en la comunidad de viajes de aventura. En esta conferencia se presentan temas relevantes de la industria como: negocios y tecnología, marketing y operaciones y tendencias de viaje.

XIV TORNEO ABIERTO DE GOLF "COPA HQM" (5 abr)

La asociación de Hoteles de Quito Metropolitano (HQM), es la organizadora del XIV Torneo Abierto de Golf "COPA HQM". La décima cuarta edición de este torneo se llevará a cabo en Quito, el 5 de abril de 2024. Este evento reunirá aproximadamente a 120 participantes nacionales e internacionales.

ITB BERLÍN (5 – 7 mar)

La feria ITB Berlín se ha realizado por más de 50 años y es una de las ferias turísticas más importantes a nivel mundial y la exhibición del turismo y sus actividades más grande desplegada en Alemania. Tiene lugar todos los años en el mes de marzo y la presente edición se llevó a cabo del 05 al 07 de marzo de 2024 en la ciudad de Berlín en el Recinto Ferial Messe Berlín; su organizador directo es Messe Berlín GMBH.

Esta feria está dirigida a los principales actores de la industria turística mundial como son operadores de turismo alemán, europeo y mundial, hoteles y restaurantes, destinos, líneas aéreas, asociaciones turísticas, tecnología, servicios y prensa. Para el sector turístico es una excelente oportunidad para hacer negocios, descubrir las últimas tendencias de turismo, viajes, comunicación, marketing, etc. y para el público en general representa una oportunidad de tener al mundo entero bajo un mismo techo, donde se pudo conocer las distintas ofertas turísticas disponibles.

FERIA INTERNACIONAL DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES (16 AL 19 DE mar)

Es un evento que fue organizado por el Instituto Ciudades del Futuro y la Fundación Ciudad de La Plata, y contó con el apoyo del Instituto Municipal de Turismo de Curitiba, la Prefeitura de Curitiba, siendo la ciudad anfitriona, el Ministerio de Turismo de Brasil, la Secretaria de Estado de Turismo de Paraná, y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF); además del patrocinio de la Federación de Comercio del Estado, FECOMERCIO Paraná, Confederación Nacional de Comercio de Bienes, Servicios y Turismo (CNC), Servicio Social de Comercio (Sesc), Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial (Senac), Servicio Brasileiro de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas, SEBRAE Paraná, iUrban.

El evento se realizó del 17 al 19 de marzo de 2024 más días de viaje.

RUEDA DE PRENSA DE LANZAMIENTO DE LA SEMANA SANTA 2024

El miércoles 13 de marzo de 2024, el alcalde de Quito, Pabel Muñoz, presentó el programa de celebración de Semana Santa en la capital e invitó a toda la ciudadanía a disfrutar de las

actividades previstas, “que lo hagan con seguridad, respetando los espacios públicos, religiosos y sobre todo, cuidándonos entre todos”

3. Logros/Resultados a la fecha

ADVENTURE ELEVATE LATIN AMERICA (6 may – 8 may)

Durante la conferencia que se llevará a cabo del 6 al 8 de mayo en el Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, habrá coffee breaks y almuerzo, por lo que, el 18 de marzo y junto a los organizadores del evento, se realizó una degustación de la comida que se servirá en esas fechas.

Por otro lado, el 19 de marzo, hubo una rueda de prensa en el GO Hotel, en el que participaron miembros del Ministerio de Turismo; Oscar López, en calidad de Gerente Subrogante de Quito Turismo y Nicolás Caram, Director Regional de Latinoamérica y el Caribe del Adventure Travel Trade Association (ATTA). Durante la rueda de prensa se incluyeron temas acerca de la conferencia que será en mayo y la importancia que tiene el turismo de aventura y el turismo sostenible en el mundo y sobre todo en el Ecuador.

Por la tarde del 19 de marzo, Nicolás Caram, brindó una charla a estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito sobre las nuevas tendencias de viaje para el turismo de aventura.

XIV TORNEO ABIERTO DE GOLF “COPA HQM” (5 abr)

Este torneo se realiza de manera periódica, por lo que da la oportunidad a la ciudad de ser reconocida y promocionada como sede de eventos deportivos a nivel nacional e internacional, es por esto que se brindará el siguiente apoyo:

- Presencia de marca
- Mención de empresa
- Presencia de marca en el afiche promocional
- Presencia de marca en el volante promocional
- Presencia de marca en el programa
- Presencia de marca en e-mails
- Presencia de marca en vallas promocionales
- Presencia de marca en banners
- Presencia de marca en invitaciones
- Folletería en mesa de información
- Invitaciones cortesía

ITB BERLÍN (5 – 7 mar)

En la feria ITB 2024 se realizaron 27 citas B2B y networking con tour operadores y medios de prensa más representativos de Europa, principalmente del mercado de Alemania, uno de los principales mercado emisores para Quito, quienes conocieron la nueva oferta de la ciudad de Quito y sus alrededores principalmente la ruralidad.

- A partir de las reuniones se realizará con el Corte Inglés un programa 360 que incluya formaciones a sus agentes de viajes, un fam trip y campaña B2C en España.

- Se realizará un upgrade al programa de data que mantenemos con Amadeus para tener estadísticas más amplias para el destino, se evaluará también otros programas que brindan datos estadísticos como Forwardkeys que son fuertes en Europa.
- Acercamiento con National Geographic Food Traveller para participación de Quito en festival gastronómico organizado por ellos en el mes de julio en Londres.
- Se trabajará en el press trip de Mathias Falcon fotógrafo para que pueda entregar material de la ciudad además publicarlo como freelance en revistas de alcance en Reino Unido.
- Se definió Press Trip de la revista Wanderlust para el mes de junio o julio con el que tendrán material para publicarlo en el medio tanto físico como digital.
- Otro de los logros de la presencia de la delegación en Berlín fue la premiación de TO DO AWARDS a la Comunidad de Yunguilla que reconoce los intereses y necesidades de una población en la planificación e implementación de proyectos y ofertas turísticas.
- Reuniones con principales medios de prensa, con el objetivo de realizar promociones del destino tanto en sus revistas digitales como físicas, entre los que tenemos a Wanderlust donde se enviará información de sustentabilidad para la publicación en la revista Green List Magazine.

FERIA INTERNACIONAL DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES (16 AL 19 DE mar)

- Durante la ponencia realizada por el Gerente General se dio a conocer los aportes del diagnóstico y acciones de implementación tecnológica en la ciudad de Quito, además de la oferta, nuevos atractivos y servicios turísticos con los que cuenta el destino.
- Reunión con otros destinos para conocer el manejo e indicadores que son relevantes principalmente para la promoción de la ciudad.
- Conocimiento de las nuevas herramientas tecnológica y el uso de los datos en la toma de decisiones.
- La presencia de Quito como parte de las ciudades y países invitados, fue de vital importancia para consolidar la estrategia del destino como DTI.
- Se acordó la realización de un Fam Trip con el objetivo de dar a conocer los nuevos productos y servicios con los que cuenta la ciudad, y de esta manera estar alineados para llegar a ser un Destino Turístico Inteligente.
- Intercambio de experiencias en el manejo de la promoción a nivel digital.

Compromisos adquiridos

- Coordinación de un Fam Trip
- Envío de información acerca del manejo de las herramientas digitales.
- Desarrollar un producto innovador para la participación del destino en la feria Smart City

Beneficios de la comisión de servicio al exterior

Para Quito Turismo es importante participar en las principales ferias turísticas a nivel internacional, mediante las cuales se pueden transmitir la experiencia y conocimiento del destino a otros países, aportando significativamente al desarrollo del turismo del país y su vez generando mecanismos que permitan lograr estadías prolongadas en el Distrito Metropolitano de Quito. De igual manera, en este tipo de ferias se puede conocer más acerca del manejo de otros destinos con el objetivo de mejorar la gestión y el desarrollo de las acciones programadas para la promoción de Quito.

RUEDA DE PRENSA DE LANZAMIENTO DE LA SEMANA SANTA 2024

Durante la rueda de prensa se dio a conocer los siguiente:

- El XXII Festival Internacional de Música Sacra será del 13 al 24 de marzo, en iglesias patrimoniales, capillas y espacios culturales de la capital, donde músicos y ensambles nacionales e internacionales deleitarán al público con melodías en perfección de formas dedicadas a la divinidad.
- El 21 de marzo, se realizará la premiación del concurso 'Fanesca Sostenible, del campo a la mesa', en el convento de San Francisco, con el realce de este potaje tradicional ecuatoriano, que está vinculado a la semana mayor.
- Las programaciones religiosas inician el 24 de marzo, con la ornamentación floral, misa campal y la Procesión de Domingo de Ramos.
- El Arrastre de Caudas será el miércoles 27 de marzo, mientras que el Viernes Santo será la Procesión Jesús del Gran Poder, en el centro y sur de la ciudad, con la congregación de miles de feligreses.
- Alrededor de 7.500 establecimientos turísticos activos están listos para recibir al turista ecuatoriano y extranjero durante el feriado de Semana Santa.
- "La semana Santa Quiteña se ha convertido en un referente no solo nacional sino internacional que da cuenta de las características de Quito, Luz de América, Carita de Dios, que también es una ciudad de fe y esta Semana Santa, la Semana Mayor como la llama la iglesia, una semana en la que esa fe se va a hacer notar", señaló Pabel Muñoz.
- Alfredo José Espinoza, arzobispo de Quito y primado de Ecuador, resaltó la tradición e importancia de la Semana Mayor para los habitantes de la capital tanto para católicos como para los que no lo son.

4. Impacto en la ciudadanía

ADVENTURE ELEVATE LATIN AMERICA (6 may – 8 may)

La charla brindada a estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito sirvió de inspiración para los futuros profesionales de las carreras como Turismo y Hospitalidad. Los estudiantes ven alternativas de innovación turística en este ámbito.

XIV TORNEO ABIERTO DE GOLF "COPA HQM" (5 abr)

El torneo de Golf reúne a los principales ejecutivos del país, quienes son un grupo de empresarios que están comprometidos con la comunidad. Un porcentaje de los ingresos obtenidos del evento se destinarán para apoyar a instituciones sin fines de lucro que trabajan con grupos de niños y jóvenes de sectores vulnerables.

RUEDA DE PRENSA DE LANZAMIENTO DE LA SEMANA SANTA 2024

Alrededor de 7.500 establecimientos turísticos activos están listos para recibir al turista ecuatoriano y extranjero durante el feriado de Semana Santa.

“La semana Santa Quiteña se ha convertido en un referente no solo nacional sino internacional que da cuenta de las características de Quito, Luz de América, Carita de Dios, que también es una ciudad de fe y esta Semana santa, la Semana Mayor como la llama la iglesia, una semana en la que esa fe se va a hacer notar”, señaló Pabel Muñoz.

Alfredo José Espinoza, Arzobispo de Quito y primado de Ecuador, resaltó la tradición e importancia de la Semana Mayor para los habitantes de la capital tanto para católicos como para los que no lo son.

5. Conclusiones y recomendaciones

La promoción de la ciudad como destino sede para la realización y ejecución de importantes eventos ha tenido un impacto positivo. Esto se puede destacar en los eventos que ya se han ejecutado con éxito, en los cuales Quito ha brindado una imagen atractiva en ámbitos de: lugares turísticos y emblemáticos, movilidad, accesibilidad, gastronomía, hotelería y, en especial, seguridad.

Con los antecedentes expuestos, el Distrito Metropolitano de Quito se prepara para la recepción y participación de grandes eventos, así como su posicionamiento importante para ser la sede de destino de reuniones a nivel local e internacional.

6. Anexos

ADVENTURE ELEVATE LATIN AMERICA (6 may – 8 may)



Degustación CCMQ



Charla USFQ

ITB BERLÍN (5 – 7 mar)



FERIA INTERNACIONAL DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES (16 AL 19 DE mar)



RUEDA DE PRENSA DE LANZAMIENTO DE LA SEMANA SANTA 2024



7. Firmas de responsabilidad

Irene Guijarro

Directora MICE

Belén Heredia

Directora de Mercadeo