

INFORME DE SEGUIMIENTO Y RESULTADOS DE HITOS 2024

HITO: Realización de 8 ferias turísticas

PASO: Planificación y logística de la Feria Turística de Verano

MES: Abril /2024

1. Antecedentes

De acuerdo con el orgánico funcional de la empresa pública metropolitana de gestión del Destino Turístico — Quito Turismo, la misión de la dirección de desarrollo es gestionar y diseñar productos/servicios turísticos del DMQ para garantizar la experiencia positiva del visitante al destino. Sus atribuciones y competencias son desarrollar la actividad turística en el DMQ tales como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura y realizar actividades operativas relativas a las competencias que el ámbito turístico corresponden al Municipio del DMQ de conformidad a la Ley.

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.

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 garantiza 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 el posicionamiento del destino en la mente de la ciudadanía a través de estas acciones de alto impacto y alta recordación.

Las ferias turísticas son eventos que tienen como finalidad primordial la exposición, que impulsa y difunde la oferta de productos turísticos, que potencializa la comercialización y expansión económica en el área urbana como en el área rural del DMQ.

La ejecución y planificación de las ferias turísticas mencionadas en el presente informe parten del Plan de Ejecución de Ferias Turísticas 2024 aprobado en el mes de febrero, el mismo que se coordina entre los ejes de Desarrollo y Mercadeo para el cumplimiento de acciones establecidas y se articula a las agendas de trabajo de entidades municipales relacionadas al desarrollo y promoción turística del destino y los actores locales participantes.

2. Desarrollo

EJE DESARROLLO

Realización de la Feria Turística Gastronómica y Productiva Ruta Escondida

- El 27 de abril de 2024, en colaboración con las parroquias de la Zona Norcentral, se celebró la "Feria Turística, Gastronómica y Productiva en la Ruta Escondida". Esta

actividad fue parte del 16º Festival Cultural, Productivo y Turístico de la Ruta Escondida y sirvió como un espacio de integración, diálogo e intercambio cultural. Su objetivo principal fue visibilizar y fortalecer las acciones dirigidas al posicionamiento turístico de la Ruta Escondida.

- Se presenta la oferta artística implementada de la Feria Turística, gastronómica y productiva en la Ruta Escondida:
- Presentación del grupo de Atahualpa Mojanda tradición con coplas de San Pedro
- Show cooking con productos de la zona (Chef Juan Holguín y Daniel Holguín)
- Presentación de Camila Bosmediano intérprete de música nacional, yaravíes, san Juanito
- Presentación de grupo del Chávez o no Chávez
- Presentación musical San José de Minas con el trio
- Presentación del trio Bohemia de Puéllaro
- Grupo noche negra, ruta escondida

EJE MERCADEO

- Como parte de la estrategia de difusión del evento *Feria Turística Gastronómica y Productiva Ruta Escondida*, se realizó un posteo en las redes promocionales del destino Visit Quito con el objetivo de promocionar el evento y las actividades turísticas organizadas para el mercado local y nacional.
- En lo relacionado a la planificación de las ferias turísticas de verano, se realizó un levantamiento de los eventos planificados dentro de la estrategia de Mercadeo y Desarrollo, el concepto y el detalle de los requerimientos técnicos y específicos que se requieren para la ejecución de estos eventos que formarán parte de la agenda de actividades que se pondrá en consideración de la ciudadanía para la promoción del destino y oferta turística durante la temporada de verano. Para más información de esto se anexa la Planificación y Logística de las Ferias Turísticas de Verano.

3. Impacto en la ciudadanía

EJE DESARROLLO

En la feria turística gastronómica ruta escondida, se contó con la asistencia de aproximadamente 750 personas quienes tuvieron la oportunidad de disfrutar de una variedad de actividades artísticas y gastronómicas; así como también de la exposición de las facilidades turísticas a desarrollarse dentro de la zona.

Además, se dispusieron 20 stands donde los visitantes pudieron conocer y degustar diversos productos, platos gastronómicos y servicios representativos de la región, brindando así una experiencia completa a los asistentes.

EJE MERCADEO

De acuerdo a los indicadores de impacto generado por las RRSS, el posteo promocional realizado para la promoción de la Feria Turística de la Ruta Escondida generó un alcance de 2.000 usuarios digitales.

4. Dificultades encontradas.

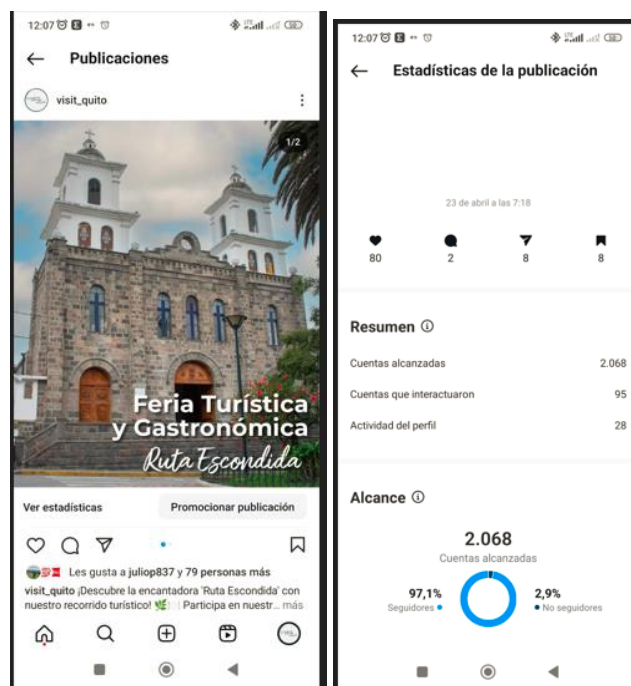
Las fechas de ejecución de las ferias turísticas pueden variar de acuerdo con la dinámica social, estados de excepción, restricciones por convulsión social, desastres naturales y otros

5. Conclusiones

- Luego de los antecedentes mencionados, se viene trabajando en el cumplimiento de las estrategias de promoción turística de Quito y del posicionamiento de la estrategia gastronómica de la ciudad, lo que ha facilitado la oportunidad de presentar una propuesta para fortalecer la agenda de actividades de verano con ferias turísticas y gastronómicas como: la *feria del IntiRaymi*, *evento Gastronómico de Asados de Quito*, *El Festival Turístico y Gastronómico del Chocó Andino* y *El Festival del Mapping* cuyo objetivo principal será el posicionar a Quito como un destino turístico para la *temporada de verano* para la atracción de visitantes.
- Como parte de las estrategias de promoción y desarrollo el realizar diferentes eventos turísticos en el ámbito rural atrae a visitantes estos al presenciar este tipo de actividades se llevan grandes impresiones; de la información recabada durante la feria se puede indicar que el 79% de los visitantes expresaron que la higiene de la feria fue excelente. Además, se estima que el gasto promedio de los visitantes fue de USD 13,00; y que se registró una venta promedio de USD 1.645,00. La feria fue calificada como excelente según manifestaron el 59% de los visitantes, así también parte de las recomendaciones realizadas por los mismos es que se debe mejorar en la promoción y difusión de este tipo de eventos.

6. Anexos

➤ Promoción Feria Turística Gastronómica y Productiva Ruta Escondida



➤ Registro Fotográfico Feria Turística Gastronómica y Productiva Ruta Escondida



➤ Planificación y logística de la Feria Turística de Verano

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1URPH6JYLDRD4hoCmIl0YtASeHfjCAWVv>

7. Firmas de Responsabilidad

ACCIÓN:	NOMBRE	FIRMA
ELABORADO POR:	Henry Lala Analista Geógrafo	
ELABORADO POR:	María Belén Pacheco Coordinadora de Promoción	
APROBADO POR:	Gerson Arias Director de Desarrollo (E)	
APROBADO POR:	María Belén Heredia Directora de Mercadeo	
Fecha de elaboración: Quito, D.M 01 de mayo del 2024		