ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO (EPMGDT)

La Estructura Organizacional de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, en adelante **Quito Turismo** se alinea con su Misión, Visión y Objetivos Institucionales, sustentados en la Ley de Turismo y sus Reglamentos; en la Ley Orgánica de Régimen Municipal, (Código de Ordenamiento Territorial); en la Ley Orgánica de Empresas Públicas, en la Ordenanza Metropolitana de Creación de Empresas Públicas Metropolitanas; en el Plan Q de Turismo, su Política de Calidad basadas en el mejoramiento continúo de los procesos., y con enfoque de mercado, compatibles con la oferta y demanda; satisfacción de los clientes internos y externos, realizados con eficacia y eficiencia.

Los procesos identificados para el cumplimiento del giro del negocio y los objetivos de la Empresa Quito Turismo son los siguientes:

a. **Procesos Gobernantes,** direccionan la gestión institucional a través de la expedición y generación de políticas, normas, objetivos, procesos, procedimientos, instrumentos y mecanismos para poner en funcionamiento a la organización.

b. **Procesos Agregadores de Valor,** ejecutan las estrategias para el cumplimiento de los objetivos institucionales, además generan, , administran y controlan las estrategias, los productos y servicios destinados a usuarios externos e internos y permiten cumplir con el giro del negocio y sus objetivos; constituyen la razón de ser de la Entidad.

c. **Procesos Habilitantes,** están encaminados a generar productos y servicios para los procesos gobernantes, para los que agregan valor y para sí mismos, dan apoyo y asesoran viabilizando la gestión institucional.

La Estructura Organizacional de Quito Turismo, se definirá en consideración de su base legal, normas procedimientos legales, objetivos y direccionamiento estratégico institucional (misión y visión). Los puestos Directivos son los encargados de cumplir y hacer cumplir la gestión institucional, sus metas y objetivos, estos trabajan dentro de los procesos centrales / agregadores de valor y habilitantes dentro de la estructura organizacional.

VISION:
"Ser una empresa pública eficiente que gestiona al Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico sostenible y de clase Mundial; y, que contribuye al buen vivir"

MISIÓN:
"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 nacionales y extranjeros"

Principios

Eficiencia, Sostenibilidad y Calidad, que a su vez soportan buenas prácticas de Gobierno Corporativo, Sostenibilidad, Participación Ciudadana, Transparencia, Rendición de Cuentas, Inclusión y Responsabilidad Social.

Valores

1. Equidad
2. Honestidad
3. Respeto
4. Responsabilidad
5. Solidaridad

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Ejecución de políticas, planes, programas y proyectos para el posicionamiento del Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico sostenible a nivel nacional e internacional a través de:

1. Ejecutar la política turística del Distrito Metropolitano a través del impulso de la colaboración y coordinación con organismos públicos, privados, comunitarios en el conjunto del Estado, del distrito, con gobiernos locales y a nivel internacional.
2. Fortalecer la competitividad del sector turístico con una adecuad articulación público, privado y comunitario,
3. Fomentar alianzas estratégicas, con el sector turístico público, privado y comunitario adecuándolas a las nuevas necesidades del mercado.
4. Instrumentar estrategias de innovación, diseño y gestión de unidades de negocios rentables para la empresa y el distrito Metropolitano
5. Desarrollar y Ejecutar proyectos emblemáticos de gran impacto social y económico, bajo criterios de sostenibilidad en el .ámbito turístico en el Distrito Metropolitano de Quito.

6. Diseñar y ejecutar acciones de Gestión y Desarrollo Turístico con un enfoque técnico dentro de los ámbitos; urbano, rural natural y cultural.
7. Desarrollar y ejecutar acciones orientadas a la promoción nacional e internacional de la oferta turística del Distrito Metropolitano de Quito.
8. Comercializar y gestionar la comercialización de Productos y Servicios relacionados directa e indirectamente a la actividad turística.
9. Fomentar el Turismo Sostenible (que incluye los factores ambientales, económicos y sociales), la calidad y las buenas prácticas empresariales en el Distrito Metropolitano de Quito.

POLITICA DE CALIDAD

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico **"Quito Turismo"** está comprometida con la ejecución de la Política Turística del Distrito Metropolitano de Quito; La Empresa trabajará aplicando un modelo de gestión por procesos y de mejoramiento continuo con un equipo altamente calificado que preserve los principios, valores e identidad del Distrito Metropolitano de Quito, que potencie el manejo adecuado del territorio y el equilibrio entre emprendedores, empresarios, residentes y turistas.

REPRESENTACIONES GRÁFICAS DE LAS ESTRUCTURA Y MODELO DE GESTIÓN DE QUITO TURISMO

Para visualizar de una mejor manera los procesos que se desarrollaran en el modelo de gestión de Quito Turismo, se consideran las siguientes representaciones gráficas:

La Cadena de Valor del Turismo

Con el propósito de sustentar el modelo más adecuado de Quito Turismo es necesario explicar cómo funciona la cadena de valor del turismo para poder sacar los elementos más relevantes y aplicarlos al modelo que se quiere conseguir dentro de Quito Turismo.

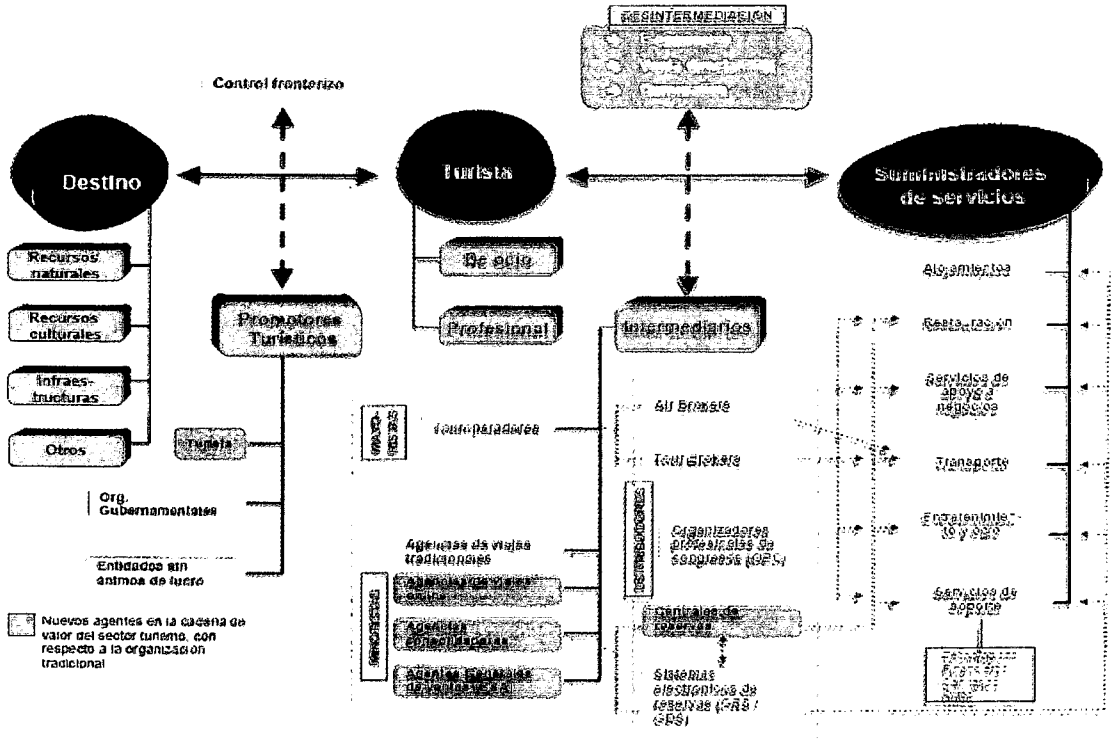
La cadena de valor o sistema de valor del sector turístico no es más que el conjunto de actividades interrelacionadas que se desarrollan en el mismo y que añaden valor a la experiencia turística.

Esta herramienta metodológica fue diseñada para su aplicación a la industria manufacturera por lo que debió ser adaptada al sector servicio en general, y al turístico en particular.

En este sentido, mientras que el cliente no suele participar en el proceso productivo de las empresas del sector manufacturero, para las del sector turístico

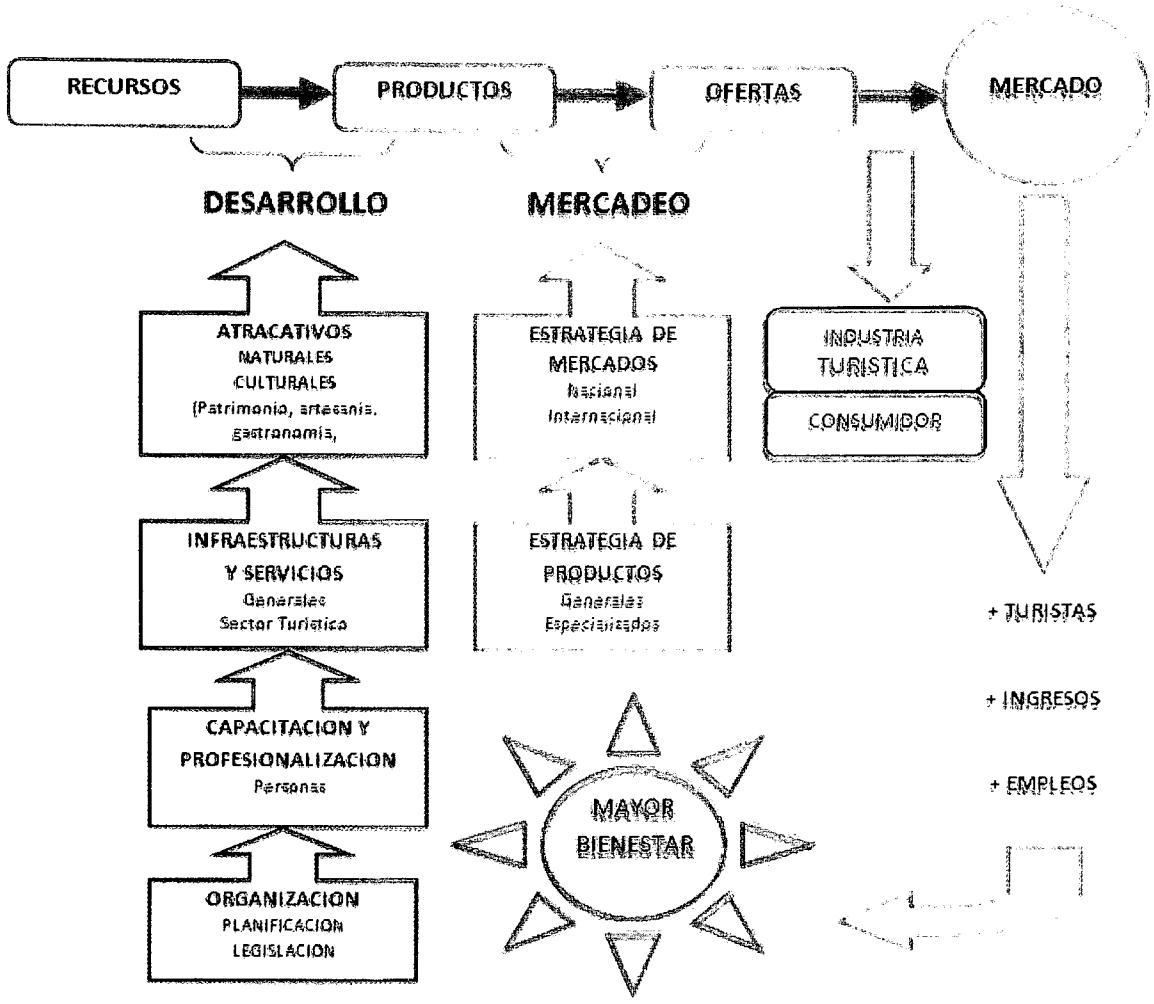
este hecho se convierte en pieza clave del mismo, siendo necesaria su participación a la hora de configurar el producto final, tanto desde la óptica de la empresa como del destino turístico.

Las empresas que participan en el sector turístico son múltiples y heterogéneas, cada una contribuye en parte a aumentar el valor global de un producto turístico, pues el consumidor -turista- sólo percibe la existencia de un único producto, que no es más que su experiencia turística.



Fuente: PriceWaterHouse Coopers,

.Mediante el gráfico podemos observar entonces que la cadena de valor del turismo, consiste en una red de actividades interrelacionadas, 2009conectadas mediante enlaces. Del esquema anterior se puede identificar dos grandes áreas que intervienen en el proceso de transformación (cadena de valor) de la actividad turística y que serán parte esencial en los procesos internos de Quito Turismo dentro de un modelo de Gestión de un destino: el área de Desarrollo y el área de Mercadeo



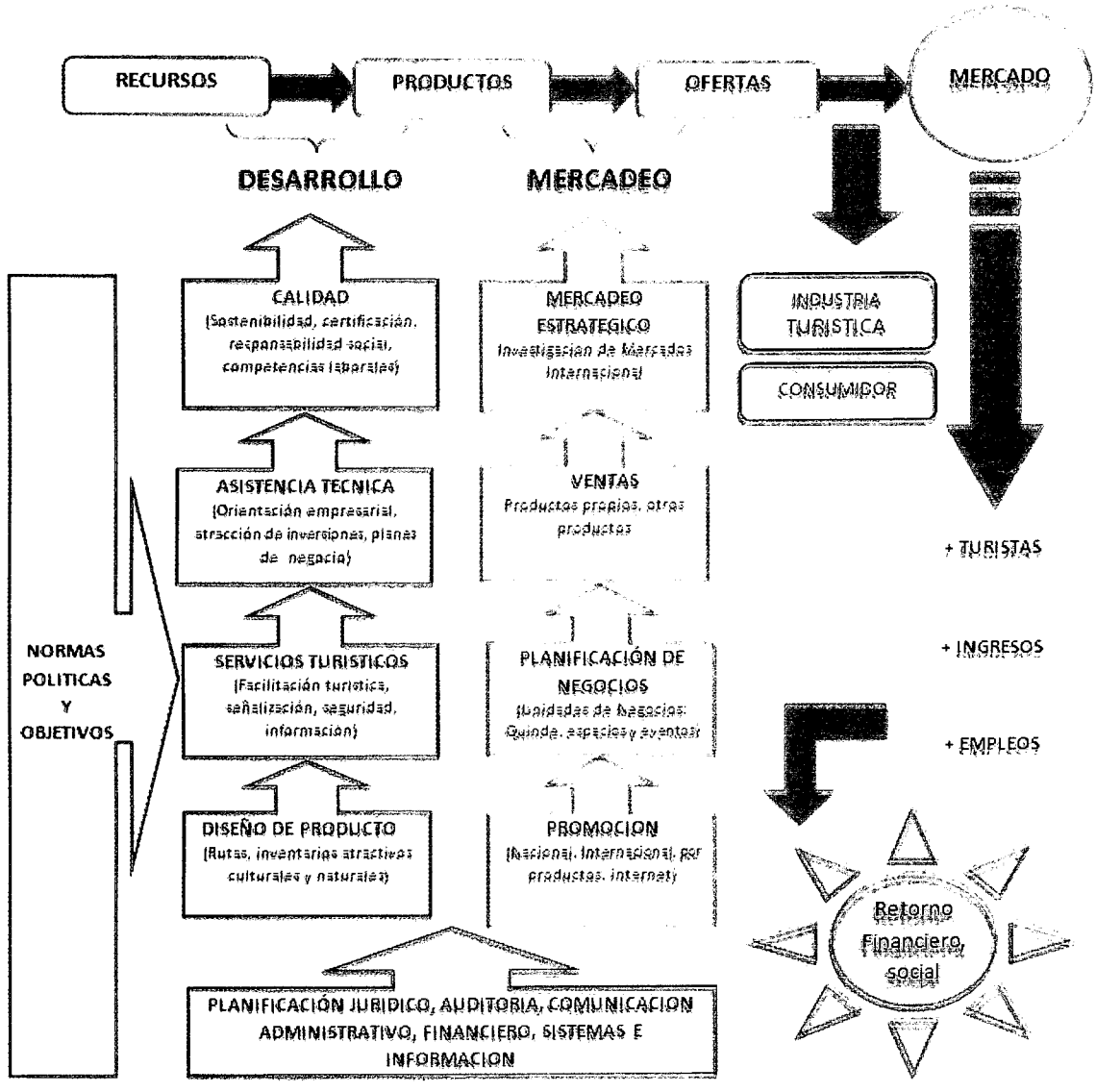
Josep Chias

Como se puede apreciar en el esquema, el turismo es un proceso de transformación que parte desde los recursos naturales y culturales de un territorio, inventariados y jerarquizados (utilidad de acuerdo a su importancia) a los cuales se añaden la infraestructura y servicios del área, así como elementos básicos como la capacitación y profesionalización del talento humano sumada a la planificación y organización del territorio. La incorporación lógica de todos estos elementos se conoce como Desarrollo y permite transformar un recurso potencial en un producto turístico.

A partir de este momento cuando se añaden las estrategias de mercado y de productos (a quien vender y cómo) se dice que un producto se ha transformado en oferta, lista para ser consumida por el turista. Este proceso se lo conoce como Mercadeo y Comercialización. La suma de productos y ofertas turísticas, es lo que se conoce como Destino Turístico.

Tomando como referencia los esquemas anteriores y los diferentes procesos de transformación (cadena de valor) llegamos a definir la cadena de valor de empresa siempre relacionada con los procesos básicos para convertir los recursos en productos, productos en ofertas y la suma de estas en un destino turístico, objetivos fundamentales de Quito Turismo.

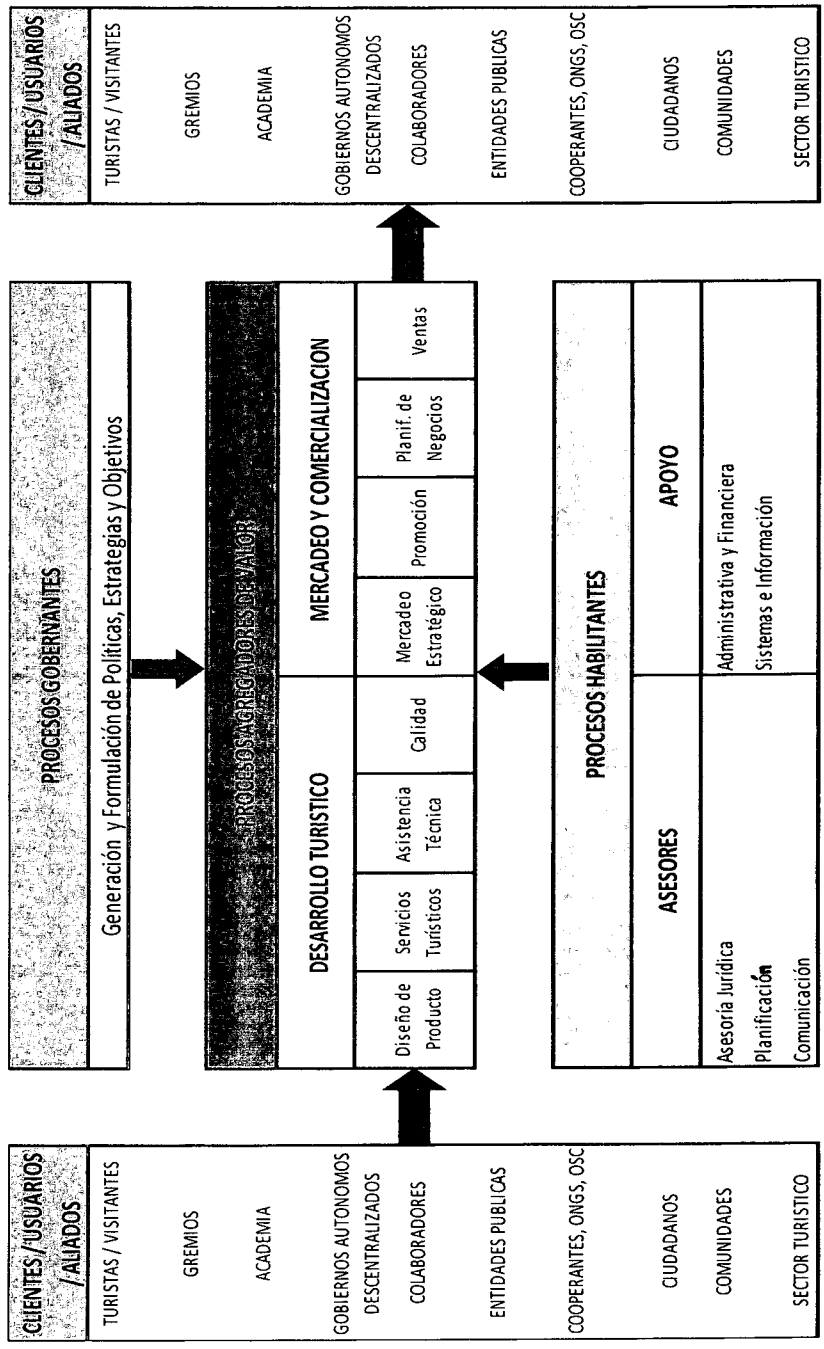
CADENA DE VALOR EMPRESA METROPOLITANA QUITO TURISMO



La cadena de valor es el diseño estratégico, que clasifica y organiza los procesos de Quito Turismo con el propósito de organizar y enfocar los programas de intervención. De acuerdo a este diseño el propósito de Quito Turismo es el de transformarse en una organización de gestión (desarrollo y mercadeo) del destino.

MAPA DE PROCESOS

El mapa de procesos ofrece una visión general del siste4ma de gestión de Quito Turismo. En él se representan los procesos que componen el sistema así como sus relaciones principales. En base a lo anterior se ha definido el siguiente Mapa de Procesos:



ESTRUCTURA BÁSICA ALINEADA A LA MISIÓN:
La estructura organizacional de Quito Turismo, para el cumplimiento de su giro de negocio y objetivos institucionales, integra los procesos descritos que serán de responsabilidad de las siguientes Unidades Administrativas:

PROCESOS

1. PROCESOS GOBERNANTES
1.1 DIRECTORIO
1.2 GERENCIA GENERAL

2. PROCESOS CENTRALES / AGREGADORES DE VALOR
2.1 DIRECCIÒN TECNICA GENERAL
2.2 DESARROLLO TURÍSTICO
I. DISEÑO DE PRODUCTO Y SERVICIOS TURISTICOS
II. CALIDAD Y ASISTENCIA TECNICA
2.3 MERCADEO Y COMERCIALIZACION
I. MERCADEO Y PROMOCION
II. NEGOCIOS Y VENTAS

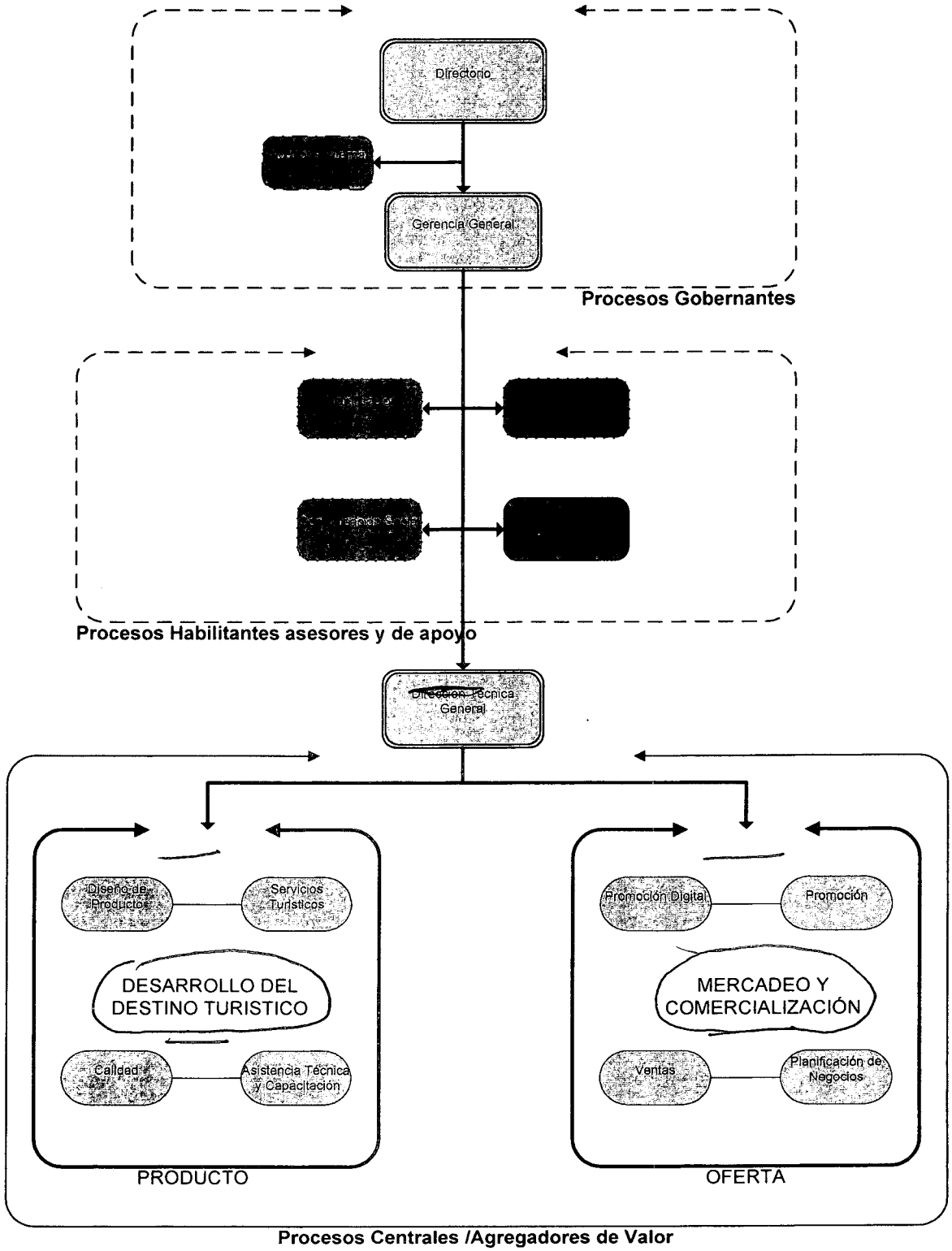
3. PROCESOS HABILITANTES
ASESORES
3.1 JURIDICA
3.2 PLANIFICACION
3.3 COMUNICACIÓN SOCIAL
3.4 AUDITORIA
DE APOYO
3.5 COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA / FINANCIERA
I. ADMINISTRATIVA / TALENTO HUMANO
II. FINANCIERO
III. SISTEMAS E INFORMACION

Administrativamente los procesos centrales 2.1 y 2.2 se organizarán y ejecutarán desde una Dirección Técnica General, los subprocesos agregadores de valor 2.1.1, 2.1.2, 2.2.1, 2.2.2 así como los procesos habilitantes 3.1, 3.2, 3.3 y 3,4 se organizaran como Direcciones, los procesos 3.5, se organizaran bajo una sola Dirección y dependerá de la complejidad que estos subprocesos desarrollen para ser consideradas en el futuro a otro nivel.

Los procesos ase gestionarán en estas direcciones a través de la gestión de equipos de trabajo, con líderes de equipo, pero además la empresa por el hecho de desarrollar proyectos emblemáticos para la ciudad podrá conformar equipos multidisciplinarios de las diferentes áreas de la empresa así como asignar líderes de proyectos de acuerdo a sus competencias (habilidades, conocimientos y experiencia)

Quito Turismo

ESTRUCTURA ORGANICA INSTITUCIONAL



ESTRUCTURA DESCRIPTIVA

1. PROCESOS GOBERNANTES

Generación y Formulación de Políticas, Estrategias, normas, procesos, procedimientos, instrumentos y objetivos para poner en funcionamiento a la organización.

1.1 DIRECTORIO

CONCEPTUALIZACION

Al Directorio de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, en adelante denominada como "Empresa Pública Metropolitana", le corresponde la orientación general de la gestión de la Empresa Pública Metropolitana, de conformidad con sus atribuciones establecidas en la Ley Orgánica de Empresas Públicas, Ley Orgánica de Régimen Municipal, Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito y las demás normas jurídicas aplicables. Constituye el nivel más alto de autoridad de la Empresa.

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a)Cumplir y hacer cumplir el ordenamiento jurídico vigente;

b)Establecer las políticas y metas de la Empresa Pública Metropolitana, en concordancia con las políticas emanadas por el Concejo Metropolitana, además de las nacionales, regionales, provinciales o locales formuladas por los órganos competentes y evaluar su cumplimiento;

c)Aprobar los programas anuales y plurianuales de inversión y reinversión de la empresa pública, de conformidad con la Planificación Municipal y el Plan Nacional de Desarrollo;

d)Aprobar la desinversión de la Empresa Pública Metropolitana, en sus filiales o subsidiarias;

e)Aprobar las políticas aplicables a los planes estratégicos, objetivos de gestión, presupuesto anual, estructura organizacional y responsabilidad social corporativa;

f) Aprobar el Presupuesto General de la Empresa Pública Metropolitana y evaluar su ejecución;

g)Aprobar el Plan Estratégico de la Empresa Pública Metropolitana, elaborado y presentado por la Gerencia General, y evaluar su ejecución;

h)Aprobar y modificar el Orgánico Funcional de la Empresa Pública Metropolitana sobre la base del proyecto presentado por el Gerente General;

i) Dictar los reglamentos, resoluciones y normas que garanticen el funcionamiento técnico y administrativo y el cumplimiento de los objetivos de la Empresa Pública Metropolitana.

j) Aprobar y modificar el Reglamento de Funcionamiento del Directorio, presentado por el Gerente General o a pedido de uno de los miembros del Directorio.

k)Autorizar la contratación de los créditos o líneas de crédito, así como las inversiones que se consideren necesarias para el cumplimiento de los fines y objetivos empresariales, desde el monto que determine la normativa jurídica vigente. Las contrataciones de crédito, líneas de crédito o inversiones inferiores a dicho monto serán autorizadas directamente por el Gerente General de la Empresa Pública Metropolitana ;

l) Autorizar la enajenación de bienes de la Empresa Pública Metropolitana de conformidad con la normativa aplicable desde el monto que establezca el Directorio;

m) Conocer y resolver, respecto al Informe Anual de la o el Gerente General; los informes de Auditoría; y, los Estados Financieros de la Empresa Pública Metropolitana , cortados al 31 de diciembre de cada año;

n)Resolver y aprobar la fusión, escisión y extinción o liquidación de la Empresa Pública Metropolitana. Tratándose de extinción o liquidación, el Directorio deberá contar de forma previa a la toma de la decisión que corresponda, con la resolución y propuesta de extinción o liquidación que realice el Concejo Metropolitano de Quito;

o)Nombrar a la o al Gerente General, de una terna propuesta por la Presidenta o Presidente del Directorio, y sustituirlo;

p)Aprobar la creación de filiales o subsidiarias, nombrar a sus administradoras o administradores con base a una terna presentada por la o el Gerente General, y sustituirlos;

q)Disponer el ejercicio de las acciones legales, según el caso, en contra de ex administradores de la Empresa Pública Metropolitana;

r) Autorizar al Gerente General para absolver posiciones y deferir el juramento decisiorio, allanarse a demandas, desistir en pleito, comprometerlo en árbitros y aceptar conciliaciones;

s) Aprobar mediante resolución, en función de los justificativos técnicos, económicos y empresariales, presentados mediante informe motivado, las inversiones y emprendimientos producto de su capacidad asociativa, establecida en el Art. 36 de la Ley Orgánica de Empresas públicas, esto es la facultad empresarial para asociarse en consorcios, alianzas estratégicas, conformar empresas de economía mixta, en asocio con empresas privadas o públicas, nacionales o extranjeras, adquirir acciones o participaciones en empresas nacionales o extranjeras, y en general optar por cualquier otra figura asociativa conforme a lo dispuesto en los Arts. 315 y 316 de la Constitución de la República. Las inversiones financieras y en los emprendimientos en el exterior serán autorizadas por el Directorio.

t) Conocimiento de la suscripción de Convenios aprobados por el Gerente General y aprobación de los Convenios y contratos a suscribirse por los Gerentes de filiales y subsidiarias;

u) Decidir sobre cualquier otro asunto cuya resolución no se hubiere confiado a otro órgano de la Empresa Pública Metropolitana;

v) Conceder licencia al Gerente General o declararle en comisión de servicios, por períodos superiores a treinta y hasta un máximo de sesenta días;

w) Asegurar la aplicación interna de los niveles y mecanismos de coordinación gestionados a través de la empresa pública de coordinación a la cual se encuentra adscrita o vinculada la empresa pública metropolitana de su dirección;

x) Las demás que le asigne la Ley y demás normas jurídicas aplicables.

2.1 GERENCIA GENERAL

CONCEPTUALIZACION

Ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la Empresa Pública Metropolitana y es responsable ante el Directorio por su gestión administrativa, técnica y financiera. La Gerencia General constituye la Gerencia General de la Empresa, es la cabeza de las operaciones que la Empresa ejecute a nivel técnico y operativo, tiene entre otras las siguientes atribuciones:

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Ejerce representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa

b) Cumplir y hacer cumplir la Ley, reglamentos y normativa aplicable, incluidas las resoluciones emitidas por el Directorio.

c) Designar y supervisar las actividades de la Empresa pública Metropolitana, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias de ésta y de los distintos sistemas empresariales y adoptar las medidas más adecuadas para garantizar una administración eficiente, transparente y de calidad.

d) Someter a la aprobación del Directorio los planes y programas de la Empresa Pública Metropolitana, que contendrán las políticas y los objetivos de ésta, sus programas de operación e inversión y el plan financiero.

e) Suscribir alianzas estratégicas aprobadas por el Directorio

f) Administrar la empresa pública, velar por la eficiencia empresarial e informar al Directorio trimestralmente o cuando sea solicitado por éste, sobre resultados de gestión, aplicación de políticas y de los resultados de los planes, proyectos y presupuestos en ejecución o ya ejecutados.

g) Informar semestralmente al Directorio de las gestiones administrativas, financieras y técnicas, así como de los trabajos ejecutados y del avance y situación de los proyectos.

h) Presentar al Directorio memorias anuales de la empresa pública y estados financieros.

i) Preparar para conocimiento y aprobación del Directorio el Plan General de Negocios, expansión e inversión y el presupuesto general de la empresa

j) Autorizar los traspasos, aumentos y reducciones de crédito en el presupuesto general de la Empresa Pública Metropolitana.

k) Aprobar el plan anual de contrataciones en los plazos y formas previstas en la Ley.

l) Aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la empresa,

m) Iniciar, continuar, desistir y transigir en procesos judiciales y en los procedimientos alternativos de solución de conflictos, de conformidad con la Ley y los montos establecidos por el Directorio. La gerencia procurará utilizar dichos procedimientos alternativos antes de iniciar un proceso judicial, en todo lo que sea materia transigible.

n) Designar al Gerente General subrogante

o) Resolver sobre la creación de agencias y de unidades de negocio.

p) Designar y remover a los administradores de las agencias y unidades de negocio, de conformidad con la normativa aplicable.

q) Ejecutar, de conformidad con la Ley de la materia, las políticas generales del sistema de administración del talento humano, tales como las relacionadas con el nombramiento y remoción de funciones, empleados y trabajadores; la creación, supresión y fusión de cargos; la autorización de cambios o traslados administrativos; la concesión de licencias o declaración de comisión de servicios y la delegación de facultades en esta materia.

r) Delegar atribuciones a funcionarios de la Empresa Pública Metropolitana, dentro de la esfera de su competencia, siempre que tales delegaciones no afecten al interés público.

s) Otorgar poderes especiales para el cumplimiento de las atribuciones de los administradores de agencias o unidades de negocios, observando para el efecto las disposiciones de la reglamentación interna.

t) Adoptar e implementar las decisiones comerciales que permitan la venta de productos o servicios para atender las necesidades de los usuarios en general y del mercado, para lo cual podrá establecer condiciones comerciales específicas y estrategias de negocio competitivas.

u) Ejercer la jurisdicción coactiva en forma directa o a través de su delegado.

v) Actuar como Secretario del Directorio;

w) Comparecer en juicio, como actor o como demandado, conjuntamente con el Asesor Jurídico y otorgar procuración judicial; y,

x) Las demás que le asigne la Ley, su Reglamento general y las normas internas de la empresa.

2. PROCESOS AGREGADORES DE VALOR

Son la razón de ser de la empresa, aquellos que se ejecutan para el cumplimiento de los objetivos institucionales y que de alguna manera llegan a los clientes o grupos de interés como un beneficio. En el caso de Quito Turismo estamos hablando de los procesos básicos y necesarios para proveer productos (turísticos) servicios a la comunidad, a los turistas, al sector público, privado, comunitario. Es decir de acuerdo a la cadena de valor, los que permiten convertir un recurso turístico en producto y este en oferta.

2.1. DIRECCION TÉCNICA GENERAL

MISION

Coordinar de manera armónica y eficiente los procesos de desarrollo y mercadeo que permitan posicionar y desarrollar a la ciudad de quito como un destino turístico a nivel nacional e internacional. Gestionar la ejecución de proyectos turísticos emblemáticos de ciudad, alianzas estratégicas; público, privadas y comunitarias; con orientación al plan estratégico de turismo de la ciudad.

OBJETIVOS

a) Coordinar las acciones y las relaciones entre los procesos de Desarrollo y Mercadeo.

b) Diseñar , ejecutar y supervisar el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Quito

c) Ejecutar proyectos turísticos emblemáticos de la ciudad y otros especiales con el soporte, asesoría y apoyo de las demás áreas de la empresa.

d) Monitorear el desempeño del destino a través de un sistema de indicadores turísticos del Distrito Metropolitano de Quito

CONCEPTUALIZACIÓN

La Coordinación Técnica General será el área técnica y ejecutora de las políticas, procesos y procedimientos que procedan de la Gerencia General, su función principal será la de supervisar y coordinar el área agregadora de valor. Será la responsable de la ejecución de los proyectos emblemáticos de la ciudad y de

aquellos que involucren la coordinación técnica entre las áreas de Desarrollo y Mercadeo de la EPMGDT y destinados a usuarios externos e internos, que permita cumplir con el giro del negocio, sus metas y objetivos;

ATRIBUCIONES

Los procesos y actividades desarrollados en esta gerencia dan el soporte técnico y de gestión a la gerencia general, su vinculación y conexión con el sector turístico, con organismos nacionales e internacionales, públicos y privados de apoyo al sector; y, el entendimiento del mercado, sus relaciones y enfoque comercial que garanticen la razón de ser de Quito Turismo como una Organización de Gestión de Destino modelo a ser replicada en Ecuador y en la región.

a) Coordinar y supervisar la ejecución del plan estratégico de turismo del Distrito Metropolitano de Quito y el de Quito Turismo

b) Orientar el desarrollo, impulso y promoción de los productos y ofertas turísticas del Distrito Metropolitano de Quito, garantizando la sostenibilidad, conectividad, accesibilidad y su vinculación con el sector privado y comunitario.

c) Buscar y realizar alianzas estratégicas y asociaciones; públicas, privadas y comunitarias que garanticen el trabajo de Quito Turismo y promuevan el desarrollo del destino.

d) Guiar/Dar el enfoque de los proyectos emblemáticos de desarrollo a implementarse en el Distrito Metropolitano de Quito

e) Ejecutar en coordinación con las áreas de Desarrollo y Mercadeo las acciones de sostenibilidad, gestión de la calidad, responsabilidad social y ambiental e inclusión social en los productos turísticos del Distrito Metropolitano

f) Monitorear los servicios y actividades turísticas (Desarrollo y Mercadeo) dentro del Distrito Metropolitano de Quito, mediante una adecuada coordinación interinstitucional municipal y gubernamental.

g) Coordinar la imagen y posicionamiento del destino, la selección de los mercados objetivos en base al Plan Estratégico de Turismo y a la estructura de gestión de destino de Quito Turismo.

h) Diseñar un sistema de indicadores de gestión turística del Distrito Metropolitano de Quito que permita la correcta toma de decisiones a nivel público y privado.

i) Coordinar con el área respectiva el desarrollo e innovación de mercados, productos y servicios encaminados a la generación de ingresos para Quito Turismo, mediante un adecuado sistema de inteligencia de negocios.

j) Orientar y direccionar, en coordinación con el área respectiva, las líneas y unidades de negocio en función de la planificación estratégica de turismo del Distrito Metropolitano de Quito

k) Administrar y dar el seguimiento respectivo a los convenios que firme Quito Turismo y que incluyan acciones y estrategias de Desarrollo y Mercadeo

PRODUCTOS

a) Sistema de Monitoreo y coordinación del área técnica

b) Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Distrito Metropolitano

c) Plan Estratégico de Quito Turismo en coordinación con Planificación

d) Indicadores de desarrollo turístico de la ciudad

e) Cartera de productos y proyectos emblemáticos e innovadores para el Distrito Metropolitano de Quito.

f) Modelos de Gestión para los proyectos y productos de ciudad

g) Alianzas estratégicas son los sectores público, privado y comunitario

h) Convenios y acuerdos con los sectores: público, privado y comunitario

2.2. DESARROLLO TURISTICO

MISION

Gestionar el desarrollo de los recursos y productos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito de manera sostenible para garantizar la experiencia positiva del visitante en el destino

OBJETIVO

Generar productos turísticos, sostenibles y competitivos potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, a través de una gestión interinstitucional, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamiento, facilidades y brindando servicios de apoyo para el mejoramiento de la competitividad del sector turístico, fomentando la sostenibilidad en el destino para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales en el Distrito Metropolitano de Quito.

CONCEPTUALIZACION

Estos procesos se gestionarán a través de la Dirección de Diseño de Producto y Servicios Turísticos y la Dirección de Asistencia Técnica y Calidad las cuales abarcan cuatro importantes funciones de la Empresa Quito Turismo, que son:

a) **Diseño de Producto** A través de la Investigación, levantamiento de información de: actividades, servicios, infraestructura, recursos turísticos (naturales y culturales), para la generación e innovación (mejoramiento y creación) de productos sostenibles.

b) **Servicios Turísticos** Que se encarga del mejoramiento de la accesibilidad, conectividad entre los productos y la asistencia al visitante durante su estancia en el destino (puntos de información, seguridad, señalización, etc.

c) **Calidad** Tiene como responsabilidad fomentar la sostenibilidad del destino, entendida como la interacción positiva de las esferas ambiental, sociocultural y económica; así como la mejora de la calidad de los servicios y productos turísticos ofertados en el Distrito Metropolitano de Quito, impulsa el establecimiento de normas y estándares de calidad, procesos de certificación y acreditación y, el control y monitoreo de las actividades turísticas en coordinación con otras instancias municipales y gubernamentales.

Asistencia Técnica Brinda servicios de capacitación, formación, asesoramiento y a la industria turística y otras relacionadas al sector para cumplir con las obligaciones legales, mejorar su desempeño y competitividad; por otra parte, impulsa y promueve proyectos que incrementen la competitividad del sector y el fomento de nuevas inversiones turísticas que incidirán en el desempeño económico del Distrito Metropolitano.

Nota: De manera temporal de acuerdo a las disposiciones legales vigentes, la función de Asistencia Técnica continuará realizando los procesos y actividades de regulación y control del sector turístico hasta que el Municipio de Quito asuma las mismas.

I. DISEÑO DE PRODUCTO Y SERVICIOS TURISTICOS

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Revisar y actualizar el componente correspondiente a Diseño de Producto y Servicios Turísticos del Plan Estratégico de Gestión de Destino Quito, Plan Q.

b) Diseñar un sistema integral de indicadores turísticos reales y medibles, que permitan la interpretación, análisis y toma de decisiones del sector público y/o privado para el desarrollo turístico del DMQ.

c) Identificar prioridades de intervención para el desarrollo de los recursos turísticos, con la finalidad de generar productos sostenibles en el DMQ.

d) Optimizar los productos turísticos existentes para facilitar su sostenibilidad con una oferta de calidad, en el DMQ.

e) Desarrollo de productos turísticos en base al Plan Estratégico e Gestión de Destino, Plan Q

f) Identificar, priorizar y desarrollar productos turísticos nuevos que sean sostenibles y de calidad, para diversificar la oferta turística del DMQ.

g) Generar oportunidades para el desarrollo de proyectos a través de diversas fuentes de financiamiento, que aporten al desarrollo turístico sostenible del DMQ.

h) Creación de rutas, programas e itinerarios innovadores para turistas nacionales e internacionales.

i) Mantener actualizado el inventario de atractivos y rutas turísticas georeferenciadas.

j) Gestionar y priorizar la dotación de facilidades turísticas en sitios de interés turístico, que permitan su mejoramiento y puesta en valor para el visitante.

k) Establecer y diseñar acciones para el mejoramiento de la conectividad y de la información entre los atractivos, como apoyo al desarrollo de productos turísticos del DMDQ.

l) La información y asistencia turística, a través de Centros de Visitantes y puntos de información.

m) La señalización turística del destino.

n) Formular estrategias de coordinación interinstitucional para la conservación de los atractivos naturales y culturales del Distrito.

o) Provisión de servicios d asistencia al turistas (seguridad, movilidad, información)

p) Realizar análisis y estudios sobre el nivel de satisfacción de la experiencia del visitante a la ciudad de Quito

PRODUCTOS

a) Base de proyectos turísticos productivos del DMQ

b) Inventario de productos turísticos actualizados del DMQ

c) Programas y productos turísticos del DMQ diseñado e implementado

d) Programa de innovación de productos turísticos

e) Sistema Institucional de Indicadores Turísticos del DMQ.

f) Inventario de atractivos turísticos georeferenciado y actualizado

g) Productos turísticos sostenibles, de calidad (nuevos y priorizados)

h) Destinos turísticos interconectados entre sí

i) Información de productos compilados y distribuidos en centros de atención

j) facilidades turísticas implementadas

k) Plan de Seguridad Turística diseñado e implementado

l) Proyectos de desarrollo generados a través de la cooperación interinstitucional

m) Estadísticas del destino difundidas a través de boletines

n) Centros de atención al visitante en funcionamiento

o) Estadísticas de los centro de atención al turista

p) Sistema de señalización turística diseñada e implementada

q) Infraestructura Turística diseñada e Implementada

r) Servicio de tours y rutas para ciudadanos

II. CALIDAD Y ASISTENCIA TECNICA ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Crear una política de calidad empresarial a través de diferentes mecanismos de acción: establecimiento y seguimiento a las normas de calidad generales, instituir procesos de certificación y acreditación de calidad.

b) Revisar y actualizar el componente correspondiente a Calidad y asistencia Técnica del Plan Estratégico de Gestión del Destino Quito, Plan Q.

c) Establecer políticas y acciones concretas para que las empresas adopten criterios de sostenibilidad en sus operaciones.

d) Fomentar e incentivar la aplicación de criterios de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas del sector.

e) Elaborar normas, instructivos y reglamentos que permitan ejecutar las funciones de Quito Turismo y sus relaciones con el sector privado.

f) Coordinar y monitorear las actividades relacionadas con el control de las actividades turísticas, con los organismos municipales y gubernamentales competentes.

g) Brindar asistencia técnica sectorial y capacitación para el mejoramiento de la calidad en los servicios turísticos.

h) Promover la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible y prácticas de responsabilidad social empresarial en los servicios turísticos.

i) Obtener la fidelización del sector turístico, de los visitantes y turistas hacia los productos del distrito Metropolitano de Quito.

j) Brindar servicios a las empresas para mejorar su desempeño.

k) Apoyar a la industria turística a través de diferentes acciones que sean requeridas como información, establecimiento de alianzas estratégicas con organismos competentes para la concesión de créditos, etc.

l) Brindar la asistencia técnica a los establecimientos para que estos puedan cumplir con sus obligaciones municipales.

m) Propiciar un correcto clima de negocios para fomentar nuevas inversiones privadas en turismo tanto nacionales como extranjeras; manteniendo contacto con

inversionistas potenciales y reales que deseen invertir en el Distrito. De la mano con otras direcciones se debe generar información estratégica para la inversión.

n) Apoyar la instauración de nuevos negocios turísticos en Quito.

o) Fortalecer la capacidad técnica de potenciales emprendedores para la ejecución de proyectos de inversión turística.

p) Participar en la identificación de potenciales proyectos turísticos en conjunto con otras instancias municipales o gubernamentales.

q) Brindar asesoramiento en la identificación y formulación de proyectos potenciales que fomenten la competitividad turística en zonas urbanas y rurales.

PRODUCTOS

a) Normativas técnicas de actividades turísticas.

b) Distintivo de calidad y criterios de selección

c) Base de datos de empresas que trabajan en Buenas Practicas

d) Catastro de establecimientos turísticos

e) Inventario de proyectos de inversión turística

f) Políticas de Responsabilidad Social Empresarial

g) Actividades para elevar la calidad y competitividad

h) Programas de fomento y apoyo al emprendedor y a la inversión.

i) Estrategias y sistema de gestión para la inversión nacional y extranjera

j) Convenios y acuerdos con organizaciones que promueven buenas prácticas, certificación e iniciativas de responsabilidad social empresarial

k) Alianzas estratégicas y asociaciones con el sector privado, publico y comunitario

2.3. MERCADEO Y COMERCIALIZACION

La estructura jurídica de Quito Turismo, hace necesario que ella cuente con un área de negocios propios que generen ingresos y utilidades para la empresa

MISION

Gestionar el posicionamiento y la promoción del destino Quito a nivel local, nacional e internacional, así como el impulso a la comercialización de la oferta turística de Quito y de los productos y servicios de la Empresa.

OBJETIVO

1.- Generar una oferta turística, sostenible y competitiva a través de la implementación de estrategias de mercados y productos, a nivel local, nacional e internacional; y que estén delineados en la Planificación Estratégica Turística de la empresa y de la ciudad y que permitan posicionar a Quito como un destino Turístico.

2.- Identificar las oportunidades comerciales dentro de la cadena de valor del sector turístico a través de la inteligencia de negocios, lo que permitirá invertir o coparticipar estratégicamente en los productos y servicios rentables mediante un plan de negocios y ventas con una provisión eficiente de servicios de calidad que logren la sostenibilidad económica de la empresa Quito Turismo y que contribuyan al desarrollo y la imagen el Distrito Metropolitano de Quito.

CONCEPTUALIZACION

Estos procesos se gestionarán a través de la Dirección de Mercadeo y Promoción y de la Dirección de Negocios y Ventas, las cuales abarcan cuatro importantes funciones de la Empresa Quito Turismo, que son:

a) **Promoción Digital** a través de la Implementación de estrategias y acciones a nivel de internet, páginas web y redes sociales, levantamiento de información, posicionamiento de marca, mercadeo digital, para conocer a nuestro cliente (turista) e identificar las oportunidades de comunicación digital y alternativa de la oferta turística de Quito.

b) **Promoción Turística,** nacional e internacional acciones de mercadeo y promoción turística a nivel nacional e internacional para lograr el interés y una expectativa favorable del potencial turista local, nacional e internacional para visitar el Distrito Metropolitana.

a) **Planificación e Innovación de Negocios:** a través de la búsqueda, diseño, implementación e incorporación de nuevas oportunidades y unidades de negocio que sean rentables para la empresa y para la ciudad.

b) **Ventas** como un proceso de gestión comercial, para el ingreso de recursos económicos directos, manejo de clientes, cuentas, proveedores, atención al cliente y aportaciones por unidades de negocios identificadas.

I. MERCADEO Y PROMOCION
ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Revisar y actualizar el componente correspondiente a Mercadeo y Promoción Turística del Plan Estratégico de Gestión de Destino Quito, Plan Q.

b) Ejecutar y dar seguimiento a las acciones de mercadeo y promoción contempladas en el Plan de Gestión de Destino, Plan Q.

c) Definir la imagen y estrategia de posicionamiento del Distrito Metropolitano de Quito

d) Ejecutar Acciones de promoción e Incrementar el conocimiento del Distrito Metropolitano de Quito en el mercado local, nacional e internacional

e) Generar expectativa de los potenciales visitantes del Distrito Metropolitano de Quito.

f) Coordinar con todas las direcciones agregadoras de valor la obtención de información estratégica del mercado y sus tendencias a nivel nacional e internacional, a través de un sistema de inteligencia para desarrollar planes, estrategias y acciones de promoción y mercadeo.

g) Buscar la apertura de nuevos mercados emisores de turismo para Quito en relación con los nuevos productos desarrollados por la Empresa

h) Coordinar los requerimientos nacionales y gestionar los internacionales sobre la demanda de destinos y productos turísticos identificados por el sistema de Inteligencia de Mercados.

i) Posicionar al Distrito como destino de turismo de los principales productos identificados en el Plan Estratégico de Gestión de Destino, Plan Q.

j) Gestionar el manejo y actualización de las páginas Web promocionales y comerciales bajo la administración de Quito Turismo.

k) Trabajar en estrategias digitales a través del uso intensivo de internet y nuevas tecnologías de la información para lograr el posicionamiento de Quito en internet .

l) Ejecutar una adecuada labor de generación y mantenimiento de imagen turística del Distrito a través de la elaboración de diferentes tipos de material promocional, artes y procesos de comunicación del turismo en Quito.

m) Manejo de la Marca Turística en coordinación con las otras direcciones de la empresa.

n) Direccionar el diseño y producción de piezas promocionales, relacionadas al posicionamiento de Quito como destino turístico.

o) Coordinar y aprobar el material a ser entregado como información turística a nivel nacional e internacional.

p) Promover la comercialización de todos los productos turísticos del Distrito Metropolitano.

q) Planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades relacionadas con la promoción turística nacional e internacional del Distrito Metropolitano de Quito de acuerdo a los productos y mercados señalados en el Plan Q.

r) Promocionar el destino Quito a nivel local, regional, nacional, internacional y Especializado a través de mecanismos concretos.

s) Ejecutar campañas y acciones de promoción y publicidad turística de Quito a nivel local, regional, nacional, internacional y especializado.

t) Incluir al destino turístico Quito, dentro de la promoción oficial del turismo del Ecuador.

u) Realizar alianzas estratégicas con organismos públicos y privados, nacionales y extranjeros que realicen acciones positivas para alimentar la imagen turística del Distrito Metropolitano de Quito.

v) Coordinar y cooperar con el sector privado en el uso de diferentes mecanismos para promocionar la oferta turística a nivel local, regional, nacional, internacional y Especializado.

w) Coordinar la elaboración y ejecución de planes de medios para campañas de concienciación, promoción y difusión en general del destino.

x) Promover, participar y coordinar en: eventos, ferias, convenciones, congresos, seminarios, conferencias, foros, etc. que se realicen a nivel local, regional, nacional, internacional y Especializado que promocionen la imagen de Quito.

y) Realizar y ejecutar viajes de familiarización, de prensa y estratégicos o de RRPP dirigidos hacia agentes de viajes internacionales, medios y personajes relevantes para la imagen y difusión del Distrito Metropolitano de Quito en coordinación con la Dirección de Comunicación

PRODUCTOS

a) Presupuesto y plan operativo anual de mercadeo y promoción nacional.

b) Componente del Plan Q correspondiente al mercadeo de Quito DM actualizado y evaluado.

c) Campañas de Promoción (nacional e internacional), sensibilización a la población local en coordinación con el área de Desarrollo y Comunicación.

d) Campañas de mercadeo alternativo, internet nacionales e internacionales y a través de nuevas tecnologías de la información

e) Diseño, producción y administración de las diferentes muestras de piezas y material promocional en general enfocado al mercado nacional e internacional.

f) Diseño de línea de Merchandising turístico del Distrito Metropolitano de Quito

g) Banco de imágenes y audiovisual institucional, de la empresa, de sus unidades de negocios, de sus servicios y del Distrito Metropolitano de Quito, en coordinación con Comunicación y todas las demás áreas de la empresa.

h) Base de datos de Diseños de diferente aplicaciones y piezas promocionales

i) Informe de resultados de la participación en ferias nacionales, internacionales, Workshops y eventos de promoción de destino en general.

j) Promoción de la oferta turística realizada por el sector público, privado o de otra índole a nivel nacional e internacional.

k) Otros productos cooperados con entidades públicas y gremios del sector.

e) Realizar el seguimiento, monitoreo y control de los correspondientes planes de negocios de las diferentes unidades.

f) Ejecutar acciones estratégicas de posicionamiento e innovación en proyectos y programas de la ciudad.

g) Constituir unidades de negocio cuya misión principal es alcanzar la rentabilidad y calidad en sus productos y servicios.

h) Identificar y establecer alianzas estratégicas mediante asociaciones, convenios o acuerdos con socios públicos, privados, no gubernamentales, asociaciones, cámaras u otra organización que se encuentre identificada en el mapa de procesos de la empresa, para llevar a cabo negocios productivos.

i) Identificar y desarrollar procesos de calificación y selección de proveedores que contribuyan al buen funcionamiento de las diferentes unidades de negocios.

j) Desarrollar estrategias de fidelización con clientes y proveedores como parte de los procesos de mejora continua de los productos y servicios de la empresa.

k) Realizar una correcta gestión en la identificación e implementación de los negocios a su cargo.

l) Implementar buenas prácticas empresariales y normas de calidad para garantizar la productividad de los negocios.

m) Ejecutar los planes de ventas y negocios de los productos y servicios de las unidades productivas de la empresa en los segmentos de mercado identificados.

n) Coordinar el manejo y mejora continua de las páginas web para la atención al cliente y venta de los productos y servicios de las unidades de negocios de la empresa.

o) Ejecución del plan de ventas y distribución de toda la línea de merchandising en coordinación con la Gerencia de mercadeo.

p) Fortalecer las relaciones con los clientes y proveedores mediante la ejecución de una estrategia de fidelización.

q) Generar reportes continuos del estado de las ventas de los productos y servicios de la empresa.

r) Responder efectivamente y de manera inmediata a todos los clientes

s) Estructurar estrategias comerciales para los diferentes bienes productivos del DMQ vinculados directa e indirectamente a eventos convenciones, congresos e incentivos vinculados a la actividad turística.

t) Desarrollar la imagen comercial en coordinación con la Gerencia de mercadeo de todas las unidades de negocios así como de los bienes productivos del distrito con la finalidad de mantener una imagen unificada de los negocios de la empresa.

u) Manejar una base de inversionistas y potenciales clientes, públicos y privados, nacionales e internacionales a quienes se les ofrecerá los bienes, productos y servicios de las unidades de negocios de la empresa.

v) Manejo y gestión del call center en coordinación con las áreas agregadoras de valor

PRODUCTOS

a) Planes de Negocios formulados y en ejecución.

b) Listado de proyectos de inversión con análisis de factibilidad

c) Listado de contactos de potenciales inversionistas locales nacionales e internacionales.

d) Listado de fuentes de financiamiento con el detalle de las condiciones generales de créditos.

e) Criterios de buenas prácticas empresariales y de calidad en productos y servicios.

f) Unidades de negocios de distinta índole en funcionamiento.

g) Coordinación efectiva con el sector privado para evitar la duplicación de esfuerzos y recursos.

h) Coordinación efectiva con todas las direcciones de la empresa para evitar duplicidad en recursos.

i) Correcto proceso de comercialización y ventas de los servicios que presta la Empresa Metropolitana Quito Turismo.

j) Base de datos de los clientes, potenciales y reales de la empresa.

k) Criterios de eficiencia y eficacia en las actividades de la empresa.

l) Contratos y convenios para el uso de la marca turística de Quito a clientes, públicos, privados, internos y externos.

m) Informe de resultados de viajes de familiarización, educacionales y de intereses especiales o estratégicos (publicación de programas que incluyen al destino Quito)

n) Plan de Relaciones públicas para promoción turística nacional e internacional del Distrito Metropolitano de Quito en coordinación con el Dirección de Comunicación.

o) Reporte de gestión, manejo, mantenimiento de las Páginas Web promocionales y comerciales. (incremento de visitantes únicos, número de clicks, posicionamiento en buscadores, etc.

p) Reporte de Inteligencia de Mercados con perfiles, mercados por prioridad o importancia, tendencias y de carácter estratégico para Quito

q) Análisis de mercado, competencia, consumidor, oferta y demanda de destinos a nivel nacional e internacional.

r) Guiones de Spot y cuñas de publicidad de la Institución

s) Listado de Publicaciones de la industria turística de los mercados más importantes (brochures, manuales, folletos)

II. NEGOCIOS Y VENTAS
ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Identificar las oportunidades de negocios, riesgos, factibilidad segmentos y nichos de mercados así como competidores actuales o potenciales.

b) Identificación y desarrollo de las líneas de merchandising así como de los canales de comercialización y venta más adecuados en coordinación con la Dirección de Mercadeo.

c) Identificar potenciales inversionistas desde el ámbito local, nacional e internacional

d) Establecer y ejecutar las estrategias de los negocios y o servicios que generen rentabilidad o ingresos para la empresa a través de la formulación de planes, programas y proyectos en esta área.

l) Cartera de clientes y base de datos de potenciales

m) Plan de Ventas y comercialización

n) Diagnósticos generales del estado de cada uno de las unidades de negocios desde el punto de vista empresarial social y ambiental.

o) Reporte de ventas, reservas inventario, pedidos

ATENCION AL CLIENTE / CIUDADANO

a) Indicadores de gestión de productos y servicios al ciudadano.

b) Plantillas de encuestas y servicios al cliente.

c) Estadísticas y reportes de satisfacción del cliente.

d) Plan de mejoramiento continúo de productos y servicios.

e) Informes de ejecución, seguimiento y evaluación del plan mejoramiento continuo de productos y servicios al ciudadano.

f) Manual de atención al cliente.

g) Informes periódicos de recomendaciones, sugerencias y reclamos a la empresa.

h) Banco de preguntas más frecuentes del clientes

i) Cuadro comparativo de estadísticas mensuales de atención a los clientes.

j) Reporte de atención y llamadas en el Call Center

3. PROCESOS HABILITANTES
ASESORES

El nivel asesor se encarga de brindar criterios a la Empresa en General y a la Gerencia en particular, acerca de temas específicos que requieren un tratamiento particular y especializado

3.1. ASESORIA JURIDICA
MISIÓN

Brindar apoyo legal a todas las áreas de la Empresa, creando valor en las actividades conducentes al cumplimiento de sus objetivos.

CONCEPTUALIZACION

Sus actividades consisten en realizar todas las gestiones inherentes para que las actividades de la empresa se enmarquen dentro de la legislación vigente. Al estar constituida como una empresa de derecho público, es indispensable la observancia de las normas atinentes al manejo de recursos públicos, por ello es fundamental que esta área brinde soporte a toda la organización, trate asuntos jurídicos a todo nivel: revisión, generación de normativa, asesoramiento, análisis y aplicación de criterios jurídicos adecuados, para que los actos y acciones de la Empresa Metropolitana Quito Turismo, se encuentren estrictamente apegados al principio de legalidad, eficiencia, moralidad, brindando seguridad jurídica a los actores internos y externos.

Este proceso se gestionará en la Dirección de Asesoría Jurídica

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Brindar asesoría jurídica a la Gerencia de la Empresa y a las unidades que así lo requieran.

b) Absolver consultas jurídicas en la aplicación de las diferentes leyes que regulan la administración pública y la actividad turística.

c) Formar parte de comisiones, juntas, comités de conformidad a las disposiciones de la Gerencia.

d) Elaborar, revisar o analizar proyectos de ordenanzas, resoluciones, leyes, decretos, reglamentos, y otros instrumentos de índole legal relacionados que fueren puestos en su consideración.

e) Brindar apoyo al área administrativa en los procesos precontractuales y contractuales que realice la institución de acuerdo a la legislación y reglamentos vigentes.

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, bases de coordinación, decretos y acuerdos y llevar el registro de estos.

h) Asesorar en convenios y procedimientos de cooperación externa.

i) Coordinar los procesos de coactivas.

j) Las demás funciones que le sean asignadas por la gerencia dentro del ámbito del área.

PRODUCTOS

a) Patrocinio a la Empresa, como actor o demandado

b) Elaboración de proyectos de Convenios,

c) Coordinación de jurisdicción coactiva

d) Tramitación y seguimiento de quejas de clientes externos.

e) Elaboración, revisión de proyectos de resoluciones y demás actos Administrativos.

f) Elaboración de proyectos de Contratos en aplicación a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y demás contratos relacionados con el giro de negocio de la Empresa.

g) Absolución de consultas y criterios Jurídicos

3.2. PLANIFICACION

MISION

Es la unidad gerencial encargada de establecer los propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias de Gestión de Destino y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la Empresa Pública de Gestión del Destino Turístico.

CONCEPTUALIZACION

La asesoría en Planificación tiene por objeto diseñar e implementar planes, programas y proyectos estratégicos cuyos objetivos sean viabilizar el desarrollo turístico de Quito tanto sectorial cuanto territorialmente de forma integral, así como realizar el seguimiento y evaluación de estos, funcionando además como catalizadora de las relaciones de la Empresa con los otros entes municipales, el sector privado turístico y otras entidades públicas y privadas. Todo ello para generar un desarrollo regional competitivo, armónico y equilibrado de la actividad turística, garantizando la seguridad a los usuarios de los servicios turísticos.

Este proceso se gestionará en la Dirección de Planificación.

ESTRATEGIA E INVERSION PÚBLICA

Definir la estrategia en relación con los objetivos nacionales, provinciales y locales.

Estructurar el nivel de inversiones para cumplir con los programas plurianuales contemplados en el Plan de Desarrollo Turístico.

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Impulsar los procesos de planificación del sector turístico y de la empresa, de forma integral.

b) Dar seguimiento a la actualización continua de la planificación turística de la empresa Quito Turismo en relación con el Plan estratégico de Gestión de Destinoo (Plan Q).

c) Vincular la planificación del Distrito con el Plandetur 2020 y la planificación oficial del turismo del Ecuador.

d) Analizar y validar las actividades estratégicas institucionales y articularlas con la programación presupuestaria anual.

e) Facilitar, gestionar y coordinar la articulación de los procesos de formulación de la política sectorial con la planificación operativa institucional.

f) Establecer estándares que fomenten la calidad de la inversión del presupuesto de la EMQT.

g) Coordinar las acciones requeridas durante el ciclo de los programas y proyectos de inversión pública.

h) Coordinar la política de desarrollo turístico con la Secretaría Municipal de Planificación, otros organismos municipales de planificación y la entidad de planificación nacional (Senplades).

i) Verificar la oportunidad de la suscripción de convenios de cooperación interinstitucional.

j) Hacer que la EMQT a través de la planificación, cuente con un sistema articulado con principios y mecanismos, que permitan organizar la gestión institucional y orientar la actividad turística privada para alcanzar los objetivos del Distrito y de la institución.

SEGUIMIENTO Y EVALUACION

a. Realizar el seguimiento de las acciones contenidas en la planificación, a través de su implementación en Planes Operativos Anuales y en Presupuestos.

b. Realizar la coordinación y el seguimiento de todas las acciones que se proyecten ejecutar en las diferentes unidades de la EMQT.

c. Coordinar con la Gerencia, él área técnica y las direcciones Departamentales de la Empresa lo relativo a los planes, programas y proyectos que la empresa realice, así también como generar indicadores de gestión y cumplimiento de acciones.

d. Coordinar la programación trimestral de compromisos y desembolsos; así como, analizar y emitir opinión acerca de las modificaciones presupuestarias que se propongan.

e. Supervisar y evaluar los programas y planes operativos de la Empresa.

f. Formular los lineamientos generales y las directrices específicas para la calificación de proyectos.

g. Ejecutar la planificación tendiente al ordenamiento turístico territorial del Distrito Metropolitano de Quito.

h. Establecer un sistema de indicadores de resultados e impacto que permitan medir la fidelización de los visitantes.

PRODUCTOS

a) Planes, programas y proyectos generados.

b) Sistemas de indicadores generados y en aplicación.

c) Presupuestos anuales y plurianuales planteados y aprobados.

d) Evaluación de Convenios interinstitucionales.

e) Diseño de lineamientos para la generación de proyectos en diferentes áreas.

f) Base e inventario de nuevos productos en coordinación con el área técnica.

g) Monitoreo y Evaluación de planes y proyectos turísticos en el Distrito Metropolitano

h) Consolidación de planes, programas y proyectos desarrollados por la EMQT.

i) Metodologías para la elaboración y ejecución de planes, programas y proyectos.

j) Diseño de lineamientos de evaluación y seguimiento a planes, programas y proyectos.

k) Consolidación y validación Plan Operativo Anual presupuestado.

l) Informe trimestral consolidado de avance de proyectos

m) Políticas y acciones de seguridad implementadas

n) Plan de ordenamiento turístico territorial del Distrito Metropolitano de Quito formulado.

o) Política de inversión pública y generación de ingresos en sectores estratégicos.

3.3. COMUNICACIÓN SOCIAL

MISION

Definir y recomendar estrategias de Comunicación, difusión, relaciones publicas enmarcadas en las directrices del Plan de estratégico de gestión de destino turístico del Distrito Metropolitano de Quito y de la empresa, que permitan posicionar la gestión institucional; socializar su ejecución mediante productos digitales, impresos y carteleras al interior de la institución; así como difundir y promocionar la imagen y capacidad de gestión a nivel local, nacional e internacional. Este proceso se gestionará en la Dirección de Comunicación Social

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

a) Definir, ejecutar y evaluar el Plan Estratégico de Comunicación que responda al marco conceptual de las máximas autoridades de Quito Turismo y del Municipio del Distrito Metropolitano

b) Asesorar a los directivos de Quito Turismo en materia de Comunicación Social en lo que a temas turísticos se refiere.

c) Participar en los procesos de Planificación de Quito Turismo

d) Mantener una buena relación con representantes de medios de comunicación; de organismos gubernamentales y del sector público e instituciones empresariales y gremiales del sector turístico.

e) Definir mecanismos de Comunicación Interna.

f) Diseñar esquemas de coordinación de la información con otras instituciones relacionadas con la gestión del Quito Turismo.

g) Monitorear la satisfacción de los usuarios por los productos y servicios recibidos.

h) Preparar informes mensuales para la toma de decisiones sobre la atención al usuario y la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la institución.

i) Atender y orientar a los ciudadanos en función de los productos y servicios que genera Quito Turismo.

j) Formular sugerencias para mejorar la imagen y posicionamiento institucional.

k) Monitoreo de noticieros de radio, Televisión y prensa escrita, local, nacional e internacional

l) Edición de Noticias, boletines y piezas comunicacionales

m) Administración de lpa página web institucional en coordinación con mercadeo y del segmento correspondiste a noticias de la pagina web promocional de la empresa.

n) Coordinación con el area de Mercadeo y Promoción para la organización de viajes de prensa y relación con medios a nivel local, nacional e internacional

PRODUCTOS

a) Plan Estratégico de comunicación institucional interna y externa

b) Seguimiento del Plan de comunicación

c) Programa de Difusión y cobertura

d) Plan de Imagen corporativa en coordinación con el Municipio

e) Rueda de prensa a Cargo de Autoridades Institucionales e Instituciones Afines

f) Protocolo y relaciones Públicas Institucionales

g) Seguimiento de Prensa y Valoración en medios impresos

h) Producción de Videos promocionales y pastillas informativas

i) Banco de imágenes y audiovisual institucional, de la empresa, de sus unidades de negocios, de sus servicios y del Distrito Metropolitano de Quito, en coordinación con Mercadeo y las demás áreas de la empresa

j) Campañas de Promoción (nacional e internacional), sensibilización a la población local en coordinación con el área de Desarrollo y Mercadeo.

k) Archivo de audio, de entrevistas y de participación de autoridades y directivos de la empresa en medios de Comunicación Social

DE APOYO

3.4. ADMINISTRACION Y FINANZAS

MISION

Brindar el apoyo administrativo financiero a las diferentes áreas de la empresa a fin de que puedan cumplir sus objetivos a cabalidad.

OBJETIVOS

Implementar un sistema financiero que facilite la consulta en línea de la ejecución presupuestaria financiera a las diferentes áreas de la empresa.

Contar con una estructura administrativa que fortalezca la utilización apropiada del talento humano

Implementar un sistema de mantenimiento y utilización del recurso informático disponible en la empresa.

CONCEPTUALIZACION

EN EL AMBITO ADMINISTRATIVO

Brindar con eficiencia y eficacia productos y servicios de apoyo logístico con la entrega oportuna de equipos, materiales, suministros y servicios tecnológicos para fortalecer la gestión institucional de acuerdo a la demanda de servicios, formuladas por los procesos gobernantes, agregadores de valor, habilitantes y clientes externos de conformidad a la normativa que rige sobre la materia.
Este proceso se gestionará en la Jefatura Administrativa y de Gestión de Talento Humano, que está bajo la Gerencia Administrativa Financiera.

EN EL ÁMBITO FINANCIERO

Organizar, administrar, coordinar y gestionar los recursos financieros, mediante la dotación oportuna de los mismos, para el cumplimiento de la misión, visión y objetivos institucionales, así como, mantener un sistema de información financiera general e integrada que permita la toma de decisiones y el fortalecimiento de gestión de Quito Turismo.

EN EL AMBITO DE SISTEMAS E INFORMACION

Tiene como su mayor objetivo asesorar, contribuir y asistir en la gestión informática institucional, dotando y manteniendo un óptimo grado de disponibilidad de la infraestructura y servicios informáticos, para alcanzar mayor productividad en el manejo, almacenamiento y administración técnica de datos.

Este proceso se gestionará en la Dirección Administrativa Financiera.

ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS

EN EL AMBITO ADMINISTRATIVO

a) Coordinar con entidades del sector público y privado del país o del exterior programas y proyectos que fortalezcan el desarrollo organizacional.

b) Administrar la adecuada prestación de servicios básicos y generales tales como: transporte, seguridad, mantenimiento, conserjería, reproducción de documentos y demás servicios afines que permitan el funcionamiento apropiado de las dependencias de la Empresa Metropolitana de acuerdo con las políticas, disposiciones legales y normas establecidas para el efecto.

c) Diseñar y aplicar sistemas técnicos normativos para la correcta administración de bienes muebles, materiales y demás servicios requeridos por la Empresa, de conformidad con las normas y procedimientos existentes sobre la materia.

d) Dirigir y coordinar con la Gerencia de Planificación, la elaboración del plan anual de compras de la Empresa, acorde con las necesidades institucionales y ponerlo a consideración de la Gerencia General.

e) Dar cumplimiento al Reglamento de Bienes del Sector Público y demás disposiciones legales vigentes sobre la materia.

f) Llevar adelante todos los procesos de contrataciones de acuerdo a la normativa vigente.

g) Administrar el sistema de Compras Públicas y llevar adelante todos los procesos a través del Portal www.compraspublicas.gov.ec.

h) Asesorar a las Unidades de la Empresa en materia de Contratación Pública; elaborar expedientes y demás documentos precontractuales de acuerdo a la ley.

i) Cumplir y hacer cumplir la normativa vigente respecto de la gestión del talento humano dentro de su jurisdicción administrativa, así como preparar los proyectos de reglamentos internos que fueren necesarios.

j) Planear y administrar el sistema de evaluación del desempeño de la entidad.

k) Preparar los registros y estadísticas del personal de la institución.

l) Tramitar las sanciones disciplinarias a los servidores de la institución, de conformidad con el régimen disciplinario vigente.

m) Participar en la formulación de reformas, instrumentos, normas y disposiciones legales y técnicas inherentes a la gestión del talento humano.

n) Actualizar la nómina y entregarla al área contable para proceso de roles de pagos.

o) Monitorear la satisfacción de los usuarios por los productos y servicios recibidos.

p) Ejercer las demás atribuciones, delegaciones y responsabilidades en el ámbito de su competencia que le asigne la Dirección Administrativa Financiera.

EN EL AMBITO FINANCIERO

a) Planificar, organizar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar la legalidad y el buen uso de todos los recursos financieros que se ejecuten.

b) Entregar con oportunidad la información requerida para la toma de decisiones a cada uno de los niveles de la institución, así como también entrega información oportuna de acuerdo a los requerimientos de la Municipalidad de Quito, el Departamento de Auditoría Interna, la Contraloría General del Estado y el Ministerio de Finanzas.

c) Elaboración de la Pro forma Presupuestaria en coordinación con la Gerencia de Planificación.

d) Mantener el sistema de contabilidad actualizado, conforme a las disposiciones de la Normativa legal vigente.

e) Cumplir y hacer cumplir las normas técnicas de control interno.

f) Registrar oportunamente las transacciones, elaborar y entregar Estados Financieros, Ejecuciones Presupuestarias e informes financieros, de acuerdo a las normas establecidas en leyes, reglamentos y demás normas vigentes.

g) Realizar el control contable de los Activos Fijos, bienes y existencias sujetos a control.

h) Establecer mecanismos de recaudación oportuna y recaudar los recursos financieros de acuerdo a las disposiciones legales vigentes en las Ordenanzas vigentes con el correspondiente registro y control.

i) Establecer sistemas de custodia y control de los valores que maneja la Empresa.

j) Asesorar al nivel gobernante para la toma de decisiones en temas de administración financiera.

k) Apoyar a la gestión de Auditoría Interna en todos los controles que sean necesario llevar a cabo en las operaciones técnicas, financieras y administrativas, comprobando su legalidad, exactitud, pertenencia, necesidades, conveniencias, veracidad y conformidad con las políticas y normas, planes y programas en vigencia.

EN EL AMBITO DE SISTEMAS E INFORMACION

a) Establecer Políticas dentro de las Tecnologías de Información y comunicaciones, a ser aprobadas por la máxima autoridad de la Institución.

b) Asesorar, planificar, organizar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar todas las actividades inherentes a la tecnología informática.

c) Asesorar y proponer soluciones informáticas y tecnológicas de conformidad a los requerimientos de las unidades administrativas.

d) Gestionar para dotar o desarrollar aplicaciones y programas para Quito Turismo.

e) Administrar, orientar la capacitación y el uso de sistemas de información automatizados (software) y hardware, proporcionando el apoyo técnico necesario a los operadores y usuarios; coordinando la provisión de recursos y servicios informáticos y de comunicaciones para el procesamiento de datos e información institucional.

f) Diseñar, implementar y desarrollar sistemas informáticos, computarizados necesarios para lograr eficiencia y economía en las actividades desarrolladas por las dependencias empresariales.

g) Llevar actualizados los inventarios informáticos y elaborar auditorias informáticas.

h) Cumplir y hacer cumplir las leyes y reglamentos tecnológicos.

i) Administrar los recursos de hardware y software de la institución.

j) Administrar los respaldos "Backups" de los sistemas en uso, así como de los medios físicos de su seguridad.

k) Evaluar periódicamente el uso de los servidores y equipos de comunicación e implementar las medidas correctivas necesarias.

l) Velar y garantizar el buen funcionamiento de los equipos de computación.

m) Elaborar el Plan informático Institucional de acuerdo a los lineamientos y Normas técnicas pertinentes.

PRODUCTOS
EN EL AMBITO ADMINISTRATIVO

a) Selección de personal.

b) Plan de capacitación para el personal de la Institución

c) Evaluación del desempeño

d) Movimientos de personal (nombramientos, acciones de personal, vacaciones, licencias, comisiones de servicio y cesación de funciones)

e) Contratos ocasionales del personal

f) Informes de creación y supresión de puestos

g) Sumarios Administrativos

h) Plan de fortalecimiento Institucional.

i) Estandarización e implementación de procesos

j) Plan Anual de Compras.

c) Creación de Nuevos requerimientos de la página Web

d) Actualización de páginas Web(datos y/o información contenida)

e) Mantenimiento de Software y Hardware

f) Instalación de Software

g) Requerimientos Tecnológicos

h) Requerimientos de seguridad

i) Requerimientos de Seguridad configuración Urgente

j) Gestión de Soporte Tecnológico

k) Gestión de soporte de problemas

l) Gestión de incidentes

m) Desarrollo de Aplicación de Software

n) Plan de Desarrollo de Software

o) Planificación de Infraestructura Informática

p) Análisis de Infraestructura Informática

3.6 OTRAS DISPOSICIONES

Los funcionarios de la Empresa y sus dependencias, se sujetaran a la Estructura Orgánica y jerarquía establecida en la misma. Se someterán a las normas, atribuciones, responsabilidades, productos y servicios, determinados en la presente estructura. En caso de posible superposición de liderazgo, atribuciones y procesos, será resuelto la competencia y ámbito de gestión por la Gerencia General.

En el caso de ausencia o impedimento temporal del Gerente será subrogado por el Gerente Subrogante que será designado mediante Resolución Administrativa.

En caso de ausencia o impedimento temporal de los Directores éstos serán subrogados por funcionario que fuere designado por el o la Gerente General.