Quito Turismo

MEMORIA
de sostenibilidad
2013



MEMORIA
de sostenibilidad
2013

PRÓLOGO a

PERFIL DE LA EMPRESA 25

INDICADORES DE DESEMPEÑO 71

DERECHOS HUMANOS 73

RELACIONES CON LOS COLABORADORES 77

RELACIÓN CON LA SOCIEDAD 89

CONSUMO RESPONSABLE 149

CUIDADO AL AMBIENTE 155

RESULTADO DE GESTIÓN EN CIFRAS 163

PARÁMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA 177

Prólogo

Carta del ALCALDE



Informar sobre la gestión, un quehacer permanente

SIEMPRE SERÁ GRATO CUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN de informar a la ciudadanía sobre la gestión que realizan las instituciones relacionadas con el quehacer y objetivos municipales. En esa línea, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico -Quito Turismo- aporta a la comunidad quiteña y al mundo, con las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación, cuando en los últimos 4 años, decidimos darle un impulso al turismo como un eje estratégico clave para el desarrollo desde lo social y económico.

En esta memoria, se resumen los hitos relevantes de la labor de Quito Turismo, además se podrá encontrar datos reveladores que contextualizan la actividad del sector turístico en el país, la región y el mundo.

El turismo nos da la oportunidad de revisar y encarar, con responsabilidad, los temas más amables y cálidos de esta ciudad patrimonial, con un desafío permanente de proteger lo auténtico que tiene el destino. Quito ha recibido en el 2013, un promedio de 560.000 visitantes, un cifra récord que demuestra el gran potencial para convocar a más viajeros que aprecian a la ciudad como un destino de cultura, arte, patrimonio, tradición y naturaleza, para lo cual está inmersa en un incesante proceso encaminado a mejorar sus servicios y desarrollar nuevos y mejores productos turísticos.

Se ha trabajado con paso firme y ello se evidencia en esta memoria, pero sin duda, hay mucho por hacer, por diseñar, por implementar, por soñar en los próximos años, siempre valdrá la pena mantener con tenacidad, la pasión, convicción y amor por esta ciudad que nos inspira día a día.

Este documento pretende ser un aporte que permita construir juntos un escenario óptimo y viable para el trabajo turístico de Quito, como puerta de entrada al Ecuador megadiverso.

Quito DISTRITO METROPOLITANO

Dr. Augusto Barrera Guarderas,
ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Carta de la GERENTE GENERAL



Trabajamos por un destino turístico de calidad

LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA de Gestión de Destino Turístico -Quito Turismo-, tiene el compromiso de desarrollar y promocionar turísticamente el Distrito Metropolitano de Quito, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación en la comunidad y la ciudad.

Nuestra trayectoria, respaldada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, ha dejado constancia de responsabilidad económica, social y ambiental siempre brindando un trato cálido y amable tanto al ciudadano, como al visitante de Quito.

Quito Turismo revela su compromiso con la sociedad a través de nuestra misión y visión empresarial, alineadas con la ciudad con el fin de dar un trato de calidad y excelencia a todos nuestros grupos de interés, de esta manera cumplimos responsablemente como la entidad oficial de turismo que representa y promociona a la ciudad a nivel nacional e internacional.

Creemos firmemente que una empresa debe generar valor, en tal virtud hemos mantenido buenas relaciones con todos los actores del sector, incluyendo a nuestros colaboradores, clientes, visitantes, ciudadanos y proveedores que representan un valioso aporte para el desempeño de nuestras funciones.

La elaboración de este documento ha sido un ejercicio valioso para toda la organización, que ha participado directamente en la generación, recopilación y levantamiento de la información que aquí se presenta.

Con esta publicación dejamos en evidencia el real desempeño de Quito Turismo, sin perder de vista el equilibrio y la objetividad, les contaremos lo que pasa en Quito en materia de turismo, aspiramos que esta sea una herramienta para dar a conocer los logros y metas conseguidas, pero también las actividades que desarrollamos para potenciar y promocionar esta gran ciudad.

Quito Turismo

Luz Elena Coloma,
GERENTE GENERAL QUITO TURISMO

El Turismo

El Turismo: un fenómeno económico y social.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una gran diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo, esta actividad guarda una estrecha relación con el desarrollo y crecimiento de las naciones, por lo que se ha convertido en un motor clave y factor preponderante de progreso.

En la actualidad, el turismo es una industria que genera una gran variedad de actividades económicas, por ello los ingresos que por este concepto se recauda, representan una fuente importante en el desarrollo y gestión de las ciudades.

La perspectiva social tiene una similar importancia, ya que el turismo implica tanto la relación entre personas de diferentes culturas, como su interacción.

Para definir el turismo se deben tomar en cuenta a los diferentes grupos que participan como actores en esta industria que se identifican dentro de cuatro perspectivas: El turista, el negocio que proporciona bienes y servicios turísticos, el gobierno de la comunidad anfitriona, la comunidad anfitriona. Para que el turismo logre el éxito en una región, estos cuatro factores deben tener una actitud positiva hacia la industria. La falta de armonía conducirá al retraso y evitaría que se desarrolle en todo su potencial.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

También se podría definir el turismo diciendo que es un fenómeno socio-económico que influye de gran manera en el crecimiento cultural y en la riqueza de los pueblos, o que es el movimiento de humanos para intercambiar conocimientos, cultura, aventuras, credos, idiomas, etc... El turismo es inevitable y no se puede evadir.

¿Qué mueve al hombre a desplazarse?

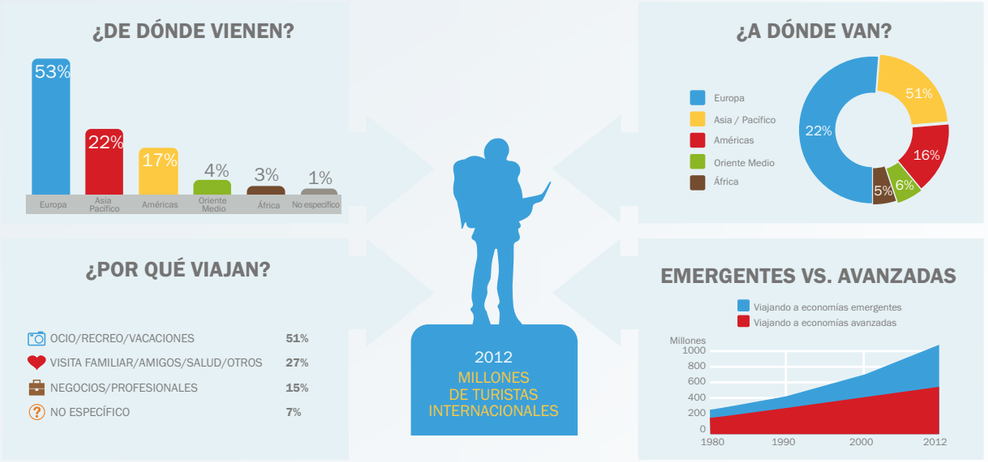
El viajero existe desde la antigüedad, desde sus orígenes el hombre se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes sitios. Tres motivaciones empujan al hombre a viajar:

1. **El interés político o comercial;**
2. **La curiosidad y la búsqueda de conocimiento**
3. **El sentimiento religioso;**

Hasta mediados del siglo XIX, solo viajaban por placer las personas que pertenecían a las clases privilegiadas. En la época de la ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de “Grand Tour”. Sin embargo es en la segunda mitad del siglo XX que surge el turismo como fenómeno de masas.

Panorama, evolución y previsiones del turismo a nivel mundial

- La contribución del turismo a la actividad económica mundial se estima en cerca del 5%. Su contribución al empleo se estima entre el 6% y el 7% del número total de empleos en todo el mundo (directos e indirectos).
- Entre 1950 y 2011, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo anual del 6,2% y se pasó así de 25 millones a 980 millones.
- Los ingresos generados por estas llegadas aumentaron a un ritmo aún más rápido llegando a situarse alrededor de los 919.000 millones de dólares de los Estados Unidos (693.000 millones) en 2011.
- Mientras que en 1950 los 15 destinos principales absorbían el 88% de las llegadas internacionales, en 1970 la proporción fue del 75% y en el 2010 el 55%, como reflejo de la aparición de nuevos destinos, muchos de ellos en los países en desarrollo.
- Puesto que el crecimiento ha sido especialmente rápido en las regiones emergentes, el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en los



FUENTE: WORLD TOURISM ORGANIZATION - JANUARY 2013

países emergentes y en desarrollo ha aumentado continuamente, del 32% en 1990 al 47% en 2010.

- La llegada de turistas internacionales en el mundo ha crecido casi un 4% en 2011 a 983 millones;

- El turismo internacional en 2011 generó 1,032 mil millones dólares EE.UU. (€ 741 mil millones) en ingresos por exportación;

- La OMT prevé un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre 3% y 4%.

- La demanda de turismo internacional mantuvo su impulso en 2012. Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 3,8 % hasta ubicarse en los 1.035 millones de turistas, superando por primera vez en la historia la barrera del billón de visitantes (1 de cada 7 personas en este planeta), consolidando al turismo como una de las industrias más importantes del mundo.

Europa, que comprende un poco más de la mitad de las llegadas de turistas internacionales del mundo (51,7%), registró uno de los menores crecimientos en términos relativos (+3,3%), sin embargo es la región con mayor crecimiento en términos absolutos (17,3 millones más de visitantes).

En el caso de las Américas la llegada de turistas internacionales tuvo un incremento del orden del 3,7%, lo que representó un aumento de 5,8 millones de visitantes en términos absolutos. Tan solo Oriente Medio (- 4,9%) registró un descenso en el número de llegadas, debido a la Primavera Árabe y a las transiciones políticas vividas.

Los ingresos derivados del turismo internacional en destinos de todo el mundo crecieron un 4% en 2012 hasta alcanzar la cifra de 1.075 billones de dólares de los EEUU, este crecimiento es igual al incremento de las llegadas de turistas internacionales, que alcanzaron la cifra de 1.035 millones en 2012. Otros 219.000 millones de dólares en ingresos derivados del transporte internacional de pasajeros elevaron el valor total de las exportaciones generadas por el turismo internacional en 2012 a 1,3 billones de dólares.

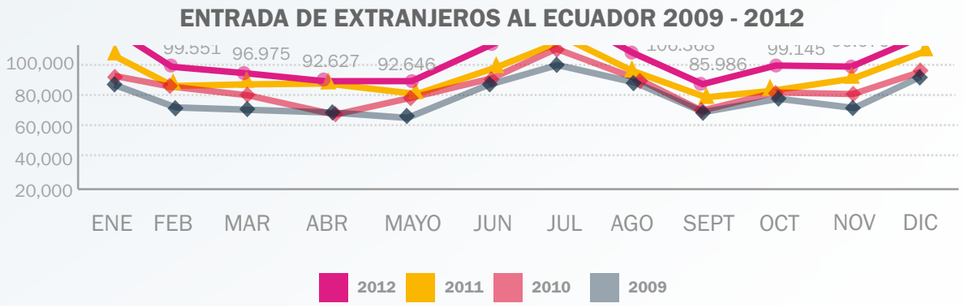
Por regiones, las Américas (+7%) registró el mayor incremento de los ingresos, seguida de Asia y el Pacífico (+6%), África (+5%) y Europa (2%). Los ingresos en Oriente Medio mantuvieron el signo negativo (-2%), si bien se observó una mejoría gradual en comparación con el declive registrado en 2011.



FUENTE: WORLD TOURISM ORGANIZATION-JANUARY 2013

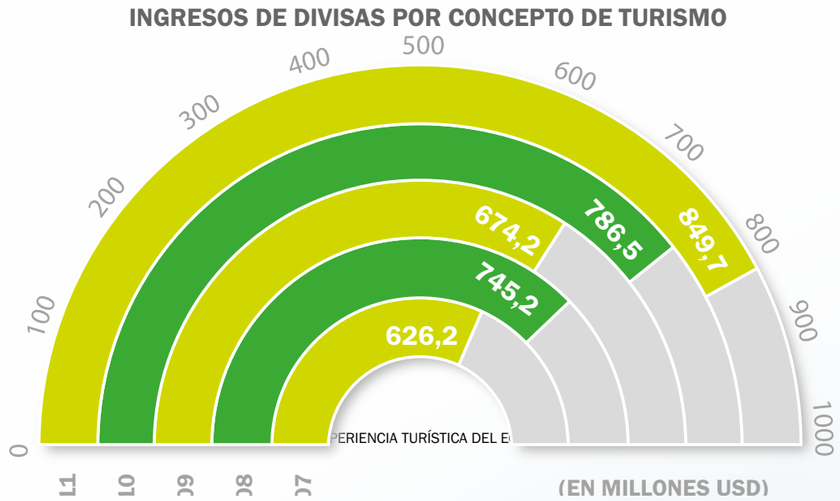
El turismo en el Ecuador

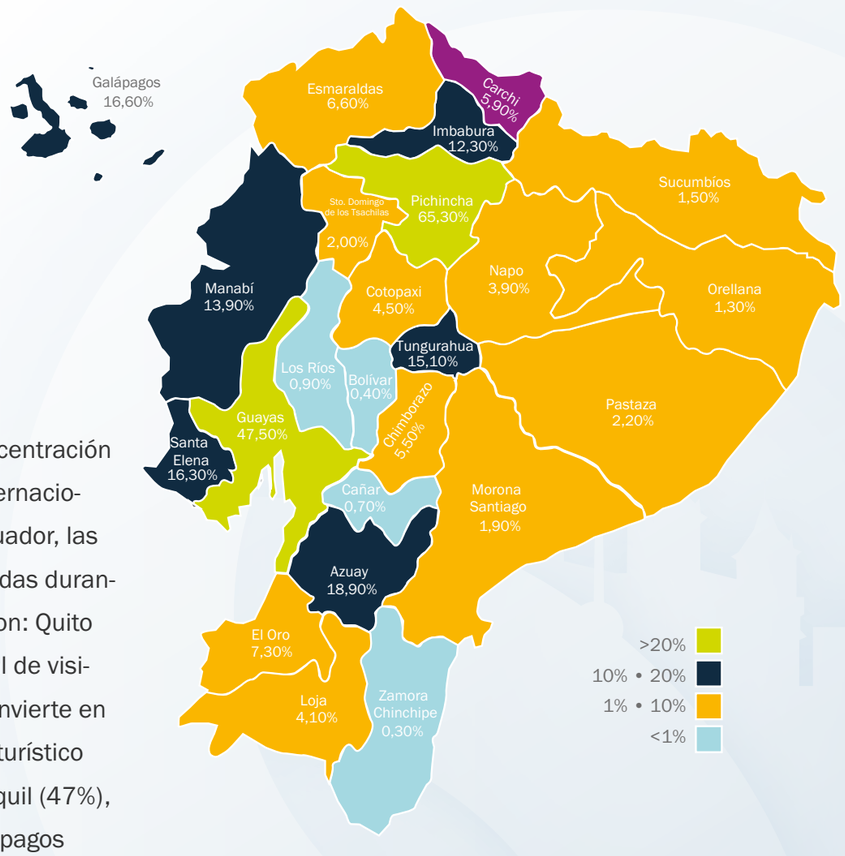
De acuerdo con las cifras del Ministerio de Turismo desde el año 2009, Ecuador ha visto un crecimiento sostenido del número de visitantes internacionales, pasando de 968.499 turistas en ese año a 1’271.953 visitantes internacionales en el año 2012, lo que representó un incremento del más del 11% con respecto al año 2011, y más del 31% con respecto al año 2009. Durante el año 2012 los meses de mayor número de entradas fueron: julio, enero, diciembre y junio.



FUENTE: ANUARIOS DE MIGRACIÓN INTERNACIONAL - INEC (2009-2011)

Los ingresos derivados del turismo receptivo (divisas) en el Ecuador pasaron de 786 millones de dólares en el año 2010, pasando por 849 en el año 2011, y llegando a más de 1´032 millones en el año 2012, lo que representa un incremento de más de 31 % de los ingresos por exportación del turismo en los últimos 2 años, cabe además señalar que en ese año por primera vez se tiene una balanza positiva en esta actividad de alrededor de 75,9 millones de dólares. A pesar del crecimiento en términos absolutos y relativos, el turismo se ha mantenido en el puesto 6 por ingreso de exportaciones.





En relación a la concentración de los visitantes internacionales dentro del Ecuador, las ciudades más visitadas durante el año 2011 fueron: Quito con un 66% del total de visitantes, (lo que lo convierte en el principal destino turístico del Ecuador) Guayaquil (47%), Cuenca (19%), Galápagos (15%) y Baños (11%).

FUENTE: LA EXPERIENCIA TURÍSTICA DEL ECUADOR, PÁG. 13

GASTO Y DURACIÓN DE VISITA



El gasto promedio del turista extranjero en el país asciende a USD $1.000. Se estima una estadía promedio de 14 noches. Por otra parte, el gasto promedio del turista nacional asciende a USD $94 con una estadía promedio estimada de 3 noches.

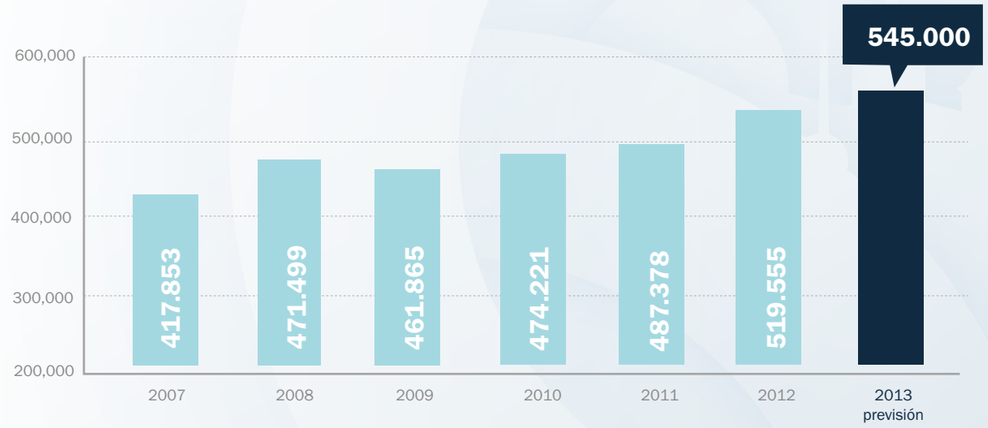
MOTIVO DE VIAJE



Analizados los motivos de viaje de los visitantes internacionales al Ecuador, el 63% de los turistas no residentes manifiesta que su motivo de viaje se debió a vacaciones, recreo y ocio, el 19% visitó a familiares y amigos, el 6% permaneció por motivos de negocios, el 4% por educación y formación y un 3% llegó al Ecuador por motivos de Convenciones y Congresos, entre otros.

El turismo en la ciudad de Quito

Desde el año 2007 el número de visitantes que llegan a Quito se ha incrementado en más del 24% (con relación al año 2012), solamente en el año 2009, fecha en la que se desencadenó la crisis mundial, el turismo receptivo a la ciudad de Quito, (que recibió aproximadamente 461.865 visitantes) tuvo una ligera caída de casi el 2%, de hecho las cifras demuestran que a partir de ese año, el número de visitantes internacionales ha crecido de manera constante. En el año 2012 llegaron a la ciudad de Quito 519.555 turistas no residentes, lo que representa un crecimiento de más del 7% con respecto al año 2011, ubicándose con casi el doble por encima del crecimiento promedio de la región (Américas) que fue de aproximadamente 3,7%

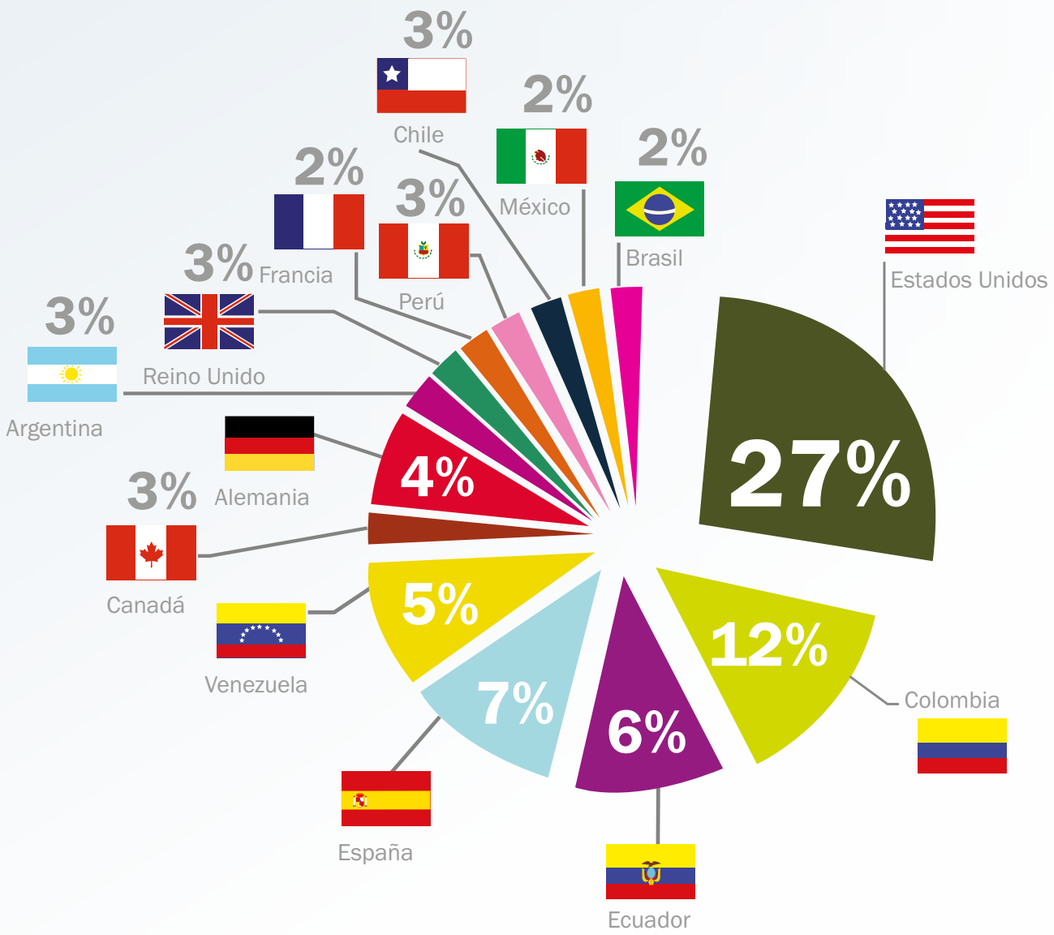


FUENTE: SIIT 2012 - QUITO TURISMO

En cuanto a la estacionalidad, podemos decir que la concentración de llegadas internacionales se da principalmente en los meses de junio, julio, agosto y octubre.

Los principales países emisores de turistas fueron de las siguientes nacionalidades:

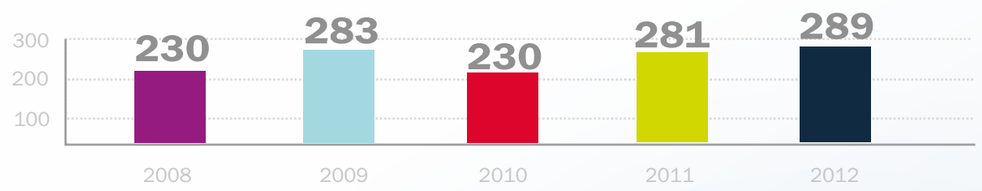
NACIONALIDAD DE TURISTAS EN QUITO



FUENTE: SIIT 2012 - QUITO TURISMO

Los ingresos derivados del turismo receptivo (divisas por gasto turístico) en la ciudad de Quito pasaron de $ 230 millones de dólares en el año 2008, pasando por $ 283 millones en el año 2009, llegando a caer en el año 2009 (año la crisis mundial) a $ 230 millones de dólares y comenzándose a recuperaren el año 2011 con $ 281 millones y finalmente superando los $ 289 millones en el año 2012 (año record), lo que representa un incremento de más del 29% de los ingresos por exportación del turismo en los últimos 3 años.

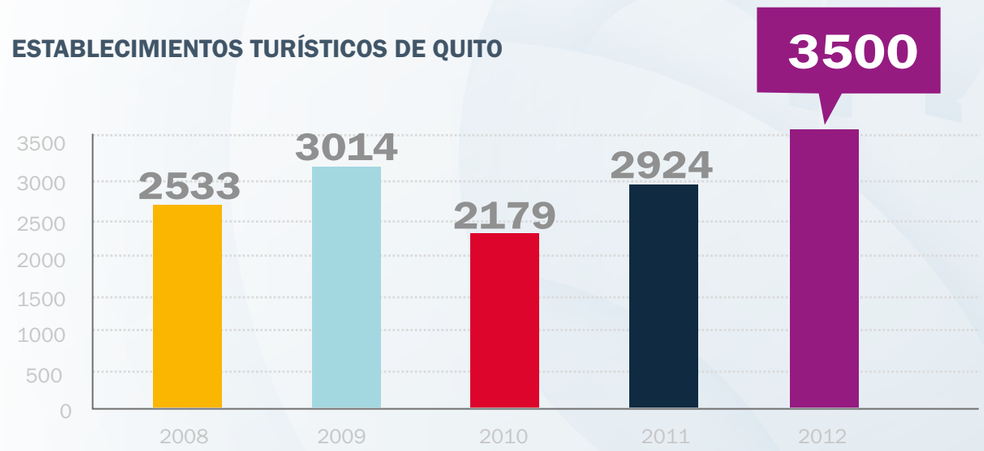
INGRESO ANUAL DE DIVISAS POR OTRO GASTO TURÍSTICO (MILLONES DE USD $)



FUENTE: SIIT 2012 - QUITO TURISMO

La capacidad instalada de establecimientos turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito ha crecido de manera considerable desde el año 2008, registrando 2.533 establecimientos, en tanto que en el año 2012 se cuenta con 2.924 establecimientos, lo que representa un crecimiento del 15% en un período de 5 años, lo cual evidencia que la ciudad de Quito tiene uno de los mayores crecimientos de establecimientos a nivel nacional. En el 2012, el incremento de establecimientos con licencia turística fue de un 20% respecto del año 2011.

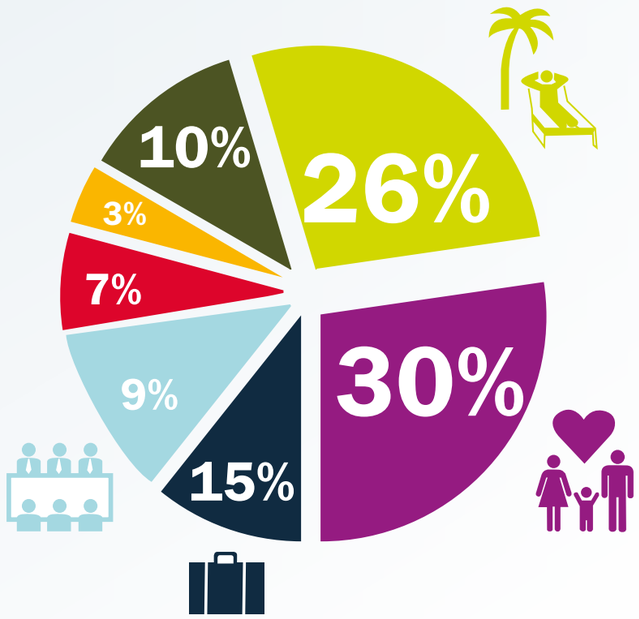
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE QUITO



FUENTE: SIIT 2012 - QUITO TURISMO

En cuanto a los motivos de viaje de los visitantes internacionales a la ciudad de Quito, el 30% de los turistas no residentes manifiesta que su motivo de viaje se debió a visita a familiares y amigos, el 26% a ocio, recreo y vacaciones, un 15% por negocios y el 9% por motivos de reuniones, congresos y conferencias, entre otros.

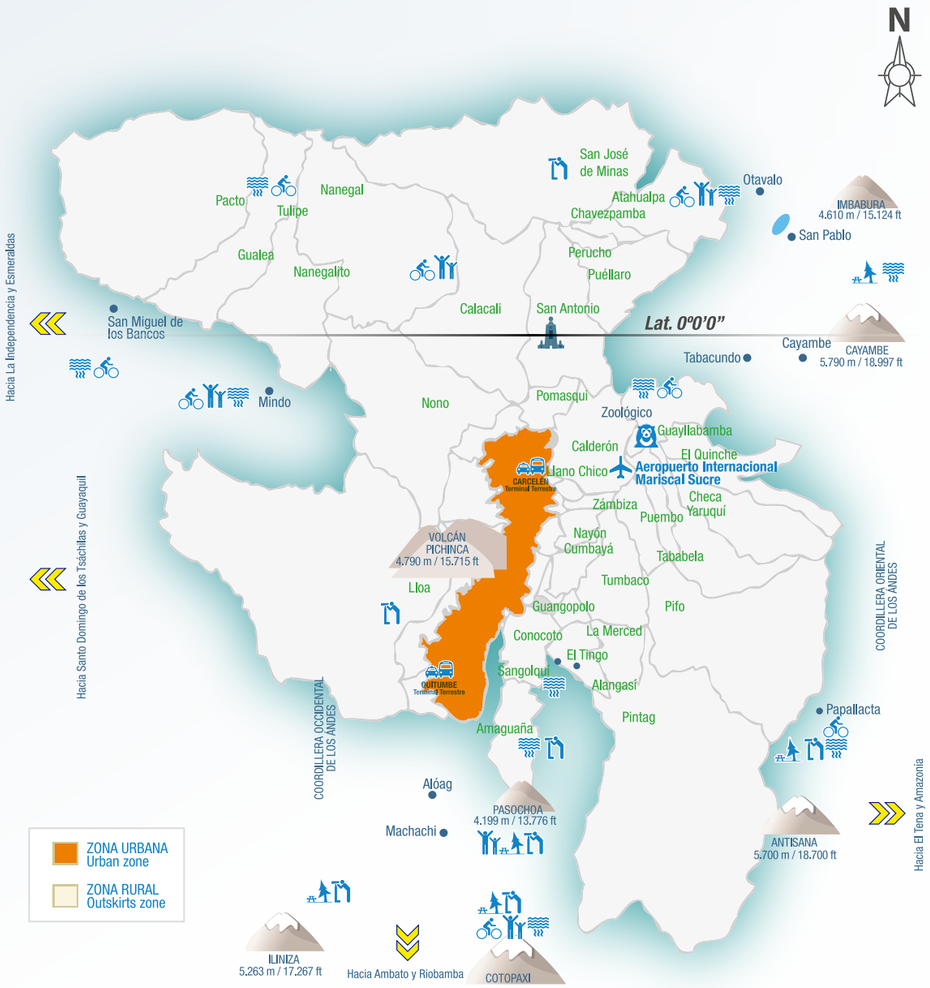
MOTIVO DE VIAJE DEL TURISTA



- Ocio, recreo, vacaciones
- Visita a familiares o amigos
- Negocios
- Reuniones, congresos, conferencias
- Prestación de servicios profesionales
- Estudios
- Otros (religión, peregrinación, tratamientos de salud, etc.)

FUENTE: SIIT 2012 - QUITO TURISMO

Entorno



- El Distrito Metropolitano de Quito que incluye su zona urbana y rural es sin duda un territorio de gran vocación turística, debido en parte a su diversidad natural (volcanes, montañas, valles, bosques y ríos) y pisos ecológicos que van desde los 500 hasta los 4.700 metros sobre el nivel del mar.

- La diversidad y contrastes que podemos encontrar en la ciudad de Quito, la vuelve un destino turístico por excelencia. Quito es la única capital que se encuentra en la mitad del mundo y a la vez posee el más grande y mejor conservado centro histórico de Sudamérica. La ciudad ha sido testigo de muchos cambios políticos y culturales desde su fundación. Quito está resguardada por una amplia gama de montañas y nevados que fascinan tanto a sus moradores como a turistas nacionales y extranjeros que la visitan. La riqueza cultural, natural y étnica de la capital de los ecuatorianos, la ha convertido en un destino reconocido en el todo mundo.

- En este contexto el Municipio del Distrito Metropolitano, a través de Quito Turismo, impulsa la ejecución de proyectos, asesorías y regulación a establecimientos turísticos en sus operaciones y coordina eventos en sitios emblemáticos de la ciudad.

Perfil de la empresa

Historia

Turismo en la ciudad de Quito

El desarrollo del turismo en la ciudad de Quito ha tenido momentos y etapas muy importantes a lo largo de la historia de la ciudad: desde los inicios del siglo XX con la inauguración del primer hotel de la ciudad, la llegada del ferrocarril desde Guayaquil, o el recorrido por la calles de piedra de la ciudad del primer automóvil, pasando por el desarrollo de la gran hotelería de los años 50 y 60, la aparición de las primeras agencias de viajes y los primeros tours organizados en el centro histórico y la mitad el mundo, de una recientemente ciudad declarada patrimonio cultural de la humanidad en los años 70 y 80, hasta llegar al siglo XXI en donde la planificación lógica y ordenada del turismo en un naciente distrito metropolitano toma una gran importancia.

Uno de los momentos más significativas para el turismo de la ciudad ocurre en el año 2003, cuando por varias circunstancias el desarrollo turístico da un giro de 180° en la ciudad. En este año, el Municipio de Quito recibe las competencias en materia de turismo por parte del ministerio del ramo, se lanza el Plan Estratégico de la ciudad de Quito (Plan Q), se crea la marca turística de la ciudad y se empiezan las primeras acciones de desarrollo y de promoción turística de la ciudad. Para cumplir con esta hoja de ruta y visión a futuro se hace necesario la creación de un organismo oficial especializado que represente la suma de esfuerzos públicos y privados, así nace la Corporación Metropolitana de Turismo, comúnmente llamada “Quito Turismo”. A partir de esa fecha hasta inicios del año 2009 la Corporación Metropolitana de Quito ejecuta una serie de acciones planificadas a nivel local, nacional e internacional con el propósito de consolidar la actividad turística en la ciudad. Quito Turismo se convierte así en la entidad líder a nivel nacional en el desarrollo de turismo a nivel local.

HITOS HISTÓRICOS DE LA EMPRESA

2001	La Ley de Descentralización es la base para que el Ministerio de Turismo traslade en un primer momento las competencias relacionadas con el turismo al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
	El Municipio con el fin de ejecutar las competencias descentralizadas en turismo, crea la Corporación Metropolitana de Turismo “Quito Turismo”, entidad privada adscrita al Municipio e integrada por representantes tanto públicos (Ministerio de Turismo, Municipio de Quito), así como representantes del sector privado y académico (cámaras de turismo, gremios, universidades, etc.).
2003	Con la coordinación de “Quito Turismo” y un equipo consultor internacional, se diseña y se lanza el Primer Plan de Marketing Turístico de la ciudad de Quito “Plan Q”, encaminado a promocionar de manera estructurada, el destino turístico y los productos más relevantes de la ciudad
	Como parte del “Plan Q”, por primera vez, en la ciudad de Quito, se diseña y desarrolla la primera marca turística de la ciudad, la cual es integrada por el logo (el colibrí y el sol de 8 puntas) y su mensaje permanente “Toca el cielo”.
	Organiza por primera vez el Travel Mart Latinamerica, el evento de negocios del sector turístico más importante del continente.
2003 – 2008	Se emprenden las principales acciones del Plan Q, los primeros viajes de prensa y de familiarización, las primeras participaciones en ferias internacionales de turismo, se inauguran las oficinas de información turística de la ciudad, la tienda el Quinde “El almacén de la ciudad” y el sistema de señalización turística.
	Quito Turismo implementa el Sistema Integral de Indicadores Turísticos SIIT, de la ciudad, para monitorear, supervisar y medir por estadísticas la actividad turística y hotelera de la ciudad de Quito
2008	Se trasladan las competencias completas de Turismo, desde el Ministerio rector al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de Quito Turismo (incluyendo el registro turístico). En el país hay solo dos Municipios que tienen estas competencias: Quito y Manta. Quito Turismo empieza a gestionar y administrar el Centro de Convenciones de Eugenio Espejo. Organiza el Travel Mart Latin America por segunda ocasión
2008	A través de la Ordenanza 256 se crea la tasa por facilidades turísticas que permite generar recursos para la promoción y desarrollo del turismo en la ciudad de Quito. En ese mismo año con colaboración del sector público y privado se evalúa, analiza y se plantea el nuevo Plan Q en su segunda fase (2008-2013), este plan contiene las principales acciones de: desarrollo (diseño de productos, facilitación, calidad, sostenibilidad), las acciones de promoción (nacional, internacional, prensa, etc.) así como la propuesta de estructura orgánica para Quito Turismo y el presupuesto de ejecución.

2009	Se crea la Empresa Metropolitana de Turismo, que sucede de manera legal a la Corporación Metropolitana de Turismo, tratando de esta forma de consolidar su posición de liderazgo en el Ecuador.
2010	El 5 de mayo de 2010 entra en vigencia la Ordenanza # 309 sobre la creación de empresas públicas metropolitanas, que comienzan a trabajar bajo un mismo régimen legal, en este caso La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico “Quito Turismo” que con un nuevo modelo gestión conocido como “Organización de Gestión de Destino (OGD)” sucede a las entidades anteriores. Se crean las áreas de Comercialización y Calidad
2011	A través de una alianza estratégica se inaugura el sistema del “Bus turístico” con recorridos en las principales zonas turísticas de la ciudad.
2012	Se desarrolla el Plan estratégico de Quito Turismo y su política de Buen Gobierno Corporativo (2012-2015). Es el año de expansión de empresa, a través de la creación de las unidades de eventos y convenciones. La Ordenanza 306 crea los instrumentos de desarrollo, control, regulación y promoción del turismo en el DMQ, se crean las zonas especiales turísticas de la Mariscal y el Centro Histórico.
	Las principales publicaciones del mundo como The New York Times, National Geographic Traveler” destacan a Quito como uno de los mejores destinos del mundo
	Nuevas funciones, oficinas e instalaciones en el antiguo Aeropuerto Mariscal Sucre).
2013	La ciudad de Quito gana el “World Travel Awards” como destino líder de Sudamérica. Se elaboran y se publican por primera vez las normas técnicas para las actividades y servicios turísticos de la ciudad.
	Se lanza el concurso público internacional para el diseño, construcción y operación del nuevo Centro de Convenciones de Quito.
	Se crea el área de Alianzas Estratégicas para gestionar los proyectos de inversiones turísticas en el Distrito Metropolitano
	RETO: Consolidar a la ciudad Quito como un destino de clase mundial, llegar a un millón de visitantes internacionales,

¿Quiénes somos?

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

QUITO TURISMO

Base Legal

El 5 de mayo de 2010, - en el Registro Oficial N° 186, se publicó la Ordenanza Metropolitana No. 309 que crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, de derecho público, cuya misión previa a la aprobación de este Plan Estratégico es: "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". Entre los principales objetivos están:

1. **"Desarrollar la actividad turística del Distrito Metropolitano de Quito, asi como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras;**

2. **Promocionar el Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional;**

3. **Coordinar las actividades del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico;**

4. **Fomentar la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema;**

5. **Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico;**

6. **Desarrollar, en el marco de la legislación vigente, rubros de negocios relacionados, directa o indirectamente, con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en coordinación con otras empresas;**

7. **Prestar servicios públicos, a través de la infraestructura a su cargo, como participe o integrador de la actividad de ferias, eventos y convenciones;**

8. **Prestar servicios públicos, relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística;**

9. **Las demás actividades operativas relativas a las competencias que en el ámbito turístico corresponden al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, de conformidad con la Ley, y las que en esta materia le han sido transferidas por el Gobierno Nacional."**

Misión

"Desarrollar y promocionar turísticamente al 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, y contando con el talento humano especializado."

Visión

“En el 2015, seremos la mejor organización oficial en Sudamérica, orientada a la gestión de destino turístico, y reconocida como una empresa pública referente en Ecuador, con un equipo de seres humanos comprometidos en convertir a Quito en la mejor experiencia turística para visitantes y residentes.”

Valores y Principios

Responsabilidad

Las acciones de quienes hacemos Quito Turismo se ven reflejadas en cuidar y valorar las consecuencias de cada uno de nuestros actos, los cuales se deben regir a la ética, moral y buen servicio.

Solidaridad

Actitud colaborativa que contribuye a mejorar el vínculo entre la organización con la sociedad, haciendo que los objetivos y metas de Quito Turismo sean comunes a las del bienestar social.

Respeto

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, respeta a través de sus acciones, a la ciudadanía, a sus clientes, a su talento humano, proveedores, y demás grupos de interés, valorando sus requerimientos y brindando una atención siempre atenta y cordial.

Apertura al cambio transformacional

Actitud de adaptación a los cambios que transformen positivamente la gestión de la organización y permitan obtener con mayor efectividad el logro de los objetivos organizacionales.

Orientación a los resultados

La gestión de Quito Turismo da prioridad al constante seguimiento y evaluación respecto al cumplimiento de objetivos y metas operativas y estratégicas, como insumo retro alimentador para la mejora de la gestión organizacional.

La organización cuenta con una política de calidad, mediante la cual ha establecido su compromiso con la ejecución de la Política Turística del Distrito Metropolitano de Quito, 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.

Estructura de Gobierno

Directorio

El Directorio de la Empresa se encuentra integrado de acuerdo con la Ordenanza Metropolitana No. 301 de 3 de septiembre de 2009

1. **El Alcalde Metropolitano o su delegado (a).**
2. **Dos Concejales elegidos por el Concejo Metropolitano, en representación de este órgano del Gobierno Descentralizado Autónomo, preferentemente sobre la base de los ejes estratégicos de la Administración, o su suplente, que será un concejal principal.**
3. **El Secretario de Planificación o su delegado (a).**
4. **El Secretario responsable de la Secretaría a la cual se hubiere adscrito la empresa pública metropolitana o su delegado (a).**

En el caso de que el Alcalde no presida el Directorio, siempre lo hará un concejal. De acuerdo con la Resolución N° C 0038 de 8 de septiembre de 2009, los concejales que son parte del directorio de la empresa son:

CONCEJAL PRINCIPAL	CONCEJAL SUPLENTE
Dennecy Trujillo	Luisa Maldonado
Pablo Ponce	Manuel Bohórquez

DIRECTORIO DE QUITO TURISMO	
Presidente	Pablo Ponce Cerda CONCEJAL
Secretaria	Luz Elena Coloma GERENTE GENERAL
Miembro	Luisa Maldonado CONCEJALA (EN REEMPLAZO DE LA CONCEJALA DENNECY TRUJILLO)
Miembro	Julio Jaramillo SECRETARIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO (EN REEMPLAZO DE EDUARDO DOUSDEBES)
Miembro	Natalia Novillo SECRETARIA DE PLANIFICACIÓN
Miembro	Galo Torres DELEGADO DEL ALCALDE.

Deberes y atribuciones del Directorio:

1. Cumplir y hacer cumplir el ordenamiento jurídico vigente;
2. Dictar los reglamentos, resoluciones y normas que garanticen el funcionamiento técnico y administrativo y el cumplimiento de los objetivos de la empresa pública metropolitana;
3. 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;
4. Determinar las políticas generales y las metas de la empresa pública metropolitana, en concordancia con las políticas emanadas del Concejo Metropolitano y los demás órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, y evaluar su cumplimiento;
5. Aprobar la planificación y el presupuesto de la empresa pública metropolitana, en concordancia con la planificación estratégica del Distrito Metropolitano de Quito, así como evaluar su ejecución;
6. Conocer y aprobar los balances de situación y de resultados, de conformidad con la ley de la materia;
7. Nombrar al Gerente General de una terna propuesta por el Presidente del Directorio de la empresa pública metropolitana, y sustituirlo, con el mismo procedimiento;
8. Autorizar al Gerente General para absolver posiciones y deferir el juramento decisorio, allanarse a demandas, desistir en pleito, comprometerlo en árbitros y aceptar conciliaciones;
9. Conocer los informes del Gerente General y los informes de Auditoría;
10. Conceder licencia al Gerente General o declararle en comisión de servicios, por períodos de hasta sesenta días;
11. Decidir sobre la venta, permuta, como dato o hipoteca de bienes inmuebles de propiedad de la empresa pública metropolitana, Para el caso de los bienes muebles se estará a lo que disponga la reglamentación pertinente;

a. Aprobar la contratación de empréstitos internos o externos, en los montos y según el ordenamiento jurídico vigente y los reglamentos de la empresa pública metropolitana;

b. Decidir sobre cualquier otro asunto cuya resolución no se hubiere confiado a otro órgano de la empresa pública metropolitana; y,

c. Los demás que establezcan la Ley de la materia y los reglamentos de la empresa pública metropolitana.

"La actuación de los Concejales en los Directorios de las empresas públicas metropolitanas, se entenderá como la extensión de las responsabilidades y deberes legales de los mismos".

(REF. ARTÍCULO 12 ORDENANZA MUNICIPAL N° 301)

Nivel de toma de decisión: atribuciones y responsabilidades

UNIDAD ADMINISTRATIVA	ATRIBUCIÓN Y RESPONSABILIDAD
NIVEL DIRECTIVO	
DIRECTORIO	Orientar de manera general la gestión de la Empresa, de conformidad con sus atribuciones establecidas en la Ley Orgánica de Empresas Públicas, en el Código de Ordenamiento Territorial COOTAD, Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito y las demás normas jurídicas aplicables.
GERENCIA GENERAL	Ejercer 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 es la cabeza de las operaciones que la Empresa ejecute a nivel técnico y operativo
DIRECCIÓN TÉCNICA GENERAL	Coordinar de manera armónica y eficiente los procesos de desarrollo y mercadeo que permitan posicionar y desarrollar al Distrito Metropolitano de Quito como un destino turístico a nivel nacional e internacional. Gestionar la ejecución de proyectos turísticos emblemáticos de ciudad, alianzas estratégicas; público, privadas y comunitarias; con orientación al plan estratégico de turismo de la ciudad.
NIVEL ASESOR	
ASESORÍA JURÍDICA	Ejercer el patrocinio legal y brindar el apoyo legal y normativo a todas las áreas de la Empresa, creando valor y pertinencia a las actividades conducentes al cumplimiento de los objetivos institucionales.
JEFATURA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS	Definir y recomendar estrategias de comunicación y relaciones públicas, que permitan posicionar la gestión institucional; socializar su ejecución mediante productos digitales, impresos; así como difundir y promocionar la imagen a nivel local, nacional e internacional.
ASESORÍA DE PLANIFICACIÓN	Realizar el seguimiento y evaluación de la gestión y desarrollo a mediano y largo plazo de la empresa, de acuerdo con su visión.
NIVEL OPERATIVO / TÉCNICO / GESTIÓN	
DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO TURÍSTICO	Gestionar el desarrollo de productos/servicios turísticos de manera sostenible para garantizar la experiencia positiva del visitante en el destino
DIRECCIÓN GENERAL DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	Gestionar el posicionamiento y la promoción del destino a nivel local, nacional e internacional; Impulsar la comercialización de la oferta turística, de productos y servicios y de las unidades de negocio (El Quinde, Centro de Convenciones Eugenio Espejo y Centro deEventos Bicentenario).
DIRECCIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	Fomentar y potenciar el desarrollo de proyectos productivos rentables, enmarcados en el sector turístico, a través de alianzas público privadas con el objetivo de mejorar la oferta turística de conformidad con el régimen jurídico aplicable.
NIVEL DE APOYO	
DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Brindar el apoyo a las diferentes áreas de la empresa a fin de que puedan cumplir sus objetivos a cabalidad.

Buen Gobierno Corporativo

El Gobierno Corporativo es un conjunto de prácticas mediante el cual, las empresas son operadas y controladas de manera transparente y eficiente, generando equilibrio y cohesión entre los grupos de interés y sus diversos intereses.

Los cuatro pilares que se fundamenta el BGC son:

1. **Rendición de cuentas**
2. **Transparencia**
3. **Equidad**
4. **Responsabilidad corporativa**

El buen Gobierno Corporativo contribuye a “blindar” el andamiaje empresarial, estimulando la incursión de inversionistas, financistas, y además a precautelar la sostenibilidad en pos del desarrollo armónico del ser humano y la eficiencia empresarial del servicio público.

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, implementa su plan estratégico en base a la aplicación de prácticas de Buen Gobierno Corporativo que persiguen una gestión ética, colaborativa y participativa, destacando su orientación social y ambientalmente responsable.

En ese sentido, se ha establecido el siguiente **Modelo de Gestión,** que evidencia que el esfuerzo organizacional está orientado de manera relevante hacia la ciudadanía, mediante una coherente sostenibilidad, eficiencia y calidad; y, una correspondencia derivada de la investigación y gestión tecnológica del conocimiento.



BUEN GOBIERNO CORPORATIVO, GESTIÓN ÉTICA Y PARTICIPATIVA
CON RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

MODERNIZACIÓN:
INVESTIGACIÓN, GESTIÓN TECNOLÓGICA
DEL CONOCIMIENTO

REGULACIÓN:
ESQUEMA REGULATORIO
Y VEEDURÍA CIUDADANA

CORRESPONDENCIA

SOSTENIBILIDAD:
AUTONOMÍA
FINANCIERA

EFICIENCIA:
PROCESOS
ÓPTIMOS

CALIDAD:
SATISFACCIÓN DEL TURISTA
EN EL DESTINO

RELEVANCIA

COHERENCIA

COHERENCIA

COHERENCIA

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

PLAN METROPOLITANO DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2012-2022

CONSTITUCIÓN – PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Responsabilidad corporativa

El Código de Gobierno Corporativo conjuntamente con los demás instrumentos que lo conforman, constituirá una base para alcanzar un crecimiento a nivel regional, nacional e internacional esperado para Quito Turismo, de manera que, con la oportuna provisión de recursos financieros y la gestión adecuada de los mismos, se obtenga la rentabilidad esperada por el dueño, con miras a garantizar siempre el beneficio de la comunidad.

De los directores.- Al frente de cada unidad administrativa de mando superior, definida en la estructura organizativa, estará un Director, el cual desempeñará las funciones de dirección, coordinación y supervisión de las actividades propias del cargo y del recurso humano asignado a su área de gestión, y como tal será responsable directo ante la Gerencia General sobre su accionar.

(REF. ARTÍCULO 6 DEL REGLAMENTO DE TALENTO HUMANO)

NIVEL DIRECTIVO DE LA EMPRESA METROPOLITANA DE GESTION Y DESTINO TURISTICO -QUITO TURISMO-	
Luz Elena Coloma Escobar	GERENTE GENERAL
Patricio Gaybor Sotomayor	DIRECTOR TÉCNICO GENERAL
Mauricio Riofrío Cuadrado	ASESOR JURÍDICO
Paola Escobar	DIRECTORA GENERAL DE DESARROLLO TURÍSTICO
María José Garzón	DIRECTORA GENERAL DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN
María Fernanda Arboleda	DIRECTORA GENERAL ADMINISTRATIVA FINANCIERA
Luis Ruales	DIRECTOR FINANCIERO
Vanessa Salvador	DIRECTORA DE COMERCIALIZACION
Marcelo Torres	DIRECTOR DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS
Patricio Velásquez	DIRECTOR DE CALIDAD Y ASISTENCIA TÉCNICA

De la responsabilidad de los directores.- Los Directores son los responsables de la planificación, ejecución y evaluación del proceso organizacional o unidad administrativa y velar por el uso racional de los recursos y la obligación de fomentar y mantener un alto nivel de productividad, honestidad, ética y disciplina entre los servidores o servidoras a su cargo. En tanto que, los Jefes, siguiendo las decisiones y directrices de las Direcciones, son los responsables de desarrollar coordinadamente con ellos, las estrategias aprobadas por el Directorio o la Gerencia General, dirigiendo las labores de los departamentos, enfocándolas hacia el logro de las metas corporativas.

(REF. ARTÍCULO 7 DEL REGLAMENTO DE TALENTO HUMANO)

Delegaciones, poder especial y procuración judicial

- Resolución Administrativa al Director Financiero No. 890- GG-LEC-2013 de 14 de noviembre de 2013, suscripción de los contratos de Uso Temporal del Centro de Eventos Bicentenario cuyo presupuesto referencial sea inferior de USD $ 50.000,00 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, según lo determinado en el inciso segundo del artículo 8 de la Resolución INCOP N° 13 de 6 de marzo de 2009.
- Poder Especial y Procuración Judicial otorgado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión y Destino Turístico a favor del Asesor Jurídico de 8 de octubre de 2013.
- Resolución Administrativa No. 884-GG-LEC-2013 de 4 de noviembre de 2013 (Acción Coactiva)

PRINCIPALES RESOLUCIONES APROBADAS POR EL DIRECTORIO

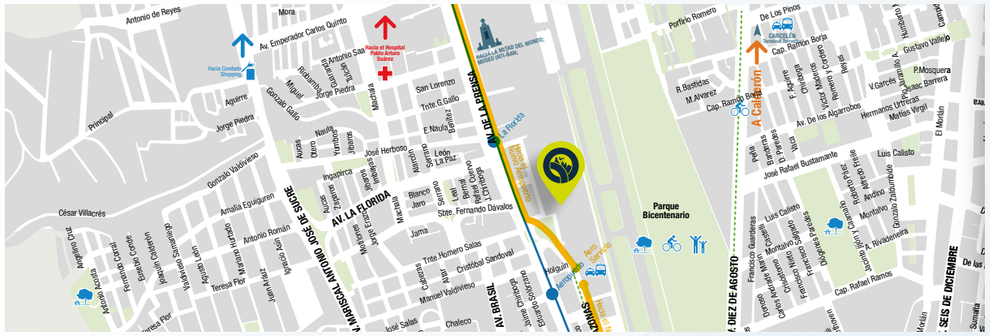
PERIODO 2012-2013		
N°	**DESCRIPCIÓN**	**FECHA**
339-GG-LEC-2012	Aprobación Plan Anual de Contrataciones 2012	11-01-2012
358-GG-LEC-2012	Ampliación Giro Específico del Negocio –INCOP-	07-02-2012
372-GG-LEC-2012	Reglamento Telefonía Móvil y Bases Celulares	28-02-2012
376-GG-LEC-2012	Organización y difusión de Noches Patrimoniales 2012	29-02-2012
379-GG-LEC-2012	Desarrollo y producción línea Merchandising de Quito	07-03-2012
390-GG-LEC-2012	Organización Encuentro Internacional Empresas Públicas	19-03-2012
398-GG-LEC-2012	Políticas comerciales unidades de negocio –eventos-	12-04-2012
438-GG-LEC-2012	Adjudicación para diseño bases modelo Aeropuerto	05-07-2012
448-GG-LEC-2012	Invitación arrendamiento inmuebles La Ronda	24-07-2012
459-GG-LEC-2012	Adjudicación Planes de Gestión Zonas Especiales	07-08-2012
486-GG-LEC-2012	Creación Unidad de Negocio Centro Convenciones E. Espejo	03-09-2012
495-GG-LEC-2012	Elaboración Normativa Turística DMQ	11-09-2012
516-GG-LEC-2012	Adjudicación Oficina de Representación Sudamérica	16-10-2012
541-GG-LEC-2012	Adjudicación Plan Estratégico Segmento RICE	08-11-2012
557-GG-LEC-2012	Reglas Técnicas Específicas Turísticas DMQ	16-11-2012
581-GG-LEC-2012	Creación Juzgado de Coactivas y Títulos de Crédito	12-12-2012
596-GG-LEC-2013	Aprobación Plan Anual de Contrataciones 2013	11-01-2013

652-GG-LEC-2013	Operación Turística Latinoamérica FAM TRIP	05-03-2013
654-GG-LEC-2013	Operación Turística Europa	05-03-2013
659-GG-LEC-2013	Estrategia Promoción Nacional	07-03-2013
688-GG-LEC-2013	Operación Turística EEUU	28-03-2013
701-GG-LEC-2013	Reglamento General Distintivo Q	08-04-2013
722-GG-LEC-2013	Planes comerciales de Eventos y de Negocios El Quinde	17-04-2013
724-GG-LEC-2013	Organización Encuentro Iberoamericano Ciudades Digitales	19-04-2013
747-GG-LEC-2013	Adecuaciones Centro de Convenciones Bicentenario	06-06-2013
767-GG-LEC-2013	Creación Unidad de Negocio Centro de Eventos Bicentenario	05-07-2013
771-GG-LEC-2013	Selección Socio Estratégico Centro de Convenciones de Quito	15-07-2013
781-GG-LEC-2013	Capacitación Turística establecimientos La Mariscal	29-08-2013
794-GG-LEC-2013	Organización y logística TMLA	02-08-2013
866-GG-LEC-2013	Organización evento Producto Culinario DMQ	04-10-2013
902-GG-LEC-2013	Servicio Comunicación Digital y Página Web	28-11-2013

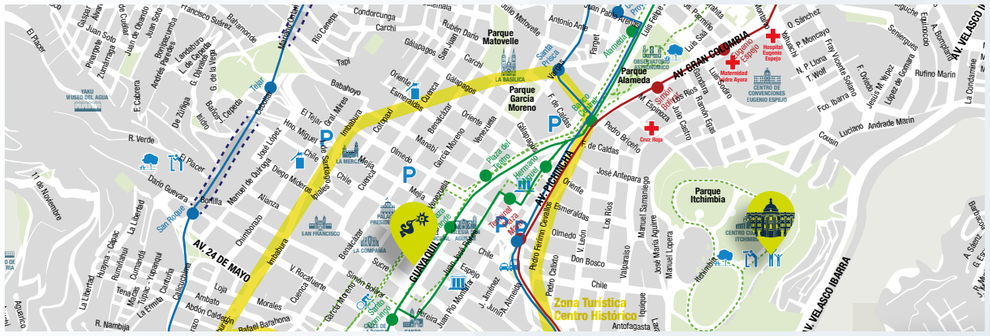
Ubicación geográfica

La sede principal de Quito Turismo es el Centro de Eventos Bicentenario, actualmente está ubicada en la Av. Amazonas N79-39 y Av. De la Prensa (Antiguo Aeropuerto). Tiene dos unidades de negocio: El Quinde está ubicada en la planta baja del Palacio Municipal frente a la Plaza Grande, y el Centro de Convenciones Eugenio Espejo, ubicado en la calle Sodiro y Valparaiso (atrás de la Maternidad Isidro Ayora

NORTE



CENTRO

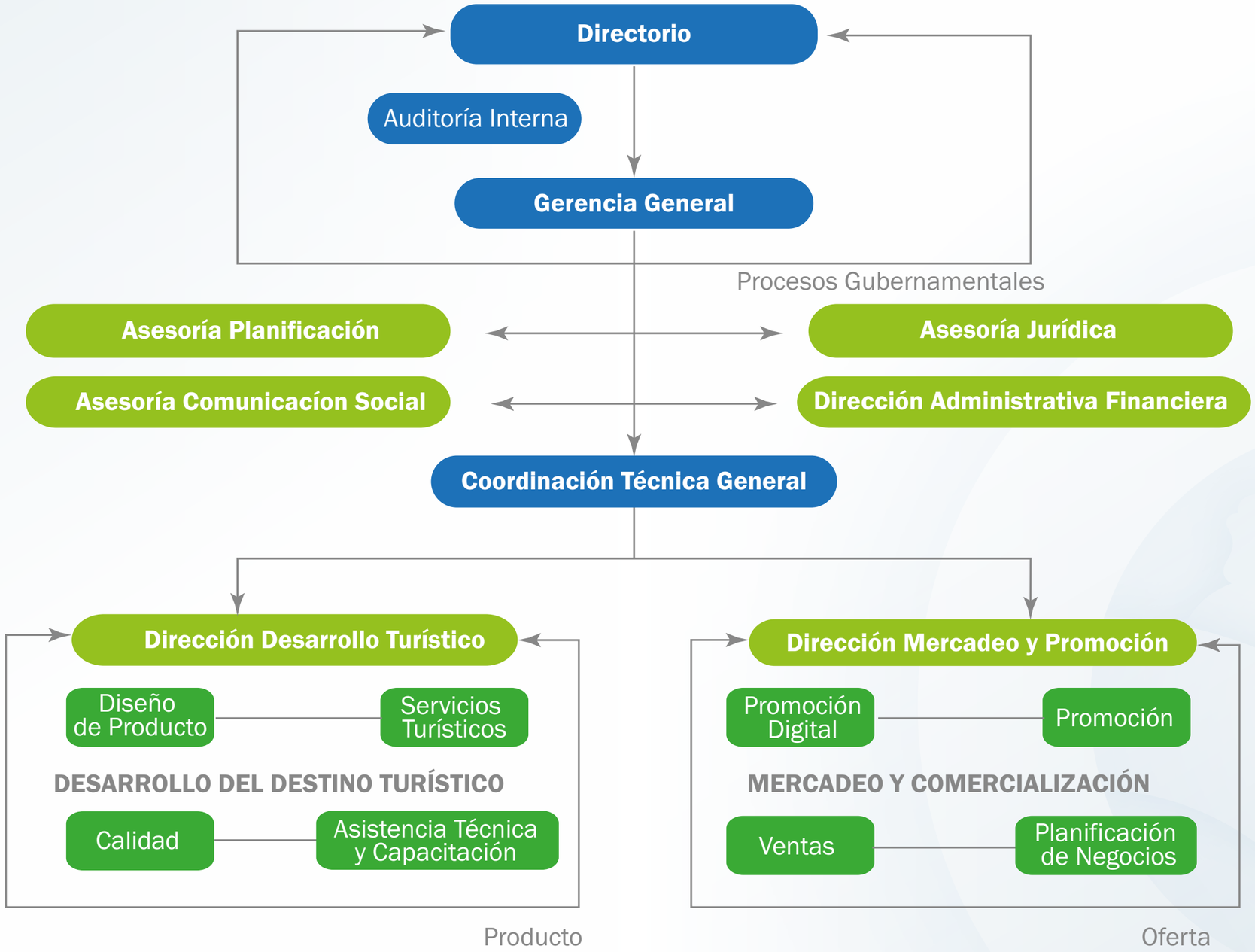


Quito Turismo

Tienda el quinde

CENTRO DE CONVENCIONES Eugenio Espejo

Operación de QUITO TURISMO



QUITO TURISMO: MEJORANDO EL MODELO

El modelo que busca implementar Quito Turismo es el de una Organización de Gestión de Destino (OGD), modelo actual que es reconocido y aplicado ya en varias ciudades a nivel internacional como Madrid, Barcelona, Nueva York o Berlín. Quito Turismo es una OGD que cumple con dos condiciones fundamentales:

1. **Diseño y Desarrollo de productos**

2. **Promoción y Comercialización de la oferta turística**

Estas funciones están interrelacionadas, no actúan de manera aislada y deberán estar alineadas a una planificación a largo plazo (estratégica), a los objetivos de la ciudad, así como estar en contacto con otros sectores que actúan en la ciudad: la provincia, el país, el sector privado, el sector productivo no turístico, el sector social, la academia (universidades), asociaciones, etc. Estas condiciones deben tomar en cuenta los tres principios fundamentales de la sostenibilidad, si se quiere tener un desarrollo turístico a largo plazo: la rentabilidad económica, la inclusión social y cultural de las poblaciones locales y el equilibro con el ambiente y el territorio.

El Diseño y desarrollo de productos se alimenta de la planificación y de la inteligencia de mercados para definir las líneas de producto que: mejor sirven a las políticas y objetivos de la ciudad, y de ellas, las que mejor se empatan con los mercados actuales y potenciales de la ciudad. Diseño y desarrollo funcionan en doble dirección: recibiendo y promoviendo, para ser efectivas.

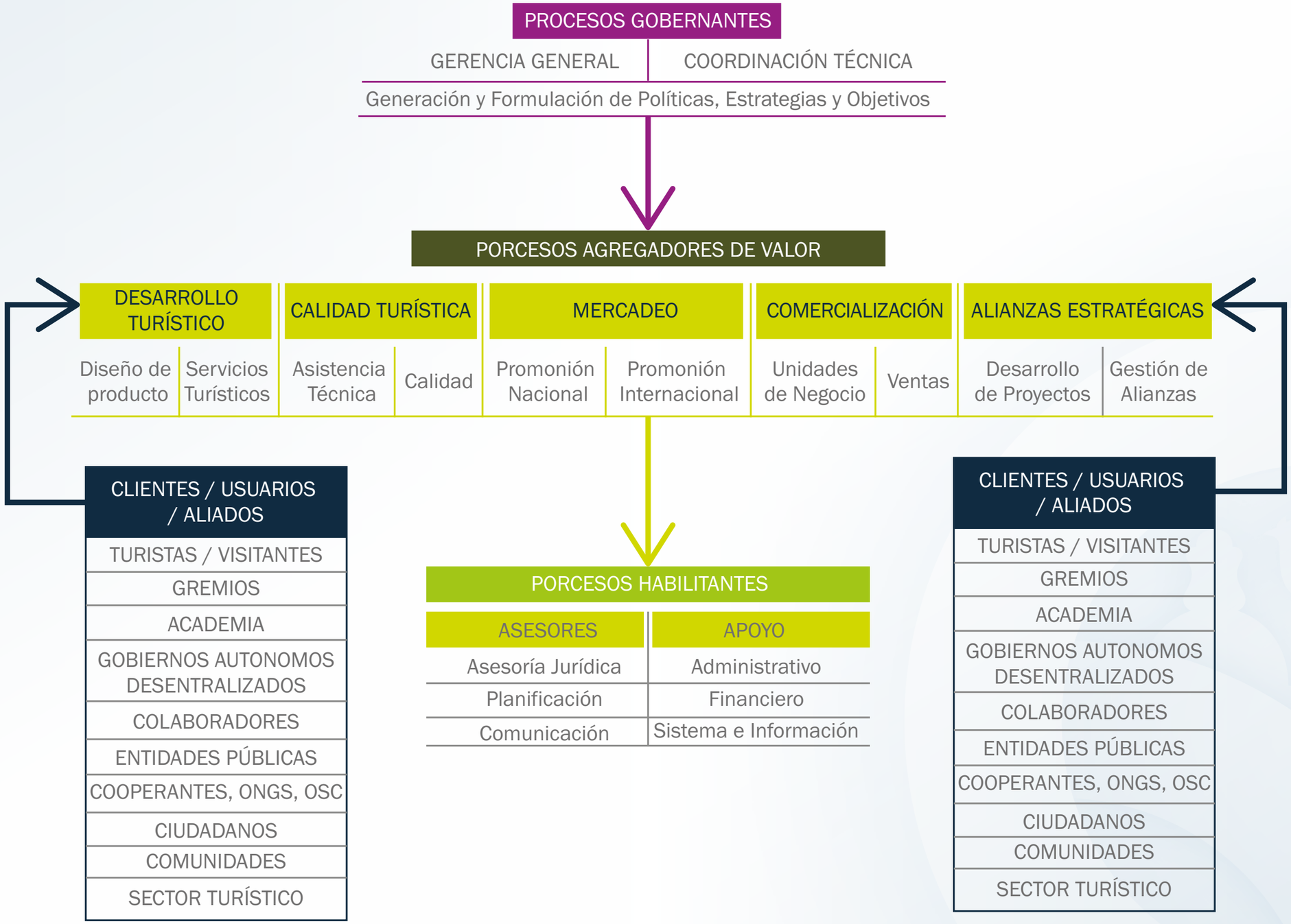
El Diseño y desarrollo incluye la planificación necesaria para hacer "promoción de inversiones" no solamente por condiciones favorables, sino por ideas de negocio innovadoras que complementan y diferencian el producto turístico de la ciudad al tiempo que diversifican y fortalecen el tejido socioeconómico.

Es necesario que el Diseño y Desarrollo incluya la asistencia técnica, el control y la regulación. La asistencia técnica para la creación de nuevos productos, para trabajar con las comunidades, con las parroquias, con las administraciones zonales, con las Zonas Especiales de Turismo, para identificar y satisfacer necesidades de capacitación específica y también para favorecer la implantación de los nuevos productos, programas de calidad, especializaciones, Clubes de Producto, etc. El Control y la regulación se encargarán de asegurar el cumplimiento de las normas técnicas (obligatorias), así como de los mínimos de calidad comunes.

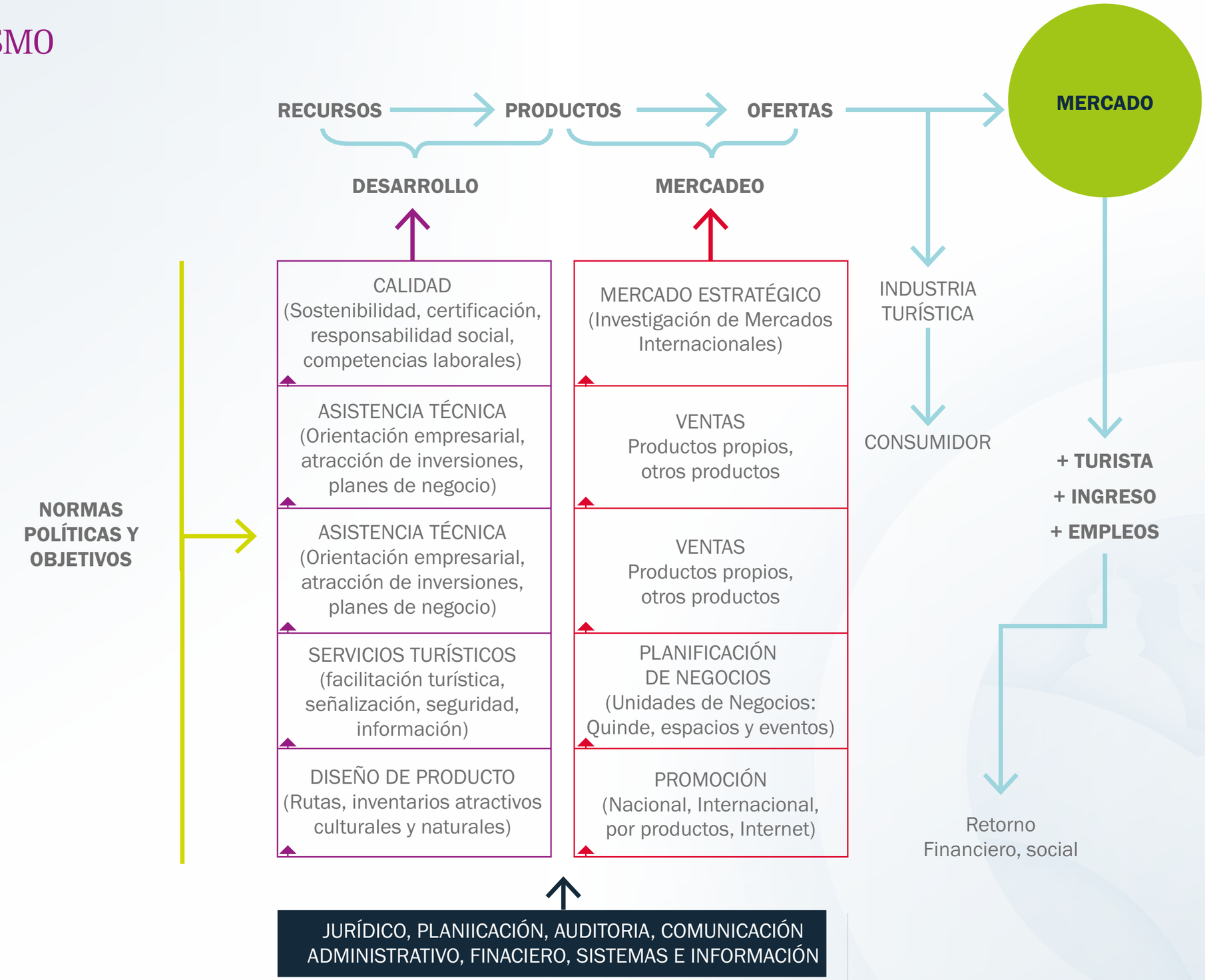
La OGD se convierte en el "filtro" para los proyectos turísticos que reciben financiamiento tanto público como privado, con sujeción a la planificación y estándares de la ciudad, y que se formulan tomando en cuenta todos los aspectos técnicos, ambientales, sociales culturales y financieramente relevantes desde el punto de vista del destino.

Promoción y comercialización: Se deriva de un manejo transversal y profundo de todo lo anterior. En esta función se incluye todo lo que tiene con crear valor para la ciudad, de manera general o específica, por segmentos productos etc. Convention Bureaus, Buses Turísticos, Tarjetas Turísticas, Clubes de Productos, equipamientos e infraestructuras para reuniones, convenciones, eventos, venta de entradas a espectáculos, operación de rutas turísticas, etc., todo son productos ciudad que normalmente se comercializan desde esta función, SIEMPRE con un objetivo claro: GENERAR RECURSOS Y GENERAR VALOR PARA LA CIUDAD, que es el valor agregado que la OGD puede dar frente a una operación netamente privada. Asimismo la investigación de mercados debe articularse con todas la demás.

Propuesta de Valor de QUITO TURISMO



Operación
QUITO TURISMO



Código ético mundial PARA EL TURISMO







La empresa Quito Turismo, se encuentra afiliada desde el año 2009 a la Organización Mundial del Turismo OMT, por lo tanto se ha adherido a sus principios y al Código Ético Mundial para el turismo, a continuación presentamos un extracto de sus elementos más importantes:

Adoptado por la Resolución A/RES/406(XII) de la Decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999).

PREÁMBULO

Nosotros, los Miembros de la Organización Mundial del Turismo (OMT), representantes del sector turístico mundial, delegados de estados, territorios, empresas, instituciones y organismos reunidos en Asamblea General en Santiago de Chile el 1 de octubre de 1999,

Afirmamos el derecho al turismo y a la libertad de desplazamiento turístico, expresamos nuestra voluntad de promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada, y Proclamamos solemnemente con ese fin los principios del Código Ético Mundial para el Turismo.

ARTÍCULO 1
Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades

La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.

ARTÍCULO 2
El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.

ARTÍCULO 3
El turismo, factor de desarrollo sostenible

Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras

ARTÍCULO 4
El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad

Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.

ARTÍCULO 5
El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino

Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

ARTÍCULO 6
Obligaciones de los agentes del de arrollo turístico

Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia. Además, asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas de los contratos que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio y a la calidad de las prestaciones que se comprometen a facilitar como a las compensaciones financieras que les incumban en caso de ruptura unilateral de dichos contratos por su parte

ARTÍCULO 7
Derecho al turismo

La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta. La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno.

ARTÍCULO 8
Libertad de desplazamiento turístico

Con arreglo al derecho internacional y a las leyes nacionales, los turistas y visitantes se beneficiarán de la libertad de circular por el interior de sus países y de un Estado a otro, de conformidad con el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y podrán acceder a las zonas de tránsito y estancia, así como a los sitios turísticos y culturales sin formalidades exageradas ni discriminaciones.

ARTÍCULO 9
Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico

Bajo la supervisión de las administraciones de sus Estados de ori gen y de los países de destino, se garantizarán especialmente los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico y de las actividades conexas, habida cuenta de las limitaciones específicas vinculadas a la estacionalidad de su actividad, a la dimensión global de su sector y a la flexibilidad que suele imponer la naturaleza de su trabajo.

ARTÍCULO 10
Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva

Para revisar la versión completa del Código Ético Mundial para el Turismo, favor chequear: *http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf*

Auditoría

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico fue objeto de un examen especial de auditoría por parte de la Contraloría General del Estado denominada "OPERACIONES ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS, EN EL CUAL SE CONSIDERARÁ LA LICITACIÓN LP-EMQT-0001-2009, PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN INTEGRAL DEL EVENTO FORO BIARRITZ." comprendida entre el periodo 20/02/2009 al 31/08/2010, como resultado de ello se efectuaron nueve recomendaciones que han sido cumplidas al 100% de conformidad al informe de auditoría entregado a la institución.

El 30 de octubre de 2012 mediante oficio N° 001396 la Gerente General de Quito Turismo solicita a la Contraloría General del Estado en el Plan Anual de Control del año 2013 se incluya la realización de una auditoría financiera y de gestión de las actividades que realiza la empresa.

El 21 de Noviembre de 2012 mediante oficio N° 30749-CPyEI el Arq. Fernando Maldonado López Subcontralor de Estado Subrogante se manifiesta indicando que se ha dispuesto a la Dirección de Auditoría de Desarrollo Seccional y Seguridad Social considere nuestro pedido en el plan anual del próximo año.

Es importante mencionar que la empresa no posee una Unidad de Auditoría Interna dentro de la institución, sin embargo contamos con el área de control previo que dedica al 100% su trabajo en la revisión y control de la documentación precontractual y contractual de los trámites que llegan a la Dirección Financiera, para lo cual se aplica las Normas de Control Interno emitidas por la Contraloría General del Estado y los instrumentos legales que permitan un control y manejo adecuado.

MONITOREOS LEY DE TRANSPARENCIA Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

AÑO 2012

N.	MES DEL MONITOREO	FECHA DE ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN A MONITOREAR	CALIFICACIÓN OBTENIDA EN CADA MIONITOREO
1	Abril de 2012	Actualizada al último día del mes de marzo 2012	66,60%
2	Julio de 2012	Actualizada al último día del mes de junio 2012	90,60%
3	Octubre de 2012	Actualizada al último día del mes de septiembre 2012	83,00%
4	Enero de 2013	Actualizada al último día del mes de Diciembre 2012	89,15%
		PROMEDIO ANUAL DEL MONITOREO	**82,34/100**

AÑO 2013

N.	MES DEL MONITOREO	FECHA DE ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN A MONITOREAR	CALIFICACIÓN OBTENIDA EN CADA MIONITOREO
1	Abril de 2013	Actualizada al último día del mes de marzo 2013	83%
2	Julio de 2013	Actualizada al último día del mes de junio 2013	99,80%
3	Octubre de 2013	Actualizada al último día del mes de septiembre 2013	96,70%
4	Enero de 2014	Actualizada al último día del mes de diciembre 2013	
		PROMEDIO ANUAL DEL MONITOREO	

Mecanismo de control de conflicto de interés

Como empresa pública se sujeta a leyes y reglamentos que norman y regulan sus competencias. Entre los principales reguladores de conflictos están:

- **SERCOP (Servicio Nacional de Contratación Pública).**
- **Reglamentos internos de Quito Turismo.**
- **Ley Orgánica de Empresas Públicas (Articulo 14).**
- **Normativa Metropolitana**

Mecanismos de evaluación al cuerpo de gobierno

Existe un Cuadro de Mando Integral, el cual incluye los objetivos estratégicos empresariales con un monitoreo anual de su ejecución y cumplimiento. Se realiza al menos una rendición de cuentas anual, donde se informa a la ciudadanía sobre la ejecución que la empresa ha desarrollado en base a sus competencias en temas turísticos en el DMQ.

Mecanismos para control de gestión

La gestión es controlada con un seguimiento mensual del Plan Operativo Anual, que se fundamenta en un presupuesto asignado y recursos propios.

Membresías

Quito Turismo cuenta con las siguientes membresías:

OMT: *La Organización Mundial del Turismo* es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible. Quito Turismo es miembro y uno de sus beneficios en la información estadística y tendencias del mercado turístico de fuente directa.

Buro de Convenciones e Incentivos de Quito: El Buró de Convenciones e Incentivos de Quito es una organización independiente que agrupa y coordina a los diferentes sectores de la actividad turística del Ecuador y afines, involucrados en la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivos y eventos nacionales e internacionales como son los recintos feriales y centros de exposiciones, hoteles, aerolíneas, mayoristas y agencias de viajes, operadores turísticos, gremios, organizadores profesionales de eventos, servicios, etc.

Esta organización cuenta con el apoyo de los organismos oficiales del sector, como son el Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Municipio de Quito, Cámara Provincial de Turismo.

http://www.eventosquitoecuador.com/nosotros.html#sthash.YRr5Yrcr.dpuf)

USTOA: *United States Tour Operators Association* es una asociación profesional que representa a la industria del operador turístico en los Estados Unidos. Las empresas asociadas de USTOA son responsables de la mayoría de los tours y paquetes vacacionales vendidos por las agencias de viajes en los EE.UU. Quito Turismo es miembro de USTOA y participa activamente en su reunión anual en diciembre mediante citas de negocios con actores del trade y prensa de EE.UU.

LATA UK/Irlanda: Es un organismo que fue fundado para promover el turismo en Latinoamérica. La Asociación reúne cerca de 200 compañías, incluyendo hoteles, cruceros, operadores de viaje, mayoristas, aerolíneas y Cámaras de Turismo.

Es una organización independiente que agrupa y coordina a los diferentes sectores de la actividad turística del Ecuador y afines, involucrados en la realización de congresos, conven-

ciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivos y eventos nacionales e internacionales como son los recintos feriales y centros de exposiciones, hoteles, aerolíneas, mayoristas y agencias de viajes, operadores turísticos, gremios, organizadores profesionales de eventos, servicios, etc.

Esta organización cuenta con el apoyo de los organismos oficiales del sector, como son el Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Municipio de Quito, Cámara Provincial de Turismo. Su Directorio está conformado por ejecutivos de diferentes sectores que se han dedicado de manera constante y sistemática a promover y apoyar este tipo de actividades, convencidos de que es una estupenda alternativa para el desarrollo económico de una ciudad siendo Quito Turismo uno de ellos.

LateinAmerika: Asociación Alemana que desde hace más de 25 años promociona el Turismo en los países latinoamericanos. Alrededor de 70 Miembros de todas las secciones del Turismo, son parte de esta institución y trabajan en conjunto para mejorar y comprender el significado de este universo cultural y natural tan único, que es Latinoamérica. Quito Turismo fue miembro de esta organización desde el 2008 hasta el 2010. En la actualidad ya no somos miembros.

ATTA: *Adventure Travel Trade Asssociation,* asociación mundial de turismo de aventura, representa a una próspera comunidad de más de 700 negocios responsables, destinos y medios de comunicación, enfocados en la sostenibilidad y la justicia.

Los miembros que abarcan seis continentes y más de 60 países, incluyen a tour operadores, organizaciones comerciales de destinos, oficinas de turismo, agentes especializados de viajes de aventura, guías, alojamiento, medios de comunicación y proveedores de servicios. Quito Turismo es miembro como destino de aventura, difundiendo sus atractivos y oferta a través de boletines que ATTA distribuye a sus afiliados.

Los miembros que abarcan seis continentes y más de 60 países, incluyen a tour operadores, organizaciones comerciales de destinos, oficinas de turismo, agentes especializados de viajes de aventura, guías, alojamiento, medios de comunicación y proveedores de servicios. Quito Turismo es miembro como destino de aventura, difundiendo sus atractivos y oferta a través de boletines que ATTA distribuye a sus afiliados.

Reconocimientos

- **La Empresa Metropolitana Quito Turismo, en conjunto con otras organizaciones públicas y privadas, ha facilitado que la ciudad de Quito sea incluida en el periódico The New York Times “1.000 places to see before you die” en el 2012. Además ha sido reconocida por las siguientes instituciones:**

- **UDLA. 25-Octubre-2012. Reconocimiento apoyo mantener tradiciones culinarias en Quito**

- **QUITO HONESTO. 23-Abril-2012. Sello y Certificación de Transparencia 2011 (88,10/100)**

- **SCOUTS DEL ECUADOR. 2-Septiembre-2012. Apoyo a la educación en valores de la niñez y juventud del Ecuador.**

- **PLAN INTERNACIONAL ECUADOR. 29-Octubre-2012. Adhesión y compromiso con la Campaña “Por ser Niña”.**

- **I LAN. Noviembre-2011. Apoyo evento Discover Ecuador 2011.**

- **MULTIMEDIOS 106. 2-Diciembre-2011. Institución Quiteña de Honor.**

- **UCT. 14-Abril-2011. Reconocimiento “Tierra de Luz”, labor a favor del desarrollo turístico del Ecuador.**

- **HUAIRASINCHI. 2011. Ruta del Agua.**

- **TRAVEL MART LATIN AMERICA 2011.**

- **QUITO HONESTO.Junio-2010. Sello de Transparencia (93/100).**

Estrategias

Mediante la realización de un taller de trabajo, se formularon los objetivos estratégicos de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo. Conforme la metodología del Balanced Scorecard, a continuación se establece los objetivos estratégicos de Quito Turismo:

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
VALOR PÚBLICO	Incrementar el índice de satisfaccion y experiencia del turista en el destino	Incrementar el impacto económico del turismo en DMQ	Mejorar la posición en el ranking de ciudades sedes en latinoamerica
FINANCIERA	Incrementar el índice de autonomía financiera		Optimizar el uso de los recursos financieros de la empresa
PROCESOS	Incrementar la percepcion positiva de la imagen corporativa de Quito Turismo		Incrementar la eficiencia organizacional
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Mejorar el clima laboral		

TABLA DE INDICADORES Y METAS PARA MEDIR OBJETIVOS DE CONTRIBUCIÓN DE ALTO NIVEL

#	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	INDICADORES	METAS
1	**INCREMENTAR EL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN Y EXPERIENCIA DEL TURISTA EN EL DESTINO (VP)**	1. Implementar productos turísticos innovadores. 2. Desarrollar una gestión y coordinación adecuadas de facilitación turística. 3. Implementar parámetros de calidad para la oferta turística del Distrito Metropolitano de Quito. (Desarrollar mecanismos de evaluación y control desde los actores involucrados)	Índice promedio de Satisfacción y experiencia del Turista en el Destino	85% de satisfacción del visitante no residente
			Número de establecimientos turísticos regulados y controlados	4,254 establecimientos regulados y controlados
2	**INCREMENTAR EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL DMQ**	1. Aumentar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino 2. Identificar y desarrollar nichos de mercado 3. Desarrollar la estrategia digital para comercializar el destino y sus productos. 4. Desarrollar ofertas turísticas competitivas 5. Generar un modelo de gestión de proyectos rentables.	Porcentaje de proyectos con impacto de plazas de trabajo directas e indirectas	100% de proyectos con impacto de plazas de trabajo directas e indirectas generadas
			Índice promedio de Estancia Media Hotelera del visitante en el DMQ	1.6 días de estancia media promedio
			Monto de gasto promedio del visitante no residente en el DMQ	USD 600 por visitante no residente
3	**MEJORAR LA POSICIÓN EN EL RANKING DE CIUDADES SEDES EN LATINOAMÉRICA**	1. Establecer alianzas estratégicas con el sector privado 2. Promocionar al DMQ en el segmento especializado RICE (reuniones, Incentivos, congresos y eventos)	Posición de la ciudad como destino turístico a nivel regional (Latinoamérica)	Novena posición a nivel regional
			Porcentaje de convenios suscritos con la industria turística (respecto a los requeridos)	100% de convenios suscritos requeridos
			Número de participaciones en ferias y Road Shows internacionales en los mercados potenciales	87 ferias programadas

4	**INCREMENTAR EL ÍNDICE DE AUTONOMÍA FINANCIERA (F)**	1. Mejorar el nivel de recaudación 2. Desarrollar proyectos de autogestión financiera	Porcentaje de incremento del Índice de recaudación	10% de incremento
			Monto de ingresos por concepto de autogestión del área comercial en el presupuesto de la empresa.	$ 1`001.444,40 de ingresos de autogestión en el Presupuesto de la empresa desde el área Comercial
5	**OPTIMIZAR EL USO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA**	1. Mejorar el uso eficiente de los recursos	Porcentaje de Presupuesto comprometido Institucional (compromiso de Gasto / Monto Codificado anual)	100% del presupuesto comprometido respecto al presupuesto codificado
			Porcentaje de Presupuesto devengado Institucional (Monto Devengado / Monto Codificado)	100% del presupuesto devengado respecto al presupuesto codificado
			Porcentaje de Pagos realizados conforme el presupuesto Institucional (Monto Pagado / Monto Codificado)	100% de pagos realizados respecto al presupuesto codificado
6	**INCREMENTAR LA PERCEPCIÓN POSITIVA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE QUITO TURISMO (P)**	1. Implementar mecanismos de comunicación efectiva de las actividades de la empresa	Índice de Percepción pública de Quito Turismo	8 puntos
			Número de seguidores en redes sociales	30,000 seguidores en redes sociales
		2. Mejorar la gestión de la Comunicación con medios, usuarios y sector turístico 3. Actualizar los Sistemas informáticos e infraestructura tecnológica de la información turística, páginas web y estrategias de redes sociales.	Índice de cumplimiento LOTAIP	100%
7	**INCREMENTAR LA EFICIENCIA ORGANIZACIONAL (P)**	1. Levantar y mejorar procesos 2. Generar un manual de proceso 3. Automatizar procesos de servicio y atención al cliente, así como los procesos de monitoreo, seguimiento y evaluación de los reportes de gestión y rendición de cuentas 4. Implementar y dar seguimiento al manual de procesos 5. Adoptar un sistema de Gestión documental, Información financiera y comercial.	Porcentaje de procesos mejorados	100% de procesos mejorados programados
			Porcentaje de procesos que no agregan valor.	0% de procesos que no agregan valor al cliente ni a la gestión de QT
			Porcentaje de avance, implementación de Manual de Procesos	Manual de Procesos implementado al 100%
8	**MEJORAR EL CLIMA LABORAL (FC)**	1. Generar en el talento humano mayor cultura de pertenencia a la institución y a la ciudad. 2. Establecer un ambiente laboral agradable 3. Implementar un sistema de comunicación interna eficiente 4. Crear un plan de carrera y capacitación para el talento humano 5. Generar un manual de clasificación de puestos	Índice de Clima Laboral	80% del personal en rango de Buen Clima Laboral
			Calificación promedio de evaluación de desempeño	85% de calificación promedio

Indicadores de desempeño

Derechos Humanos

Derechos Humanos



Quito Turismo es una empresa comprometida que promueve, reconoce y respeta los derechos y garantías establecidos en la Constitución y el ordenamiento jurídico local, nacional e internacional. La sujeción, por ejemplo, a instrumentos internacionales como los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que establece la Organización de las Naciones Unidas (10 de diciembre de 1948), ha sido una realidad evidente. Durante el período 2012 – 2013 no se reportó ningún tipo de incidente referente a los indicadores de desempeño relacionados con los Derechos Humanos, tales como discriminación, libertad de asociación, explotación infantil.

Metas – Compromisos

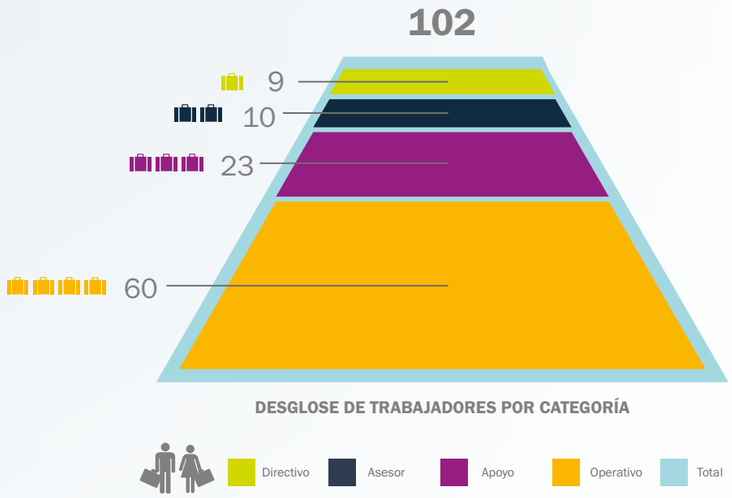
Quito Turismo, incorporará en su reglamento interno, en el capítulo referente a derechos de los servidores, disposiciones relacionadas a fomentar y respetar los Derechos Humanos.

Relaciones con los colaboradores

Composición

DESGLOSE DE TRABAJADORES POR CATEGORÍA

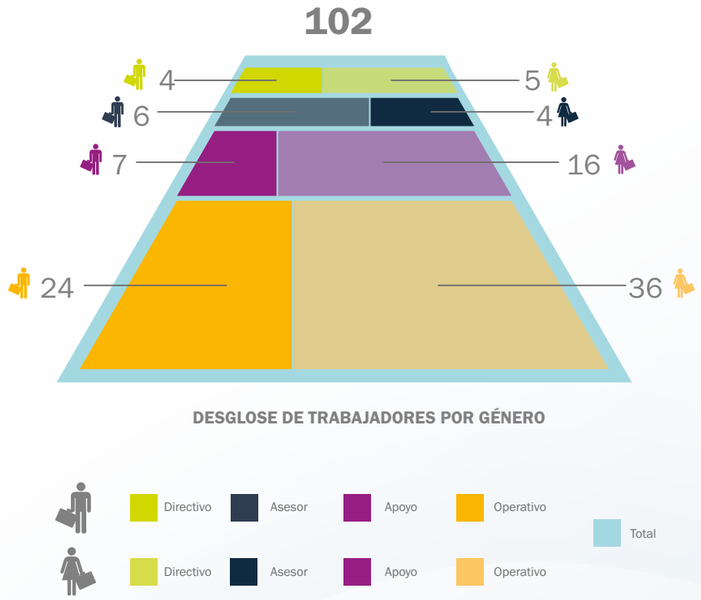
Directivo	9
Asesor	10
Apoyo	23
Operativo	60
TOTAL	**102**



DESGLOSE DE TRABAJADORES POR CATEGORÍA

DESGLOSE DE TRABAJADORES POR GÉNERO

Directivos hombres	4
Directivos mujeres	5
Asesor hombres	6
Asesor mujeres	4
Administrativos hombres	7
Administrativos mujeres	16
Operativos hombres	24
Operativos mujeres	36
TOTAL	**102**



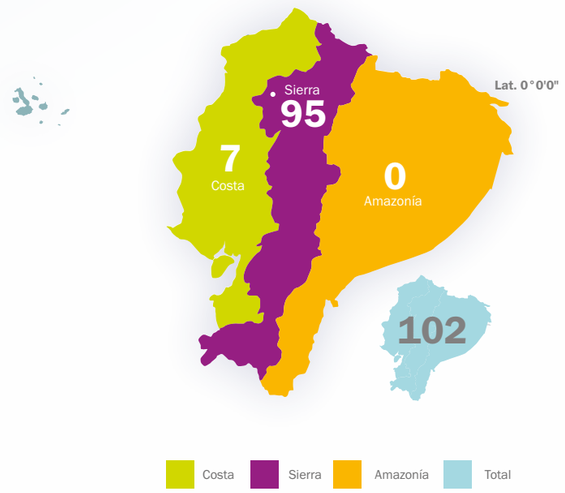
DESGLOSE DE TRABAJADORES POR GÉNERO

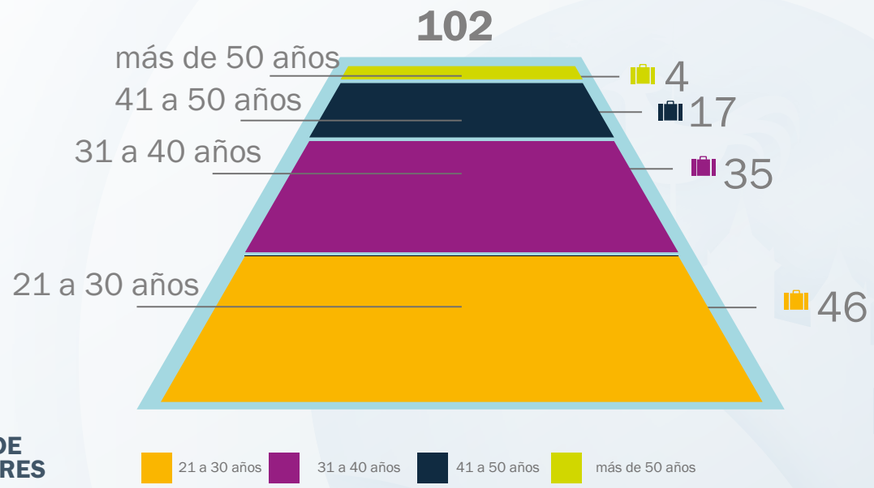
Del total de los colaboradores de Quito Turismo, el 60% está inserto en el nivel operativo

DESGLOSE DE TRABAJADORES POR REGIÓN

Costa	7
Sierra	95
Oriente	0
TOTAL	**102**

El 93% de los trabajadores de Quito Turismo proviene de la Sierra.





DESGLOSE DE TRABAJADORES POR EDAD

De 21 a 30	46
De 31 a 40	35
De 41 a 50	17
más de 50 años	4
TOTAL	**102**

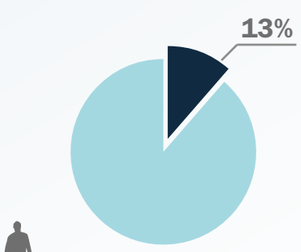
Las personas de 21 a 30 años de edad representan el 45% de los trabajadores de Quito Turismo

DISTRIBUCIÓN DE SUELDOS POR GÉNERO

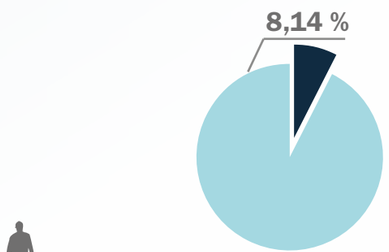
Directivos hombres	POR SU NATURALEZA DE EMPRESA PÚBLICA, EXISTE UNA ESCALA SALARIAL ÚNICA E INDEPENDIENTE DEL GÉNERO
Directivos mujeres	
Asesor Hombres	
Asesor Mujeres	
Apoyo hombres	
Apoyo mujeres	
Operativos hombres	
Operativos mujeres	

ÍNDICE SALARIO MENOR DE LA EMPRESA VS. SALARIO DIGNO VIGENTE A DIC 2013 (MENSUAL A RECIBIR)

Mínimo	$ 617
Máximo	$ 4.500



Rotación anual de personal 2012



Rotación anual de personal 2013

NÚMERO O PORCENTAJE DE EMPLEADOS MIEMBROS DE ASOCIACIÓN	no se cuenta con una asociación

Canales de comunicación

Quito Turismo para transparentar sus actividades entre sus colaboradores, cuenta con un sistema de comunicación interna y periódicamente realiza reuniones y emite comunicaciones a través de correos electrónicos, boletines e informativos.

La cartelera es una herramienta fundamental para la comunicación interna, pues en ella publicamos la gestión de cada una de las áreas, datos importantes sobre nuestra ciudad e información relevante sobre lo sucedido con el personal. La cartelera es actualizada cada 15 días.



SSO

La Empresa Metropolitana Quito Turismo al momento cuenta registros actualizados y procedimientos claros para temas relacionados con enfermedad, accidentabilidad y ausentismo de sus servidores.

Capacitación

CAPACITACIÓN AL PERSONAL DE QUITO TURISMO 2012/2013

NIVEL DIRECTIVO

TEMÁTICA	DURACIÓN (HORAS)	N° PERSONAS
Taller Trabajo en Equipo y Comunicación	20	9
Charla Motivacional	4	7
Ventas	16	1
Desarrollo de Competencias de Comunicación y manejo de conflictos	8	1
Gestión y Control Presupuestario para el Sector Público	16	1
Marketing: de lo estratégico a lo digital	8	2
Coaching	20	2
Productos Turísticos	4	1
Agenda Digital	240	1
TOTAL	**336**	**25**

NIVEL ASESOR

TEMÁTICA	DURACIÓN (HORAS)	N° PERSONAS
Taller Trabajo en Equipo y Comunicación 8 horas	20	8
Charla Motivacional 4 horas	4	5
Marketing: de lo estratégico a lo digital	8	2
Especialización Derecho Administrativo	1 año	2
Contratación Pública	8	2
TOTAL	**40 / 1AÑO**	**19**

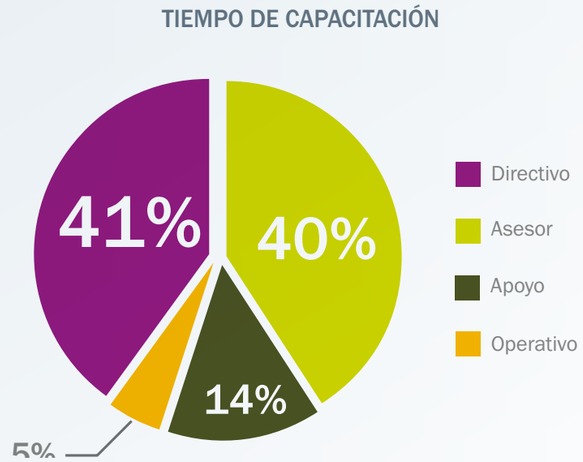
NIVEL OPERATIVO

TEMÁTICA	DURACIÓN (HORAS)	N° PERSONAS
Socialización Plan Estratégico	8	58
Técnicas Actualizadas de Redacción y Ortografía	5	30
Taller Trabajo en Equipo y Comunicación	20	58
Charla Motivacional	4	58
Ventas y servicios en locales comerciales	20	12
Ventas y Servicio al Cliente	16	13
Desarrollo de Competencias de Comunicación y manejo de conflictos	8	23
Marketing: de lo estratégico a lo digital	8	24
Photoshop/Indesing	8	1
Excelencia atención al cliente	11	8
Productos Turísticos	4	7
Procesos Administrativos y Financieros	6	50
TOTAL	**118**	**342**

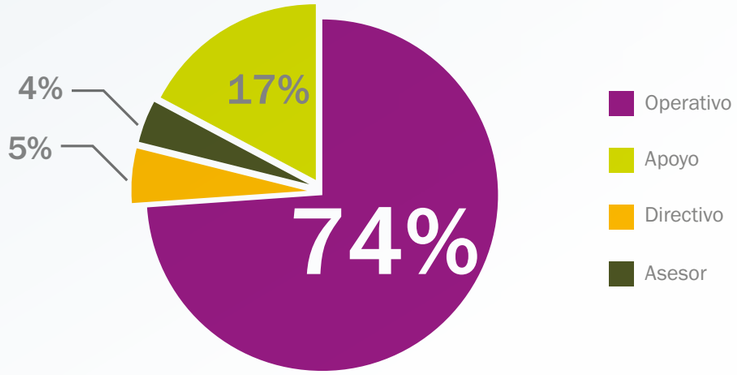
NIVEL DE APOYO

TEMÁTICA	DURACIÓN (HORAS)	N° PERSONAS
Socialización Plan Estratégico	8	15
Técnicas Actualizadas de Redacción y Ortografía	5	8
Taller Trabajo en Equipo y Comunicación	8	15
Charla Motivacional 4 horas	4	15
Formación actualizada en secretariado ejecutivo	8	1
Evaluación de desempeño	16	1
Actualización tributaria	8	1
Gestión y Control Presupuestario para el Sector Público	16	2
Contratación Pública	16	3
Excelencia atención al cliente	8	3
Agenda Digital	240	1
Procesos Administrativos y Financieros	6	15
TOTAL	**343**	**80**

Tiempo de Capacitación



El 41% del tiempo de capacitación de la empresa fue dirigido al nivel de Apoyo



El 74% de las personas que asistieron a los talleres y actividades de capacitación pertenecen al nivel operativo de la empresa

Número de actividades y talleres de capacitación	**35**
Total de horas capacitación Quito Turismo	**837**
Promedio de talleres por persona	**8**
Inversión en Capacitación	**$ 54,981.69**

Evaluación y Retroalimentación

A finales del año 2013 se realizó la evaluación de desempeño, con el propósito de medir el rendimiento de cada funcionario sobre parámetros cuantitativos y cualitativos. En el primer caso se relacionan directamente con indicadores definidos en base a las funciones de cada uno de los puestos, mientras que los cualitativos, se los evalúa a través de competencias definidas para cada puesto.

El objetivo central es identificar las habilidades, capacidades y debilidades, a fin de proyectar su línea de carrera, efectuar compensaciones, promociones y determinar necesidades de capacitación.

Retornos

Al finalizar el año 2013, el porcentaje de calificación referente al desempeño institucional alcanzó el 90%, superando los objetivos planteados.

Metas - Compromisos

Entre los compromisos y metas que se tiene para el 2014, es el desarrollo de un manual de procesos, mejorar los canales de comunicación, seguir con la capacitación al personal de la empresa. Se ha incorporado para el año 2014, un presupuesto para el sistema de Seguridad y Salud Ocupacional.



Personal de Quito Turismo en taller de capacitación - 2013

Relaciones con la sociedad

Proyectos

Programas que desarrolla QUITO TURISMO

La gestión de Quito Turismo depende del nivel de relacionamiento con los diferentes grupos de interés de la sociedad para alcanzar sus logros y metas. Desde las diferentes áreas técnicas se ejecutan proyectos y actividades que promueven la comunicación, la participación y el trabajo con la comunidad, los visitantes, la ciudadanía y sus representantes. Todos los proyectos desarrollados por Quito Turismo tienen el enfoque de sostenibilidad con acciones planificadas ambientalmente amigables, socialmente justas y económicamente rentables con participación directa de pobladores locales en la prestación de servicios turísticos.

Las áreas de desempeño de la empresa son las detalladas a continuación conjuntamente con el nivel de ejecución técnica y presupuestaria de los proyectos de cada una de ellas al concluir el año 2013.

Comercialización

- 4 Proyectos
- Presupuesto: $2,022,668,40 (codificado)
- Ejecución Técnica 95%
- Ejecución Presupuestaria 1,969,269,15 (97,36% comprometido)

Mercadeo y Promoción

- 5 Proyectos
- Presupuesto: $1,898,654,46 (codificado)
- Ejecución Técnica 94%
- Ejecución Presupuestaria 1,876,466,64 (98,83% comprometido)

Desarrollo y Gestión

- 14 Proyectos
- Presupuesto: $1,388,940,03 (codificado)
- Ejecución Técnica 93%
- Ejecución Presupuestaria 1,327,585,78 (95,58% comprometido)

Fortalecimiento Institucional

- 3 Proyectos
- Presupuesto: $1,943,969,38(codificado)
- Ejecución Técnica 90%
- Ejecución Presupuestaria 1,816,583,82 (93,45% comprometido)

Programa de Desarrollo

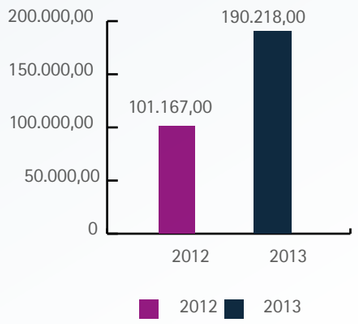
Objetivo: Gestionar el desarrollo de productos/servicios turísticos del Distrito Metropolitano de Quito de manera sostenible para garantizar la experiencia positiva del visitante en el destino.

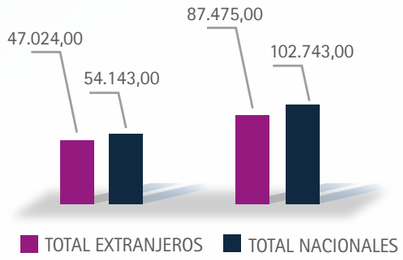
Principales y proyectos y/o actividades

Puntos de Información Turística

El número de visitantes atendidos en los Centros de Información Turística durante el año 2013 se incrementó en un 88% respecto del año 2012.

Comparados los años 2012 y 2013 se evidencia un incremento del número de turistas nacionales e internacionales atendidos en los puntos de información en 86% y 90% respectivamente.





Áreas Protegidas Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangal

El 23 de junio de 2011 mediante Ordenanza Metropolitana N°88, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito declaró a las Microcuencas de los ríos Mashpi, Guaycuyacu y Sahuangal como la primera Área Natural Protegida del Distrito. El área abarca 17.156 hectáreas, ubicada en la parroquia de Pacto. En noviembre del 2012 se firma el Convenio de colaboración interinstitucional entre la Administración General Municipal-Secretaría de Ambiente y la Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo con el objeto de “Posicionar un producto turístico de naturaleza en las Áreas Naturales Protegidas del noroccidente del Distrito, como un mecanismo de diversificación de actividades productivas sustentables”. En el Área de Conservación y Uso Sustentable Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangal, se ha implementado acciones de desarrollo turístico en el ACUS de Mashpi.-Guaycuyacu-Sahuangal. Se ha desarrollado dos destinos turísticos en la zona (Rutas Pacto-Mashpi y Pacto- Sta. Rosa) con las necesarias facilidades para volver al sitio atractivo para los turistas locales, nacionales e internacionales.



60 y PIQUITO:

Este es un programa del Municipio del DMQ, para adultos mayores que ha sido apoyado por la empresa Quito Turismo, que ha puesto a disposición de la comunidad diferentes rutas para dar a conocer la ciudad y sus alrededores.

Dentro de las principales rutas expuestas a la ciudadanía podemos citar las siguientes:

1. **Ruta Quito Papallacta (parroquia de la provincia de Napo, escogida por ser la principal generadora de agua para la capital)**

2. **Ruta escondida (donde se visitan las parroquias de Chavezpamba, Puellaro, Perucho, Atahualpa)**

En el 2013 han participado alrededor de 500 personas en estas rutas, beneficiándose cerca de 5 parroquias rurales, que han sido los proveedores de servicios alimenticios y de guianza, con lo cual se ha generado fuentes de empleo y dinamia en la economía local.







RUTAS TURISTICAS HACIA PARROQUIAS RURALES DEL DMQ

Las parroquias beneficiadas en estas rutas turísticas han sido Nanegal, Pacto Gualea, Nono, Lloa, La Merced entre las principales; siendo su población parte de la logística para la provisión de servicios de recreación, alimentación y guianza, lo cual ha permitido diversificar la economía local, donde la actividad turística se ha convertido en una alternativa de desarrollo para la comunidad, generando ingresos económicos adicionales que aportan a mejorar su calidad de vida

Parroquia de Lloa.- primera Organización de Gestión del Destino - OGD - local del DMQ

La parroquia de Lloa cuenta con la primera OGD (Organización de Gestión de Destino Turístico), local del distrito, que constituye una instancia de coordinación, orientada a articular, coordinar y validar entre los diversos agentes del desarrollo turístico, estrategias proyectos e iniciativas que contribuyan al posicionamiento en materia turística.

Conformada por 11 grupos asociativos dedicados a actividades productivas que buscan en el Turismo una alternativa de desarrollo.

Con la OGD de Lloa en el 2103, se realizaron 3 eventos de exposición de la oferta turística parroquial conducentes a generar alianzas estratégicas con la empresa privada.

En el 2013, la OGD de Lloa organizó y operó turísticamente la Ruta de ciclismo de montaña Lloa-Palmira a funcionarios de Diners Club, generando diversificación de la economía local.





Centro Histórico

Proyecto “La Ronda”

En septiembre del 2013, se incorpora al Programa de Dinamización de la Ronda en el día, la muestra permanente de la Escuela Quiteña (5 artistas de los oficios de forja, escultura, taraceado, ebanistería y tallado), con un promedio de asistencia de 4.800 visitantes durante el 2013.

Principales actividades en el Centro Histórico:

1. **Creación de la Unidad de Turismo de la Administración Zonal Centro en mayo de 2013.**

2. **Aprobación del Plan de Gestión, octubre 2013**

3. **6 actividades turísticas-culturales en temporada de Verano (Ferias turísticas, talleres, cine, entre otros)**

4. **42 sábados con actividades turísticos-culturales en la Plaza Grande, con una asistencia aproximada de 23.500 personas.**

5. **7 eventos de mapping sobre la fachada de La Catedral, con temáticas de temporada, con una asistencia aproximada de 5.000 personas.**

6. **Implementación del Plan Piloto de mobiliario para uso de espacio público durante las Noches Patrimoniales.**

7. **Oferta de 2 rutas de temporada durante Finados y Navidad, con una asistencia aproximada de 400 personas.**

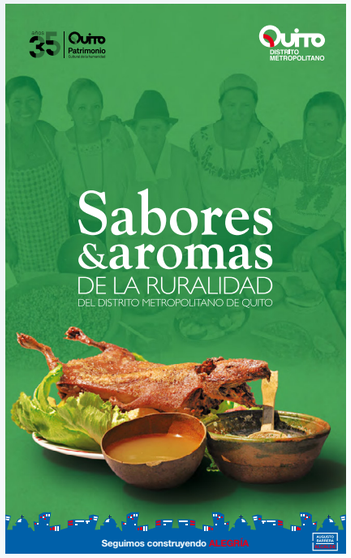






Apoyo al encuentro inter parroquial (Calderón 2012, Checa 2013)

Quito Turismo, realizó el diseño e impresión del libro Sabores & Aromas de la ruralidad del DMQ. Además promocionó y difundió el evento, a través de la página web institucional y sus redes sociales.



Áreas de Conservación y Uso Sustentable (ACUS) del DMQ:

Trabajamos en conjunto con las Comunidades que forman parte de las Áreas de Conservación y Uso Sustentable Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangal y Microcuenca del Río Pachijal. Se diseñaron rutas turísticas, y se implementaron servicios de facilitación y capacitación. Además se construyó y colocó miradores, pérgolas, basureros, juegos infantiles, mesas de picnic, arreglo de baterías sanitarias.

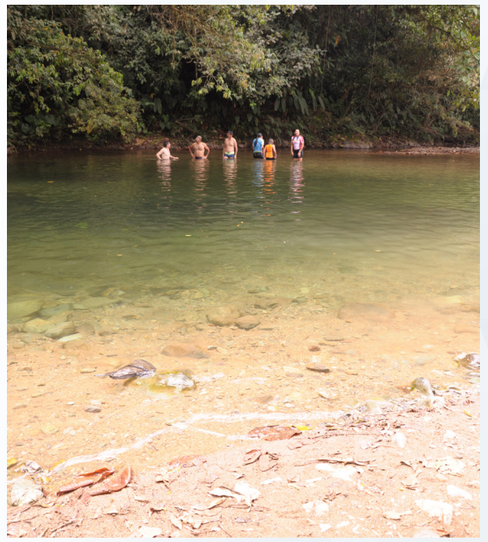
Se ha diseñado 2 rutas de ciclismo de montaña: Ruta Pacto-Sta. Rosa y Pacto Mashpi, pertenecientes al Área de Conservación y Uso Sustentable Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangal que incluye:

1. **Información Técnica.**
2. **Diseño digital de la ruta. (Ubicación georeferencial, mapa, video y archivo fotográfico)**
3. **Diseño de folletería**





El desarrollo turístico de las áreas protegidas Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangal ascendió a un monto total de inversión de USD 115.875 financiado por la Secretaría de Ambiente – Fondo Ambiental. Con esta inversión se ha logrado el desarrollo del turismo sostenible en las Áreas Protegidas del DMQ, como una alternativa de progreso para las poblaciones locales de Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangual. La población beneficiaria ha sido las comunidades de Mashpi, Sahuangal y otras que se encuentran dentro del Área Natural Protegida con una área de influencia a 400 familias.





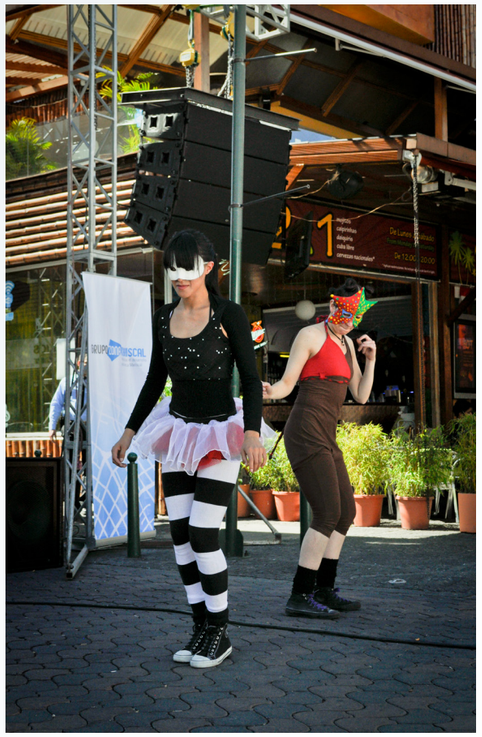
Principales Actividades en la Zona Turística “La Mariscal”

1. **Creación de la Administración Especial Turística La Mariscal y su Unidad de Turismo en mayo de 2013.**

2. **Aprobación y socialización del Plan de Gestión a empresarios turísticos.**

3. **En Verano 2012 se realizaron 8 actividades turísticas, culturales. En 2013 se ejecutaron 33 actividades de Verano, con una asistencia aproximada de 9.000 personas.**

4. **Se realizó por primera vez un evento de Mapping y conteo de fin de año en la Plaza Foch, con una asistencia aproximada de 2.000 personas.**







Turismo Religioso

Durante el año 2013 se elabora un plan de gestión integral (que incluye la gestión turística) para el Conjunto Conventual de San Francisco, auspiciado por la UNESCO, Embajada de Italia, Ministerio de Turismo, IMP, INCP, Quito Turismo, y la Administración Zonal Centro. Entre los principales proyectos y acciones del plan están:

1. **Desarrollo de una hospedería en el Convento**

2. **Restauración de la cervecería franciscana**

3. **Implementación de una cafetería para atención al público**

Programa de Impulso a la Calidad y Asistencia Técnica

Distintivo Q

Es un reconocimiento a la calidad turística que busca mejorar la gestión de los establecimientos turísticos de Quito a través de la implementación de parámetros técnicos de calidad en las diferentes áreas operativas de los negocios turísticos.

AÑO	TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS CON DISTINTIVO Q
2011	23
2012	56
2013	105







El interés de los emprendedores y empresarios turísticos de Quito en obtener el Distintivo Q se evidencia en el incremento promedio del 115% anual desde que inició este proyecto en el año 2011. Así mismo, el Gobierno Provincial de Pichincha, a través de un convenio de cooperación interinstitucional con Quito Turismo, entregó este reconocimiento a 43 establecimientos turísticos en diferentes cantones de la provincia en el año 2013.

Capacitación Turística

Se ha impulsado procesos de capacitación al sector turístico de Quito a través de la formación de auditores internos para los establecimientos con Distintivo Q y capacitación en competencias laborales claves como hospitalidad, seguridad alimentaria, administradores, meseros, cocineros y camareros de restaurantes, cafeterías y hoteles.

AÑO	TOTAL DE AUDITORES INTERNOS FORMADOS EN NORMAS DE DISTINTIVO Q	TOTAL DE PERSONAS CAPACITADAS EN COMPETENCIAS LABORALES
2011	25	75
2012	77	165
2013	131	233

Se evidencia un 80% de incremento anual en el número de personas capacitadas en diferentes competencias laborales, especialmente en las Zonas Especiales Turísticas de La Mariscal y Centro Histórico de Quito.

El proyecto de capacitación turística fue financiado a través la Secretaría Técnica de Capacitación SETEC por segundo año consecutivo, y para la implementación se firmó un convenio con CAPACITUR. El monto del proyecto fue de USD 90.000 para el 2013.

56 meseros polivalentes recibieron 135 horas de capacitación. En el 2014 continuará el trabajo con un segundo grupo de 135 meseros que serán capacitados hasta mayo.

Programa de regulación y control

Registro de Establecimientos Turísticos

Se llevó adelante un intenso trabajo para registrar a todos los negocios turísticos de la ciudad de Quito. Este catastro representa aproximadamente el 25% del catastro turístico nacional e incluye a establecimientos de alojamiento, entretenimiento, alimentos y bebidas.

AÑO	ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS REGISTRADOS
2012	3895
2013	4502

Se generó un incremento del 16% promedio anual en el número de establecimientos que forman parte del catastro turístico de Quito.

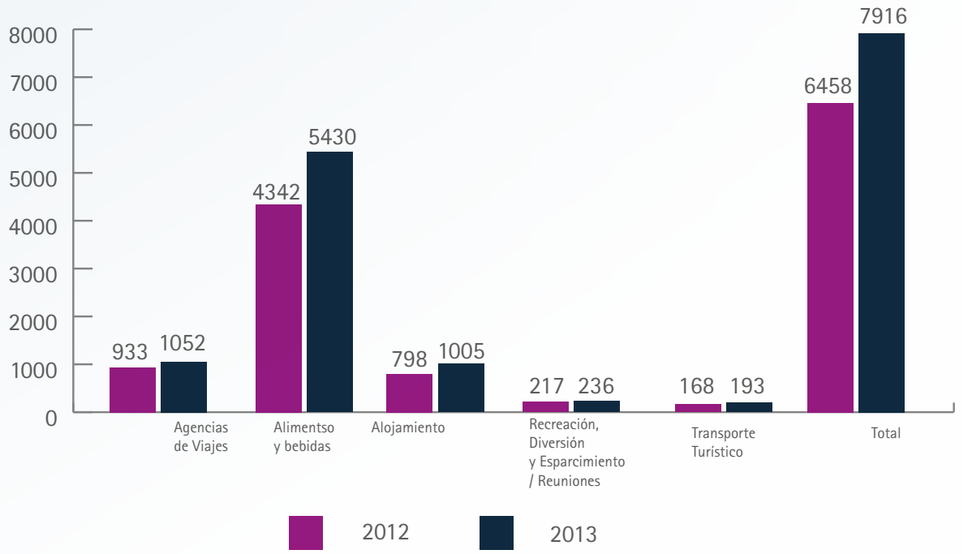
Verificaciones Técnicas y Operativos de control

Diariamente Técnicos de Calidad de Quito Turismo realizan verificaciones de cumplimiento de la normativa técnica en los establecimientos turísticos de Quito. Adicionalmente en coordinación con la Agencia Metropolitana de Control, se realizan operativos semanales para asegurar que los prestadores turísticos brinden servicios adecuados a los turistas nacionales y extranjeros.

AÑO	VERIFICACIONES TÉCNICAS	OPERATIVOS DE CONTROL
2012	6458	25
2013	7919	97

Las verificaciones técnicas se incrementaron en aproximadamente el 22% y los operativos de control se han triplicado, con especial énfasis en las zonas de la ciudad donde se concentra el mayor número de los establecimientos turísticos.

VERIFICACION TECNICAS EJECUTADAS



Los 97 operativos, se realizaron en conjunto con la Agencia Metropolitana de Control, Policía Metropolitana, Policía Nacional y otras instituciones municipales.

Se iniciaron más de 390 procesos sancionadores por infracciones a la normativa turística, con énfasis en las Zonas Especiales Turísticas de La Mariscal y Centro Histórico.

Programa de Seguridad Turística

Fortalecimiento del Servicio de Seguridad Turística - SST

A través de convenios de cooperación interinstitucional con la Policía Nacional, Quito Turismo ha llevado adelante procesos de capacitación y equipamiento al Servicio de Seguridad Turística – SST de la Policía Nacional, con la finalidad de brindar servicios de prevención y asistencia efectiva a los turistas nacionales y extranjeros que recorren la ciudad de Quito.

EQUIPAMIENTO EN EL 2013	EQUIPOS ENTREGADOS
Radios de Comunicación	10
Carpas de Asistencia	6
Oficinas de asistencia operativas	2



El apoyo al equipamiento del SST ha permitido aumentar la cobertura de asistencia al turista en un 30% en las zonas de mayor interés turístico en la ciudad de Quito.

Paralelamente se realizan reuniones de trabajo trimestrales con representantes de diferentes ministerios, entidades municipales, Policía Nacional, Embajadas y Consulados de los principales países emisores de turistas hacia Quito para identificar deficiencias y generar acciones que permitan mejorar las condiciones de visita para los turistas nacionales y extranjeros, especialmente en los ámbitos de atención en clínicas y hospitales, movilidad y seguridad en los medios de transporte.

Convenios de Seguridad Turística:

En el año 2012, se suscribe el Convenio de Cooperación Interinstitucional entre la Empresa Metropolitana Quito Turismo y el Ministerio del Interior a través de la Policía Nacional del Ecuador, con el fin de proporcionar apoyo y asistencia para la protección de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica de los turistas nacionales y extranjeros que visitan Quito, en este convenio se dota al Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional de capacitación, radios de comunicación, oficinas de atención y asistencia al turista, etc.



ENTREGA DE EQUIPOS A LA POLICÍA NACIONAL



VEHÍCULO DE SEGURIDAD TURÍSTICA

Fortalecimiento de las Oficinas de Seguridad Turística

La ejecución de los convenios referidos, ha permitido la implementación de la infraestructura necesaria para el funcionamiento de los locales de atención al turista, actualmente existen tres oficinas de Seguridad Turística:

1. **Oficina Principal en La Mariscal Roca y Reina Victoria (esquina), Edf. Relaciones Exteriores (pasaportes);**
2. **Oficina del Centro Histórico Plaza Grande (Costado norte de la plaza, sobre la calle Chile. entre Venezuela y García Moreno), Edificio Casa de los Alcaldes;**
3. **Oficina Centro Histórico La Ronda (Calle Morales, Casa N° 925, segundo piso).**





Oficinas de Seguridad Turística

1. Además el Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional, cuenta con 64 miembros entre oficiales, clases y policías, dispone de 6 vehículos exclusivos para la Seguridad Turística de las zonas turísticas de Quito, de igual manera cuenta con 6 carpas de seguridad equipadas con mesas, sillas para atención y asistencia a turistas.



Carpas de Seguridad ubicadas en las Zonas Especiales Turísticas

Seguridad Turística en las Zonas Especiales Turísticas:

1. Desde el año 2012, se han realizado operativos conjuntos de control al espacio público de las Zonas Especiales Turísticas, en estos operativos participaron la Policía Nacional, Unidad Especializada de la Policía Nacional DINAPEN, con la Fiscalía Provincial de Pichincha, Policía Metropolitana, Agencia Metropolitana de Control y Secretaría de Seguridad, con la finalidad de que el turista se sienta más seguro en estos espacios.

2. Se coordinaron controles a taxis ilegales en la ciudad a través de operativos de control en las Zonas Especiales Turísticas y del Nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y sector del antiguo aeropuerto, como parte de estos operativos la Policía Nacional, logró la desarticulación y captura de bandas organizadas de secuestro express como la denominada los “Dragones”. En el seguimiento de Quito Turismo y la Policía Nacional se determinó que el índice delincuencial bajo notablemente.

3. Intervención y regularización a las Agencias de Viaje, a través de denuncias de turistas extranjeros, así como de otro tipo de actividades complementarias al turismo.

Seguridad Turística en la Movilidad

1. **El Municipio de Quito implementó los tarjetones de Seguridad Taxis, que contienen los datos del vehículo, así como los datos del conductor. En coordinación la Secretaría de Seguridad, se colocaron Informativos para los turistas en los restaurantes, bares, discotecas, para que su traslado sea más seguro. Cabe mencionar que también se impulsó la implementación de las cámaras y botones de emergencia en los taxis.**



TARJETONES DE SEGURIDAD COLOCADOS EN LOS ASIENTOS DEL TAXI



INFORMATIVOS COLOCADOS EN BARES, RESTAURANTES, DISCOTECAS

2. **En enero y febrero del 2013, se capacitó a un grupo de taxistas (Asociación de Taxis Ejecutivos del Ecuador) en temas de turismo de Quito y del Ecuador.**

3. **Coordinación y participación en la ubicación de los sitios de estacionamiento de taxis en la Zona Especial Turística La Mariscal, una vez que los trabajos de soterramiento hayan concluido.**

4. **Coordinación para la aplicación del Instructivo para el Registro de Pasajeros que se trasladan desde la terminal terrestre (DMQ) en las unidades de las operadoras de transporte en carreteras, emitido por la Agencia Nacional de Tránsito.**

Seguridad Turística en Salud

1. **Hemos promovido reuniones de coordinación con la Subsecretaria de Gobernanza del Ministerio de Salud Pública, a fin de concretar mayores controles a las casas asistenciales, clínicas y hospitales del DMQ, para garantizar la atención médica Cuando existan casos de emergencias de turistas extranjeros están a disposición números telefónicos exclusivos del Ministerio de Salud, para la asistencia a embajadas y consulados para Quito y Guayaquil.**

Programa de Mercadeo y Promoción

Objetivo: Gestionar el posicionamiento y la promoción del destino Quito a nivel local, nacional e internacional.

Durante los años 2012 y 2013, Quito Turismo realizó una serie de actividades y acciones para promover y posicionar a la ciudad como un destino turístico de clase mundial; estas acciones contemplan la participación en ferias y workshops, la organización de viajes de familiarización para agentes de viajes nacionales e internacionales, viajes de prensa con los principales periodistas y medios de comunicación nacionales e internacionales, actividades de presencia de marca en varios eventos deportivos, culturales y artísticos de la ciudad, presentación de destino a la industria turística de los principales mercados. A continuación se mencionan las principales acciones y sus resultados:

Promoción Internacional

Principales cooperados y logros de Promoción

AÑO 2012

1. **Cooperado con el Corte Inglés de España**
2. **Cooperado Insiderei de Alemania**
3. **Cooperado con Despegar.com en Colombia y Argentina**
4. **Cooperado con Decolar.com en Brasil**
5. **Cooperado con Tripadvisor en USA**
6. **Campaña Noches Patrimoniales para mercados locales y nacionales**
7. **Campaña publicitaria “Quito Vibra” para mercados locales y nacionales**
8. **Alianza estratégica 2011-2012 con LAN Airlines para promoción del destino Quito en los mercados regionales**
9. **Quito ganó la sede para el viaje de USTOA OUT OF COUNTRY 2012**
10. **Alianza Estratégica con Ferrocarriles del Ecuador para presencia en el coffee break del TMLA y promoción internacional y regional.**

AÑO 2013:

11. **Cooperados Goway y Pacific Holidays en USA**
12. **Quito es sede de la feria Travel Mart Latin America TMLA**
13. **Alianza Estratégica con Ferrocarriles del Ecuador y LAN para presencia en TMLA**
14. **Acciones en conjunto con ProEcuador para promover y cofinanciar el viaje de 20 periodistas especializados en turismo al Ecuador en el marco de TMLA**
15. **Quito ganó el premio internacional como ciudad “Destino Líder de Sudamérica” otorgada por World Travel Awards**
16. **Al concluir 2013 Quito fue designada Finalista Oficial en el concurso para elegir las 7 ciudades maravilla de la Humanidad.**
17. **Alianza Estratégica con Avianca para promoción del destino Quito en los mercados regionales**
18. **Alianza Estratégica con LAN para promoción del destino Quito en el mercado nacional**

Promoción Nacional

La ciudad de Quito a nivel Nacional se ha posesionado con su marca en eventos de calidad, los cuales han permitido ubicar a la ciudad como un destino para el desarrollo de importantes eventos.

En el año 2013, alrededor de 68.000 personas promocionaron la ciudad a través de presencia de marca en diferentes eventos, a saber:

1. **Ecuador Cultura Gourmet,**
2. **Huairasinchi, Maratón de Quito,**
3. **Quito Fest,**
4. **Rescate de los Sabores,**
5. **Salsa Congress,**
6. **Carrera Últimas Noticias entre las principales.**

La inversión monetaria o por convenios de estos eventos asciende aproximadamente a USD. 76.000 dólares, con un incremento, respecto del 2012, del 46% en número de personas participantes.











Reconocimientos importantes a Quito Turismo y la ciudad 2012 -2013

Gracias a las actividades de promoción de la ciudad, Quito ha recibido importantes reconocimientos a nivel internacional entre los principales citaremos:

1. Designación en la categoría Destino Líder en Sudamérica en los **World Travel Awards.**

2. Actualmente Quito es una de las 28 ciudades que participan por convertirse en una de las **7 Ciudades Maravilla del Mundo.**

3. La revista Traveler de **National Geographic** incluyó a Quito en la lista de los 20 “The Best of the World: our must see places for 2013”.

4. Quito-Ecuador fue uno de los 10 destinos por descubrir 2013, según **Lonely Planet**.

5. **TripAdvisor** distinguió a Quito como uno de los 10 destinos por descubrir en el 2013.

6. **En el 2013, varias publicaciones internacionales han destacado la belleza de Quito en sus reportajes.**

   Medios como: The Washington Post (EEUU), Chicago Tribune (EEUU), Revista Via G (Brasil), Die Welt (Alemania).

7. Además fue incluida en el bestseller #1 de The New York Times **“1.000 places to see before you die”** *www.1000Places.com;* Quito-Ecuador fue uno de los 10 destinos por descubrir según Lonely Planet; TripAdvisor distinguió a Quito como uno de los 10 destinos por descubrir en el 2013 y la revista Traveler de National Geographic incluyó a Quito en la lista de los 20 “The Best of the World: our must see places for 2013”.

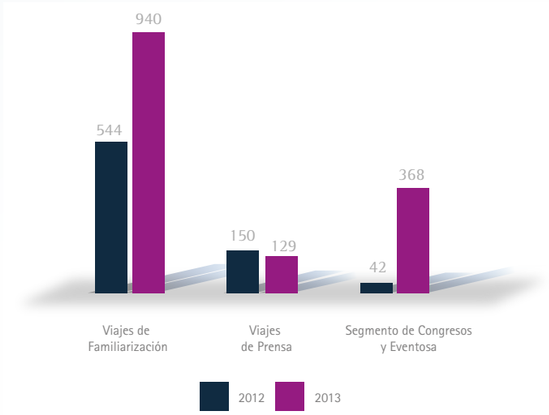
Participación en viajes de familiarización y viajes de Prensa

Una de las políticas de promoción de la ciudad es el provocar que varias personalidades y empresas dedicadas al desarrollo y promoción turística a nivel mundial vengan, visiten, conozcan y sobre todo hablen y publiquen sus experiencias en la ciudad de Quito. En el año 2013 de incrementó en un 95% el porcentaje de participación de dichas personalidades, lo cual ha provocado que Quito conste en diversas publicaciones a nivel local, regional y mundial.

Quito Turismo tuvo presencia en ferias internacionales donde además de promocionar al país, comparte sus experiencias en turismo a través de workshops, ferias y eventos direccionados a la industria turística nacional e internacional.



N°	FERIAS Y/O EVENTO	FECHA
1	**FITUR** (Feria Internacional de Turismo - España)	18 a 22 enero
2	**Workshop CVC** (Brasil)	7 a 9 de febrero
3	**ANATO** (Colombia)	29 de febrero a 2 de marzo
4	**New York Travel Show**	2 de abril
5	**SITE** (Society of Incentive and Travel Executives - USA)	4 de julio
6	**Feria Internacional de Turismo ITB** Berlín	7 de noviembre
7	**BRAZTOA** (Asociación Brasilera de Operadores de Turismo - Brasil)	22 a 23 de marzo
8	**Workshop Colombia y Viajes Corp**	3 de abril
9	**Rueda de negocios** Guayaquil	13 de diciembre
10	**Workshop TAME y visitas MICE** (Meetings Incentive, Congress and events)	14 a 15 de agosto
11	**Bird Fair** (Reino Unido)	17 a 19 de agosto
12	**Semana Ecuador** en Colombia	22 a 23 a agosto
13	**TMLA** (TravelMart LatinAmerica)	14 de diciembre
14	**Presentación del destino en Guayaquil con LAN**	21 de septiembre
15	**FITE** (Feria Internacional de Turismo del Ecuador - GYE)	22 a 25 de septiembre
16	**FITA** (Feria Internacional de Turismo de las Américas)	20 a 23 de septiembre
17	**Copa Vacaciones** México	25 a 29 de septiembre
18	**Presentación del destino en Cuenca con LAN**	4 de octubre
19	**Cumbre Mundial de Turismo de Aventura** (México)	8 de noviembre
20	**Roadshow USA & CANADA** MINTUR	29 de octubre
21	**FIT** (Feria Internacional de Turismo - Argentina)	3 de junio
22	**WTM** (World Travel Market -Inglaterra)	5 de agosto
23	**ICOMEX** (Expolider en viajes incentivos, congresos y convenciones en América Latina 2012 – México)	7 de octubre
24	**Roadshow Argentina** MINTUR	7 de octubre
25	**USTOA** (United StateS Tour Operators Association)	6 de agosto



Publicaciones internacionales más destacadas 2012 y 2013

Principales publicaciones de Quito en el año 2012

En el 2012, la ciudad de Quito estuvo presente en varios importantes medios a nivel mundial, dentro de las principales publicaciones se pueden destacar:

ESTADOS UNIDOS	
Medio	**TEMA**
CHICAGO TRIBUNE	Travel Postcard: 48 hours in Quito, Ecuador
Recommend.travel	Quito´s A Blend of Beauty, Culture & History
HEMISPHERES (UNITED)	Thre Perfect Days un Quito
USA TODAY	Best Summer Vacations for 2012
USA AIRPORT WORLD	First Commerciak Flight Lands At The New Quito
NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER	Best of the World
ESPAÑA	
Medio	**Tema**
LOSVIAJEROS.COM	La tradición y la herencia cultural. Semana Santa en Quito
EXPRESO	Quito publica los diez mejores lugares para disfrutar de la tradicional fanesca
ABC VIAJES	La tradición y la herencia cultural: Semana Santa
EL PAIS, El blog de Paco Nadal	Otras cosas que ver y hacer en Ecuador
ALEMANIA	
Medio	**Tema**
BERLINER-ZEITUNG.DE	Hoch, Hölher, Quito
N-TV.DE	Höchstgelegene Haupstadt der Welt
DEIN TOURISTIKNET	Quito gehört zu den Top-10- Destinationen in Lateinamerika
REINO UNIDO	
Medio	**Tema**
ONE WORLD TRAVEL	La Ronda New Trendy area of Quito
NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER	The New Airport of Quito

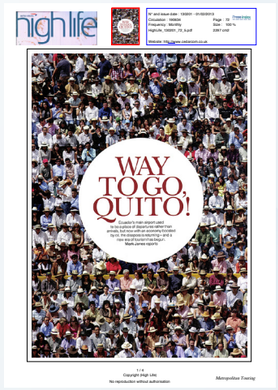
Principales Publicaciones de Quito en el año 2013

En la continuación del trabajo y logros de 2012, la ciudad de Quito estuvo presente en otras importantes publicaciones a nivel mundial; en 2013 muchas publicaciones se efectuaron con el fin de que la ciudad sea conocida por potenciales visitantes. Las publicaciones principales fueron:



ESTADOS UNIDOS	
Medio	**Tema**
WASHINGTON POST	Returning to Quito, a city reborn
THE SEATTLE TIMES	Returning to Quito, Ecuador´s reborn city
LONELY PLANET	Best Ways to see Quito
CELEBRATED LIVING - AMERICAN AIRLINES	
THE NATIONAL	Quito is an Ecuadorian destination in its own right
ADVENTURE TRAVEL NEWS	
AFAR	20 Travel Forntiers: Quito
CHICAGO TRIBUNE TRAVEL	Colonial Ecuador
THE WALL STREET JOURNAL	Quito seeks $ 66 Million Investment for Colonial Center
CANADÁ	
OUT POST MAGAZINE	Gem of a Valley City
ESPAÑA	
EL MUNDO.ES	Hechizo Colonial en Quito
VANITATIS	Quito, ciudad histórica en la mitad del mundo
ALEMANIA	
LATINAPRESS	Ecuador: Quito, eine Stadt blickt in die Zukunft
WWW.TOURING-AMERIKA.COM	Ecuador: Quito hat ersten Doppeldeckerbus für Sightseeing
MERCEDES BENZ CLASSIC	Quito: Reisetips
INSIDEREI	Quito Verwandelt Sich in eine Galerie
REINO UNIDO	
THE INDEPENDENT	The railway line that keep on rolling
COLOMBIA	
PORTAFOLIO.COM	Quito estrenará aeropuerto el próximo miércoles
CARIBBEAN NEWS	Quito es el destino
REVISTA VIAJANDO LA DEVI	Quito, histórica y diversa
PERÚ	
REVISTA CORREO SEMANAL	Quito, la ciudad que deslumbra
JC MAGAZINE	Quito es el destino líder de Sudamérica
ARGENTINA	
DIARIO LOS ANDES	Los Andes en Ecuador
DIARIO EL PERFIL	Allí donde el Norte se funde con el Sur
SUR1810	Quito, elegida destino líder de Sudamérica de los World Travel Awards 2013
PULSO TURÍSTICO	Quito, la ciudad más visitada de América del Sur
SUNNY TRAVEL NEWS	Quito en Ecuador recibió el “Oscar al Turismo”
LOS ANDES	La cintura del mundo
CHILE	
REVISTA VIAJANDO – LA DEVI	Quito y su infraestructura para seminarios y congresos
BRASIL	
BRASILTURIS	Quito: atrações diversificadas
REVISTA ADORO VIAGEM	Quito, mais perto do céu
PORTAL DE NOTICIAS TASTE	As belezas de Quito, Ecuador







El Valor noticioso – (media value) - de nuestras publicaciones internacionales

MEDIA VALUE 2012

MERCADOS INTERNACIONALES	
USA	$ 4.889.688,37
España	$ 1.570.729,89
Reino Unido	$ 1.047.858,85
Alemania	$ 823.797,75
TOTAL MEDIA VALUE	**$ 8.332.074,86**
TOTAL PUBLICACIONES 2012	**670**

MEDIA VALUE 2013

MERCADOS INTERNACIONALES	
USA	$ 4.656.466,08
Canadá	$ 159.503,94
España	$ 6.950,00
Reino Unido	$ 38.100,00
Alemania	$ 767.155,00
Total Media Value Internacional	**$ 5.628.175,02**
MERCADOS REGIONALES	
Colombia	$ 69.275,00
Perú	$ 16.200,00
Argentina	$ 118.925,00
Chile	$ 27.375,00
Brasil	$ 102.000,00
Total Media Value Regional	**$ 333.775,00**
TOTAL MEDIA VALUE	**$ 5.961.950,02**
TOTAL PUBLICACIONES 2013	**451**

Programa de Comercialización

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

Centro de Convenciones Eugenio Espejo: puesta en valor del bien patrimonial

Desde el año 2009, Quito Turismo es el responsable de la administración y comercialización de los espacios del Centro de Convenciones Eugenio Espejo en donde durante el año 2013 ha sido posible atender 586 eventos entre macro, medianos y micro, que incluyen más de 117.000 visitantes. Adicionalmente, hemos incrementado la oferta de espacios para eventos convenciones y ferias a través de la habilitación temporal del Centro de Eventos Bicentenario, en donde se han realizado hasta el final del año 34 eventos, entre los están ferias y eventos corporativos.



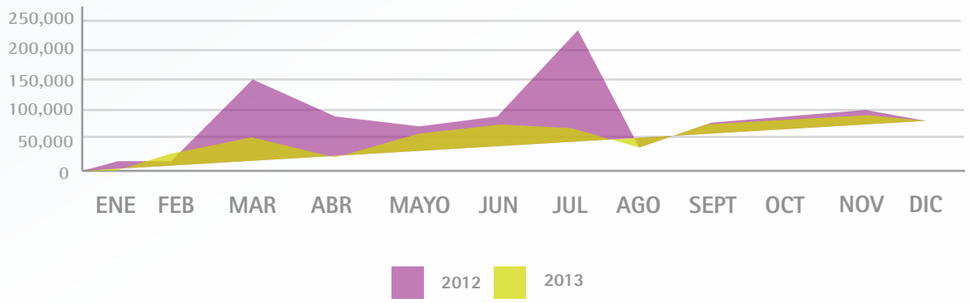
Centro de Convenciones Eugenio Espejo - CCEE

COMPARATIVO FACTURACIÓN

MES	2012	2013	Variación
ENERO	2.162,50	17.240,00	697%
FEBRERO	29.780,00	19.432,50	-35%
MARZO	48.539,00	152.110,19	213%
ABRIL	15.238,25	84.730,88	456%
MAYO	61.183,50	71.981,25	18%
JUNIO	69.769,48	80.934,21	16%
JULIO	64.962,57	229.070,64	253%
AGOSTO	22.789,75	23.111,86	1%
SEPTIEMBRE	63.361,41	65.995,92	4%
OCTUBRE	82.018,24	70.409,50	-14%
NOVIEMBRE	104.597,88	77.789,94	-26%
DICIEMBRE	78.208,78	77.049,72	-1%
TOTAL	**644.623,36**	**971.869,61**	**51%**

Dentro del CCEE se logró obtener un crecimiento en ventas del 51% frente al 2012, debido a estrategias implementadas para captar mercados diferentes.

Se llevaron a cabo 630 eventos en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo.



Del total de eventos realizados el 51% han sido micro (-100 asistentes), 41% medio (101 – 300 asistentes) y 6% macro (+300 asistentes).

Realización de Eventos

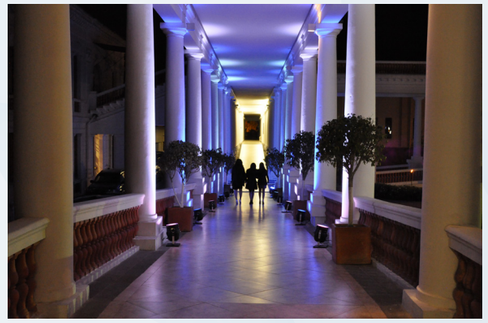
Se llevaron a cabo eventos destacados como: XIV Encuentro Iberoamericano de Ciudades Digitales, I Encuentro Internacional y Feria de Movilidad Urbana Sustentable, Quito Destino Líder de Sudamérica, Oportunidades de Inversión Turística y Hotelera

CUMPLIMIENTO ANUAL	
META ANUAL 2013	$ 651.167,15
FACTURADO A DICIEMBRE	$ 487.635,63
TRANFERENCIAS POR EVENTOS	$ 198.000,00
TOTAL	**$ 685.635,63**
CUMPLIMIENTO	**105%**

El crecimiento en el 2013 es de un 12% en comparación con el año 2012.







La Tienda de la ciudad: El Quinde





Durante los dos años de existencia de la Tienda el Quinde se han evaluado a 241 artesanos a través de comités de compra para que sus productos sean comercializados a través de la Tienda. En la actualidad 109 son proveedores actuales de la Tienda, los mismos que han mejorado y diversificado su producto para la venta sobre todo al turista internacional. De los proveedores con los que contamos, el 17,43% han sido parte de la feria Texturas y Colores, organizada por Quito Turismo, en una clara muestra de responsabilidad social.

Durante el 2013, se han realizado 21 exhibiciones en las vitrinas de la Tienda con el fin de crear una plataforma de promoción para artesanos y artistas y al mismo tiempo crear un espacio de promoción de la ciudad y sus tradiciones.

Tienda el quinde

COMPARATIVO FACTURACIÓN

MESES	2012	2013	Var.
ENE	11.763,36	20.203,60	72%
FEB	10.645,76	17.322,49	63%
MAR	14.458,33	24.140,32	67%
ABR	17.328,01	15.901,52	-8%
MAY	21.823,70	24.729,02	13%
JUN	25.439,98	19.649,70	-23%
JUL	18.870,56	20.376,38	8%
AGO	25.528,25	21.478,34	-16%
SEP	17.549,57	28.227,50	61%
OCT	28.523,15	23.462,93	-18%
NOV	23.964,90	23.481,66	-2%
DIC	23.310,47	26.332,20	13%
TOTAL	**239.206,04**	**265.305,66**	**11%**

El crecimiento, en el 2013, es de un 11% en comparación con el año 2012.

Estos valores representan ingresos para la empresa, y tienen la finalidad de contribuir a la ejecución de las actividades de Quito Turismo en torno a la promoción y desarrollo del destino Quito.

Acciones estratégicas proyectadas en el año 2014

1. **Fortalecer la Tienda el Quinde como un punto de apoyo a artesanos y artistas además de posicionar la marca ciudad a través de merchandising.**
2. **Generar alianzas comerciales con otros centros de convenciones que permitan aumentar la oferta de espacios en la ciudad.**
3. **Incrementar la participación del sector privado en los proyectos de la empresa con el fin de generar recursos que permitan incrementar las acciones de promoción y desarrollo turístico de la ciudad.**

Proyecto de Alianzas Estratégicas

Objetivo.- Fomentar el desarrollo de proyectos productivos rentables a través de alianzas público privadas con el objetivo de potenciar el desarrollo del sector turístico de Quito.

En este contexto, se ha desarrollado en el Distrito Metropolitano de Quito una ordenanza de incentivo a la inversión privada y un impulso al desarrollo de proyectos de interés general en cooperación con el privado y en un régimen de riesgos compartidos, esta herramienta es la Ordenanza Metropolitana N°406, emitida por el Concejo Metropolitano de Quito.

Bajo este marco legal la Dirección de Alianzas Estratégicas de Quito Turismo está desarrollando dos proyectos con el fin de promover la inversión turística e implementar negocios turísticos que permitan el impulso en la oferta del segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Eventos) y diversificar la oferta en el Centro Histórico de Quito. Estos proyectos son:

- **Nuevo Centro Metropolitano de Convenciones de Quito**

- **Inversiones turísticas en inmuebles patrimoniales del Centro Histórico de Quito**

Nuevo Centro Metropolitano De Convenciones De Quito

El 31 de julio del 2013, fue lanzado el proceso de selección público para el proyecto Nuevo Centro Metropolitano de Convenciones de Quito, que tiene como objetivo la construcción, operación y mantenimiento de un complejo de edificaciones compuestas por: un Centro de Convenciones con capacidad de 3.000 personas, un Centro de Exhibiciones para 6.000 personas y una Arena de Espectáculos para 9.000 personas con una extensión abierta para 30.000.

Este es el primer proyecto turístico en alianza público privada, en la que se estima una inversión base de más de $35 millones de dólares por parte del sector privado.



Con la construcción de esta nueva infraestructura, Quito planea convertirse en uno de los 10 mejores destinos de América Latina y estar entre los 50 a nivel mundial en el segmento de turismo de reuniones, congresos y convenciones, aportando al desarrollo turístico de la ciudad y satisfaciendo la creciente demanda del turismo de negocios y eventos, que está estimada en tener un crecimiento del 5% dentro de los próximos cinco años.

El Nuevo Centro Metropolitano de Convenciones de Quito se levantará sobre 11.4 hectáreas del Parque Bicentenario, cuya extensión total es de 127 hectáreas, y estará ubicado en el corazón de un plan masivo de regeneración urbana implementado por la Municipalidad de Quito en conjunto con el Gobierno Nacional. En este plan se contempla la primera línea del Metro de Quito, la construcción de varios edificios gubernamentales y varias mejoras de la infraestructura del área, cuya modernización pretende atraer inversiones privadas tales como: bienes raíces, empresas, tiendas y restaurantes; convirtiéndose en uno de los barrios más importantes de la ciudad.

El 11 de noviembre del 2013 fue concluida con éxito la primera fase del concurso, denominada de elegibilidad, en donde una propuesta cumplió de manera satisfactoria con todos los parámetros solicitados. El 27 de febrero del 2014 se recibirán las ofertas técnicas y económicas del proyecto.

Inversiones Turísticas en inmuebles Patrimoniales del Centro Histórico de Quito

Actualmente, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en conjunto con el Gobierno Nacional, desarrollan un programa de revitalización y fortalecimiento de la zona como un lugar contemporáneo para habitar, trabajar y disfrutar.

Este programa incluye acciones en varios ejes estratégicos como: movilidad, seguridad, vivienda, equipamiento y espacio público, ambiente, integración social y desarrollo productivo que incluye el fomento de inversiones turísticas.

En el marco de este programa, Quito Turismo gestiona el proyecto denominado "Inversiones turísticas en inmuebles patrimoniales del Centro Histórico de Quito" que tiene como objetivo dinamizar la oferta turística de la zona a través de la implementación de negocios en tres inmuebles patrimoniales ubicados a poca distancia de los principales atractivos turísticos del casco colonial:



Casa Pérez Pallares

Ubicada frente a la Plaza de la Independencia, principal plaza del centro Histórico. Este inmueble fue reconocido por la UNESCO como uno de los mejores bienes patrimoniales del Centro Histórico. Tiene cuatro plantas y es ideal para la construcción de un hotel de primera categoría ya que hasta 1975 funcionó allí el Hotel Imperial. Se estima que tendría una inversión aproximada de cuatro millones y medio de dólares.



Casa Mejía

Construida en el siglo XVI, es un inmueble de tres plantas con dos patrios centrales. Su ubicación es muy cercana al centro histórico de Quito. Se estima que la inversión de esta propiedad sería de un millón y medio de dólares para un hostal de primera categoría



Casa Cadisán

De indudable riqueza histórica, perteneció al conquistador Capitán Diego Sandoval, este inmueble fue construido en el siglo XVI. Su exquisita construcción lo hace único e invaluable. Se sugiere que el espacio sea utilizado como restaurante y/o salón para eventos. Tiene un monto aproximado para inversión de más de un millón de dólares.

Estos proyectos generarán una inversión mínima de USD $ 6.000.000, en la zona de la ciudad más visitada por los turistas. Se estima además una generación por lo menos 80 plazas de empleo directas. A todo esto se suma los beneficios económicos que se generan a través de los encadenamientos productivos que se pueden desarrollar con la implementación de estos negocios.

El 13 de septiembre del 2013 fue lanzado el proceso de expresiones de interés, con el fin de recabar las sugerencias sobre el modelo de gestión que Quito Turismo ha desarrollado para este proyecto. El referido proceso finaliza el 24 de enero del 2014, con lo que se dará paso al lanzamiento del concurso de selección pública en el mes de febrero.

Para más información:

www.quito.com.ec/inversiones

http://www.flickr.com/photos/uioinvest

Proyecto de Comunicación local y nacional

Objetivo: Difundir, comunicar y promocionar al destino Quito con sus actividades y gestiones turísticas a nivel local e internacional, entre los medios de comunicación y grupos de interés (stakeholders), a través del uso de diferentes medios y herramientas on y off line.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación que Quito Turismo utiliza se relacionan principalmente con la industria para vender la marca de Quito a los turistas a través de capacitación, charlas y eventos con el sector, así como en medios de comunicación para promocionar la ciudad.

Pagina Web promocional de la ciudad

La página web promocional de la ciudad Quito cuenta con alrededor de 12.100 visitas por mes en el 2013 (145.000 al año aproximadamente); lo cual ha permitido que se catalogue entre las 1.000 páginas más visitadas en todo el Ecuador.

Dentro de esta web, las páginas más visitadas, a nivel mundial han sido:

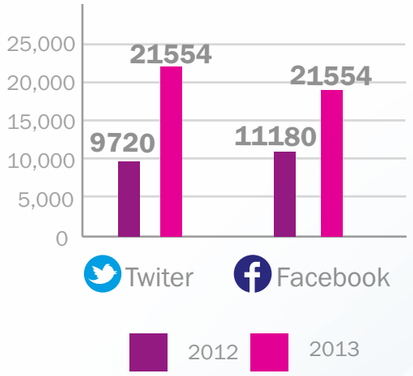
- **Qué hacer: Actividades en Quito** *(http://quito.com.ec/index.php/actividades)*
- **Conoce Quito:** *(http://quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta)*



- **Centro Histórico:** *(http://quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/centro-historico)*
- **Naturaleza y Aventura:** *http://quito.com.ec/index.php/actividades/naturaleza-y-aventura*

Quito en Redes Sociales

En redes sociales (Facebook y Twitter) Quito Turismo ha logrado el seguimiento de un promedio de 40.331 fans o followers, creciendo en 19.331 seguidores en redes en 2013 (casi un 50% más que en 2012)



Videos de la ciudad más vistos en Youtube (número de reproducciones 2013)

Quito Turismo produjo una serie de videos promocionales que fueron vistos y reproducidos por sus seguidores a nivel nacional e internacional. Dentro de los más vistos se describen: (en YouTube)

- Quito, the World's Soul - 52,462 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=kSgmOC9Xh5c*
- Ciudad Mitad del Mundo - 24,800 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=lq-h-EkwMJA*



- Canción de toquilla - 12,822 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=LvVprnNgkIY*
- Yo Canto - Quito Vibra - 12,563 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=-7dHqXt69zQ*
- Periodistas del mundo destacan belleza de Quito - 12,528 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=aE0zN3gXuT0*

- Quito has it - 11,395 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=52xvjMqPcH0*
- Quito, el Destino Líder de América del Sur - 7,822 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=-Couf5IxtRY*
- Vota por Quito para las 7 Ciudades Maravillas del Mundo - 7,736 reproducciones *http://www.youtube.com/watch?v=Lw59vVfeS6Q*

Noticias Tendencia: Los temas que generaron mayor interés

En 2013 se publicaron 1.442 noticias gestionadas por Quito Turismo de manera gratuita en varios medios, incluidas redes sociales.

Entre las principales tendencias de 2013 estuvieron las noticias del premio obtenido por la ciudad en los **World Travel Awards**, y sobre la participación de Quito en el concurso de las nuevas **7 Ciudades Maravilla.**

Otras de las varias noticias en las que Quito estuvo presente fueron:

ENERO
- Estudio publicado por Mastercard
- Proyecto Manos en La Ronda.

FEBRERO
- Carnaval
- El nuevo Aeropuerto Mariscal Sucre.

MARZO
- Semana Santa Quiteña
- 12 mejores fanescas.

ABRIL
- World Travel Awards
- Alianza LAN-Quito Turismo.

MAYO
- Rutas turísticas de Quito Turismo
- Impacto en el turismo con la apertura del Nuevo Aeropuerto.

JUNIO
- World Travel Awards
- Nuevos establecimientos con Distintivo “Q”.

JULIO
- Quito: Destino Líder de Sudamérica.

AGOSTO
- Mapping en La Catedral.

SEPTIEMBRE
- Feria turística Travel Mark Latin América 2013
- Escuela Quiteña en La Ronda

OCTUBRE
- Concurso Ciudades Maravilla
- Quito, destino culinario de las Américas

NOVIEMBRE
- Agenda Finados 2013
- Inversiones Turísticas en Quito

DICIEMBRE
- Feria Texturas, Colores & Sabores
- Rutas de pesebres y campanarios



El valor publicitario fue de USD $ 2.973.668,89 (valor calculado del precio establecido para comprar espacios en prensa nacional y/o internacional)

El valor noticioso es de USD $ 5.949.176,87 (valor que genera la publicación en diferentes medios (pagados o gratuito), y se relaciona con el impacto que produce el haber llegado a varias personas a nivel nacional y/o internacional)

Los datos del 2013 se describen a continuación

MES	PUBLICACIONES	VALOR PUBLICITARIO	VALOR NOTICIOSO
Enero	95	$ 59.881.57	$ 119.763,01
Febrero	85	$ 163.481,79	$ 323.247,10
Marzo	155	$ 382.907,40	$ 768.815,50
Abril	105	$ 105.767,19	$ 211.530,98
Mayo	93	$ 201.068,98	$ 404.145,76
Junio	68	$ 103.562,63	$ 207.667,74
Julio	240	$ 399.881,73	$ 799.763,58
Agosto	49	$ 88.227,67	$ 176.463,34
Septiembre	113	$ 188.446,18	$ 376.892,36
Octubre	149	$ 377.272,78	$ 754.545,56
Noviembre	140	$ 287.891,26	$ 575.782,52
Diciembre	150	$ 615.279,71	$ 1.230.559,42
Totales	**1.442**	**2.973.668,89**	**5.949.176,87**

RESPONSABILIDAD DEL SERVICIO

Como parte de sus objetivos y responsabilidades Quito Turismo, brinda una serie de servicios públicos al ciudadano y al sector turístico del Distrito Metropolitano:

N°	Servicios de Quito Turismo	Nivel de Implementación
1	Asesoramiento para la obtención del Registro y Licenciamiento	Madurez
2	Atención de solicitudes para el Registro Turístico	Madurez
3	Tramite de certificaciones, actualización de datos, reactivaciones y pagos	Madurez
4	Entrega y distribución de material promocional	Crecimiento
5	Orientación sobre temas de promoción de la ciudad	Introducción
6	Presentaciones del destino Quito a la industria turística, academia y ciudadanos	Introducción
7	Asesoramiento a asociaciones, gremios para la postulación de Quito como sede de eventos	Introducción
8	Asesoramiento, Asistencia Técnica sobre la obtención del distintivo Q	Introducción
9	Capacitación al sector turístico	Crecimiento
10	Orientación y asistencia a comunidades, organizaciones sobre el desarrollo de productos turísticos	Crecimiento
11	Información turística de la ciudad de Quito a ciudadanos y visitantes nacionales e internacionales.	Madurez
12	Asistencia técnica y atención para la organización de eventos en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo y Bicentenario	Crecimiento

- **Diseño y Desarrollo de Productos Turísticos:** Se encarga de desarrollar, fortalecer y generar productos turísticos dentro del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la identificación y valoración de los diferentes atractivos turísticos así como, con la incorporación de facilidades y servicios complementarios necesarios, estos son: información, señalización turística, capacitación y apoyo técnico. Además acciones paralelas de desarrollo como limpieza, movilidad, seguridad e iluminación son gestionadas para brindar al visitante una experiencia integral de calidad en Quito.

- **Registro y control de establecimientos turísticos:** Todo establecimiento turístico del DMQ debe contar con Registro Turístico y LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) para lo cual Quito Turismo tiene habilitadas ventanillas de atención al administrado en las oficinas ubicadas en la Av. Amazonas N79-39 y Av. La Prensa, con el fin de guiar al usuario en el proceso de obtención de esos requisitos de funcionamiento.

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas: Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS), Permiso Sanitario, Permiso de Funcionamiento de Bomberos, Rotulación (Identificación de la actividad económica), Permiso Ambiental, Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas, Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

- **Asistencia técnica a servicios turísticos:** Para la obtención del Registro Turístico y la LUAE los establecimientos reciben la visita de Técnicos de Calidad quienes realizan un diagnóstico de las deficiencias de los establecimientos y efectúan recomendaciones para su mejora. Así mismo dentro del programa de Distintivo Q a la calidad turística, los representantes de los establecimientos reciben capacitación además de asistencia directa para la incorporación de las mejoras y formación de auditores internos para obtener este reconocimiento que les da acceso a una serie de beneficios

- **Capacitación en competencias laborales y calidad de servicio a establecimientos turísticos:** La calidad de un destino turístico guarda estrecha relación con el nivel en la atención y servicio por parte de los prestadores de servicios turísticos, por lo que Quito Turismo lleva adelante procesos de capacitación y certificación en competencias laborales, claves que ayudan a fortalecer los conocimientos y habilidades del sector turístico operativo.

Asistencia en seguridad turística (oficinas de seguridad turística en colaboración con la Policía Metropolitana y Nacional): A través de convenios y acuerdos con las unidades especializadas de la Policía Nacional y la Policía Metropolitana, Quito Turismo y el Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional mantienen 3 oficinas de seguridad turística, ubicadas en La Mariscal, la Plaza Grande y La Ronda, donde los turistas afectados por algún evento delictivo pueden acudir en busca de asistencia y ayuda.

- **Señalización turística del Distrito Metropolitano:** La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico como parte de su gestión ha realizado proyectos de señalización in-

formativa que permita al visitante de la ciudad ubicarse en la misma.

- **Información turística:** La misión de los centros de facilitación turística es asistir y facilitar a través de un servicio de excelencia la estadía del turista nacional o extranjero, atendiendo sus requerimientos mediante información turística veraz, actualizada, variada que ayuden a promocionar los atractivos y servicios que ofrece el Distrito Metropolitano de Quito y los principales destinos turísticos del Ecuador. La información contempla además:

Atender quejas y reclamos para direccionar a las entidades pertinentes.

Facilitar datos informativos a través de servicios de internet o páginas web.

Reserva de hoteles y alojamiento en general, servicios de guías metropolitanos y visitas organizadas.

La Oficina de información turística es para los visitantes más que un punto de información, es un lugar de atención, en el que las personas sientan apoyo en la solución de sus problemas, inquietudes, necesidades y requerimientos.

Durante el 2012 Los centros de Información turística (CIT) registraron la siguiente información en cuanto a atención al cliente:

Número de turistas atendidos en el CIT:

ESTADÍSTICAS TOTALES ENERO A DICIEMBRE 2012

	AEROPUERTO INTERNACIONAL	QUITUMBE	QUINDE	CHIMBACALLE	LA MARISCAL	TOTAL VISITANTES
TOTAL EXTRANJEROS	10845	12468	22424	1037	7369	54143
TOTAL NACIONALES	799	12644	17923	4811	3663	47024
TOTAL VISITANTES	18838	25112	40347	5848	11022	101167

Para optimizar el tiempo del turista en la ciudad la ubicación de los Puntos de Información debe ser estratégica, por esta razón se los ha localizado en:

INFORMACIÓN TURÍSTICA
Tourist Information

1. CENTRO HISTÓRICO – TIENDA EL QUINDE
Palacio Municipal, Venezuela y Espejo
(593 2) 2572 445 y 2287 673
centrohistorico1@quito-turismo.gob.ec
Lunes a viernes: 09:00 a 18:00. Sábados: 09:00 a 20:00.
Domingos: 10:00 a 17:00

2. MARISCAL - República del Cacao
Reina Victoria y Joaquin Pinto esq.
(593 2) 2551 566
mariscal@quito-turismo.gob.ec
Lunes a viernes : 09:00 a 18:00.

3. AEROPUERTO INTERNACIONAL MARISCAL SUCRE, ARRIBO INTERNACIONAL
Tababela
(593 2) 2818 363
aeropuerto@quito-turismo.gob.ec
Domingo a domingo: 24 horas

4. TERMINAL TERRESTRE QUITUMBE
Av. Cóndor Ñan y Av. Mariscal Sucre
(593 2) 3824 815
quitumbe@quito-turismo.gob.ec
Domingo a domingo: 09:00 a 17:30

5. CHIMBACALLE
Av. Maldonado y Sincholagua s/n - Sector Chimbacalle
(593 2) 2617 661
chimbacalle@quito-turismo.gob.ec
Lunes a viernes: 08:00 a 16:30.

A continuación se detallan los principales indicadores sobre la atención a los clientes y ciudadanos:

USUARIOS ATENDIDOS	2012	2013
Asesoramiento de requisitos para la obtención del registro turístico	1854	2238
Solicitudes realizadas y procesos para la obtención del registro turístico	1564	1938
Solicitudes realizadas y procesos de otro tipo de trámites: certificaciones, desbloqueos, actualización de datos, reactivaciones, pagos.	3763	4688
TOTAL	**7181**	**8864**

VERIFICACIONES TECNICAS EJECUTADAS		
TIPO DE ACTIVIDAD ECONOMICA	**2012**	**2013**
Agencias de Viaje	933	1052
Alimentos y bebidas	4342	5430
Alojamiento	798	1005
Recreación, Diversión y Esparcimiento / Reuniones	217	236
Transporte Turístico	168	193
Total	**6458**	**7916**

Dentro de la prestación de los servicios a la ciudadanía y en especial al sector turístico, Quito Turismo mantiene un proceso estricto de verificación del cumplimiento de la normativa turística en los establecimientos del Distrito Metropolitano, a continuación se presentan los principales resultados de esta gestión:

Desde mayo 2013 Quito Turismo administra el edifico de las terminales del ex aeropuerto Mariscal Sucre, previo a la construcción del proyecto del Centro de Convenciones de Quito, para lo cual entrega espacios que brindan un servicio al ciudadano:

N°	NOMBRE	OBJETO
1	UNIDAD DE NEGOCIOS DE ESPACIO PUBLICO - EPMMOP	OFICINAS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PARQUE BICENTENARIO
2	AEROSERVICIOS DEL ECUADOR MB&F S.A.	SERVICIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE QUITO AEROPUERTO AEROPUERTO SIN ESCALAS
3	LE P'TIT CAFÉ	SERVICIO DE CAFETERIA
4	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE MOVILIDAD Y OBRAS PUBLICAS - CENTRO DE GESTION DE LA MOVILIDAD	CENTRO DE MONITOREO DE LA MOVILIDAD EN LA CIUDAD DE QUITO
5	PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR - SECRETARIA DEL BUEN VIVIR	SECRETARIA DE RECIENTE CREACIÓN QUE VELA POR EL BUEN VIVIR DE LOS ECUATORIANOS
6	MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO - CENTRO DE MATRICULACION VEHICULAR	CENTRO DE MATRICULACION VEHICULOS QUE CIRCULAN EN EL DISTRITO
7	BANCO DEL PICHINCHA	SERVICIO DE CAJEROS AUTOMATICOS PARA LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES
8	BANCO DEL PACIFICO S.A.	
9	BANCO DE GUAYAQUIL S.A.	
10	BANCO DE LA PRODUCCION S.A. PRODUBANCO	
11	CRUZ ROJA ECUATORIANA	SERVICIO DE ATENCIÓN AMBULATORIA DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES
12	MARIA AMPARO VALLEJO CHACON	SERVICIO DE CAFETERIA
13	MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO - BALCON DE SERVICIOS	BALCON DE SERVICIOS PARA TRÁMITES MUNICIPALES
14	EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE MOVILIDAD Y OBRAS PUBLICAS - PARQUEADEROS	SERVICIO DE PAQUEADERO PARA USUARIOS DE LAS INSTALACIONES
16	AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL Y LA POLICIA METROPOLITANA DEL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPILITANO DE QUITO	SERVICIO DE BODEGAJE PARA ICAUTACIONES POR NEGOCIOS QUE INCUMPLEN NORMATIVAS DE USO DE ESPACIOS PÚBLICOS
17	CONTENEDORES - CAFETERIAS	SERVICIO DE CAFETERIA

Diagnóstico y análisis del proceso de licenciamiento turístico para la mejora de la atención de los servicios ciudadanos

Durante el año 2013 como parte del proceso de mejora de la gestión de los servicios que presta el Municipio el Distrito Metropolitano en lo relacionado al trámite de la Licencia Única de Actividades Económicas LUAE, Quito Honesto realizó una auditoria al proceso administrativo de obtención de la LUAE, dicha auditoría estableció varias observaciones encaminadas a mejorar la gestión:

Recomendaciones	Avance
Respecto a la documentación.- Información sobre sanciones administrativas a los contribuyentes, numeración de acta de verificación y eliminación de requisitos	En las actas de verificación de advertencia e infracción se incluye al reverso el articulado relacionado con las infracciones administrativas, del Capítulo 2 de la Ordenanza Metropolitana N° 276.
	Las actas de verificación están numeradas secuencialmente con la finalidad de llevar un control de los documentos e inspecciones; actualmente están siendo utilizadas para el proceso de inspección.
	En las actas de verificación se excluyó los ítems de patente, ICUS.
	Los requisitos del formulario de Alimentos y bebidas; Recreación, Diversión y Esparcimiento, están actualizados con ello evitamos redundar los trámites que previamente ha solicitado el Municipio de Quito por medio del ingreso del trámite de licenciamiento. Actualmente estamos utilizando la mencionada solicitud.
Respecto a los requisitos.- Nombre comercial del establecimiento certificado de búsqueda fonética	Hasta el momento no hemos logrado tener información concreta sobre el rango de tolerancia de similitud fonética y plazo máximo de aceptación del certificado de búsqueda fonética
Respecto a los sistemas informáticos.- Código fuente y registro de inspecciones	Quito Turismo posee el código fuente del sistema de catastros
	En proceso coordinado con la Dirección de Informática del Municipio para conocer e identificar que programas informáticos necesarios para fortalecer la plataforma informática que está diseñándose.
	Registro de inspecciones en el sistema de catastros con la finalidad de contar con un registro histórico de las inspecciones ejecutadas
	En proceso el diseño e implementación de un nuevo sistema de catastros.
Respecto a los flujogramas.-	Actualmente contamos con un flujograma de procesos del área de Calidad y Asistencia Técnica con respecto a los procesos de obtención de registro turístico, inspección, Distintivo “Q”, proceso sancionador.
Respecto a las inspecciones.-	Registro fotográfico de evidencias de contravenciones a las reglas técnicas a fin de sustentar los informes técnicos que se remiten a la AMC según la normativa.
	En proceso la optimización de recursos informáticos que permitan mejorar los tiempos de inspección y la calidad en el servicio.
	El 7 de octubre de 2013, mediante resolución 00013, se aprobaron las reglas técnicas, que regirán para los locales instalados en las Zonas Turísticas, conforme mandato de la ordenanza respectiva. Previa su puesta en vigencia, la Administración Turística La Mariscal y Quito Turismo han difundido y socializado la normativa, proceso que se extenderá al primer trimestre del 2014.

Como se evalúan su impacto y retorno:

Quito Turismo realiza encuestas de satisfacción a los turistas sobre el trato, calidad y seguridad recibida durante su estadía, recolectando también la percepción sobre el deseo de regresar y recomendar a conocidos a la ciudad y al país. Las encuestas se realizan en las oficinas de información turística ubicadas en el Aeropuerto Mariscal Sucre, Quitumbe, la Mariscal, Chimbacalle y la tienda de artesanías El Quinde ubicada en el Municipio de Quito.

Corrupción:

1.- Incidentes de corrupción:





Quito Turismo se acoge a la Ordenanza Metropolitana 116 en los artículos 3, 97, 109 y 111 que incorpora preconceptos para garantizar una administración pública libre de corrupción. Además Quito Turismo, al igual que otras entidades municipales, es sujeto de verificación por parte de Quito Honesto para asegurar la transparencia en sus procesos. En el año 2012 y de acuerdo a los parámetros de evaluación y a los monitoreos realizados, Quito Turismo obtuvo el sello de transparencia con un puntaje de 82,34 / 100 lo que evidencia el cumplimiento de los estándares de cantidad y calidad en la información que genera, estos estándares constan en el “Reglamento para la certificación de transparencia de la información en los sitios web del MDMQ”.

Participación pública

Trabajo conjunto con autoridades:

Al ser el turismo una actividad transversal, su gestión está basada en el relacionamiento directo con los diferentes niveles de gobierno y autoridades, Quito Turismo mantiene relaciones permanentes con: Ministerio de Turismo, Ministerio del Interior y otras Secretarías de Estado, Secretaría de Desarrollo Productivo y otras entidades Municipales, Gobierno de la Provincia de Pichincha, las 33 Juntas Parroquiales del Distrito Metropolitano así como otras instituciones del gobierno central.



Diálogo social

Mecanismos de priorización stakeholders:

El relacionamiento que se tiene con los grupos de interés se lo ha manejado hasta el momento en función a las necesidades de relacionamiento individual con cada grupo. Permitiendo priorizar a los siguientes:

Ámbito Nacional: Municipio de Quito, Gobierno Nacional, Lugares de entretenimiento, Aeropuertos nacionales, Pasajeros nacionales, Estudiantes residentes, Medios de trasporte terrestres, Municipios y consejos provinciales, Policía y fuerzas armadas, Restaurantes y similares, Asistentes a ferias y congresos, Población nacional y local, Gremios del sector turístico, Lugares de atracción turística en Quito, Hoteles y otros sitios de alojamiento en Quito, Agencias de viaje y operadoras, Medios de comunicación nacionales, Líneas aéreas nacionales, Turistas nacionales.

Ámbito internacional: Agencia de viajes internacionales y operadores, Organizaciones internacionales de turismo, Turista extranjero, Líneas aéreas internacionales, Asistentes a congresos y ferias, Turistas extranjeros, Medios de comunicación internacionales y Aeropuertos internacionales.

Temas de interés de los stakeholders:

Quito Turismo trabajo de manera activa con la Academia especialmente universidades que mantienen carreras relacionadas al turismo, hotelería y afines, este trabajo en conjunto tiene como finalidad desarrollar proyectos de cooperación que involucren la investigación, el desarrollo de productos turísticos y la promoción de la ciudad de Quito.

Durante el año 2012 Quito Turismo y la Universidad de las Américas cooperaron en varios proyectos turísticos de la ciudad

- **Concurso de las fanescas de Quito**
- **Desarrollo del producto Culinario de Quito**

- **La elección de la mejor colada Morada y guagua de pan**

- **Participación en la feria Texturas, Colores y Sabores**

Esta colaboración estuvo enfocada a la definición de parámetros técnicos, para los concursos, la investigación histórica y científica para la definición del Producto Culinario de Quito

Quito Turismo ha participado activamente en las mesas de turismo que organizó el Gobierno Provincial de Pichincha, de lo cual derivó la Agenda Productiva Provincial y donde el turismo con varios programas constituyó uno de los ejes estratégicos de trabajo que se ha concretado en un programa de fortalecimiento a la calidad a nivel provincial por lo que el Gobierno Provincial de Pichincha entrega actualmente el Distintivo Q gracias a un convenio de cooperación suscrito con Quito Turismo.

Quito Turismo mantiene reuniones y mesas de trabajo permanentes con los gremios turísticos privados y con universidades con los cuales encaminan propuestas y acciones conjuntas para crear y fortalecer productos turísticos de ciudad y promocionar el destino Quito a nivel nacional e internacional.

Canales usados con stakeholders:

Los canales tradicionales de comunicación con stakeholders al momento son a través de la página web, boletines diarios, semanales y mensuales, redes sociales, medios de comunicación oficiales y comerciales al igual que publicaciones impresas, además de reuniones directas con los diferentes actores.

La Ordenanza 236 “sobre los Instrumentos de Regulación, Control, Desarrollo y Promoción de la Actividad Turística en el Distrito Metropolitano de Quito” en su artículo 10 establece la creación del Consejo Consultivo de Turismo en el Distrito Metropolitano, que se constituye como un órgano colegiado de asesoramiento a los distintos organismos y dependencias del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en el ámbito de la planificación, organización, coordinación, promoción y regulación de las actividades turísticas. De esta manera se garantiza la participación de los diferentes grupos de interés en la gestión turística de la ciudad

Metas - Compromisos

Para Quito Turismo es importante la mejora continua de sus actividades, por esta razón se definieron actividades durante el 2013 en temas como:

1. Desarrollar un sistema que permita evaluar los proyectos sociales en términos de aporte de valor considerando inversión, impacto y retornos.

2. Incrementar el relacionamiento que ya se tiene en gremios y asociaciones entre las que se cuenta a CAPTUR (Cámara de Turismo de Pichincha), CAPACITUR (Centro de Formación y Capacitación Turística), QUALITUR, Grupo Zona La Mariscal, Comité Pro Mejoras La Ronda, Buró del Centro Histórico, HQM (Hoteles de Quito Metropolitano), OPTUR (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador), MINTUR

3. Desarrollar políticas anticorrupción específicas para la gestión partiendo de un código de ética empresarial.

4. Generar un proceso de mediación sobre la calidad y la responsabilidad en la prestación de servicios turísticos entre los turistas , proveedores de servicios e instituciones públicas competentes

Consumo responsable

Presentación de servicios.

Quito Turismo es una empresa metropolitana que brinda servicios en:

1. **Información turística.**
2. **Registro y control de establecimientos turísticos.**
3. **Asistencia técnica a servicios turísticos,**
4. **Capacitación en competencia laborales y calidad de servicio a establecimientos turísticos.**
5. **Promoción Turística de la ciudad.**
6. **Asistencia a inversionistas en sector turístico.**
7. **Facilitación turística (señalización y orientación al turista).**
8. **Asistencia en seguridad turística (oficinas de seguridad turística en colaboración con la Policía Metropolitana y Nacional).**
9. **Organización de eventos y alquiler de espacios para eventos municipales (Centro de Eventos Bicentenario y Convenciones Eugenio Espejo).**
10. **Asesoría en organización de eventos en centros patrimoniales (Museo del agua Yaku, Centro de Convenciones Itchimbía, Museo de la Ciudad, Museo Interactivo de Ciencias, Centro Cultural Metropolitano y Centro de Arte Contemporáneo).**
11. **De igual manera está a cargo de la tienda "El Quinde" (venta de artesanías y artículos promocionales la ciudad). También está a cargo del diseño y desarrollo de productos turísticos y el posicionamiento de la marca Turística de "Quito Ciudad".**

Confidencialidad

La confidencialidad en cuanto a la informacíon suministrada y datos aportados por parte de turistas y establecimientos turísticos al momento de hacer sondeos, encuestas y estadísticas, están cuidadosamente custodiados conforme a la ley.

Competencia legal

La Empresa Metropolitana Quito Turismo como órgano regulador de las actividades turísticas del DMQ ha desarrollado iniciativas que van encaminadas a fortalecer la formalidad y mejorar el servicio de operadoras turísticas y sitios que están en directa relación con el turista a través de las siguientes iniciativas:

Licenciamiento turístico

Es un componente del licenciamiento municipal. Cada actividad económica en Quito debe obtener anualmente la Licencia Única de Actividades Económicas LUAE, para lo cual el interesado debe acercarse a las ventanillas de licenciamiento de las administraciones zonales e iniciar su trámite. El sistema informático requiere de todos los componentes técnicos, verificaciones, aprobaciones y pagos.

Satisfacción del cliente

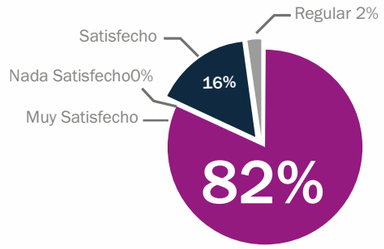
Como parte de un proceso de retro alimentación de la calidad de servicio que la ciudad ofrece, se desarrolla una encuesta a los turistas con el afán de sondear la apreciación y el grado de satisfacción de los servicios que Quito brindó en su estadía.

ENCUESTA DE SATISFACCION DEL SERVICIO DE INFORMACION TURISTICA

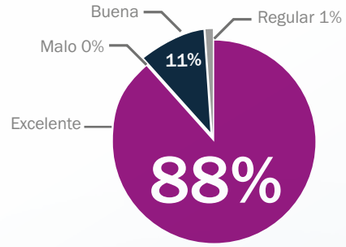
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Terrible	Total
Satisfacción del Cliente	283	56	5	1		
Agilidad del servicio	302	38	4	1		
Conocimiento del personal	316	28	1			
Calidad de la Información brindada.	311	34				345
Material Disponible	291	52	2			
Calidad del servicio	315	30				



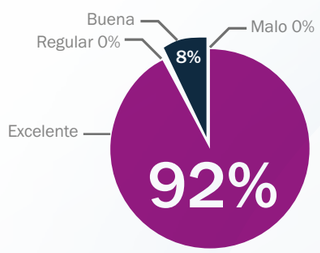
Satisfacción del Cliente
El 82% de los usuarios de los puntos de información se encuentran muy satisfechos con el servicio brindado.



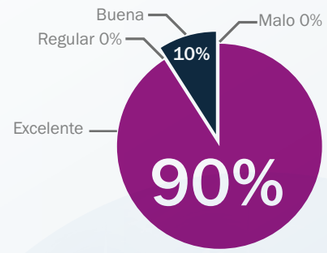
Agilidad del servicio
El 88% de los usuarios de los puntos de información consideran como excelente la agilidad del servicio



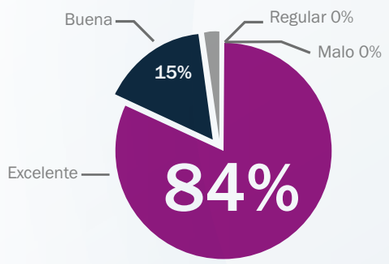
Conocimiento del personal
El 92% de los encuestados consideran como excelente el conocimiento del personal de atención al turista



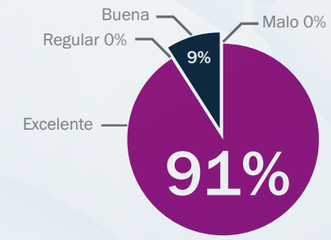
Calidad de la Información brindada.
El 90% de los usuarios encuestados consideran como excelente la calidad de la información brindada



Material Disponible
El 84% de los encuestados consideran como excelente el material informativo disponible



Calidad del servicio
El 91% de los usuarios califican como excelente la calidad del servicio de los puntos de información turística de Quito Turismo





Recomendaría el CIT	SI	NO
Centro Histórico	102	
La Mariscal	46	
Aeropuerto	46	
Chimbacalle	73	
Quitumbe	78	
TOTAL	**345**	

El 100% de los usuarios encuestados recomendarían los puntos de Información Turística

Metas - Compromisos

En el 2013, Quito Turismo optimizó el contenido de la página web www.quito.com.ec con el fin de lograr una mejor experiencia para el usuario y potencial visitante al destino turístico.

Cuidado al ambiente

Políticas ambientales

La Empresa Metropolitana Quito Turismo cuenta con un Plan de Buenas Prácticas Ambientales, a continuación sus objetivos:

Objetivo General

Desarrollar acciones que impulsen la implementación de Buenas Prácticas Ambientales en la Gestión Empresarial Sostenible de Quito Turismo.

Objetivos Específicos

1. **Promover los principios del desarrollo sostenible.**
2. **Crear y hacer cumplir las políticas sostenibles de la empresa.**
3. **Diseñar el plan de trabajo y asignar responsables.**
4. **Sensibilizar a los involucrados para un mayor compromiso con el cambio.**
5. **Capacitar al personal en el tema de buenas prácticas.**
6. **Dar seguimiento a la implementación de buenas prácticas.**
7. **Realizar informes del desempeño de la empresa en relación con buenas prácticas.**
8. **Ejecutar acciones correctivas en caso de resultados negativos respecto a buenas prácticas.**

Sistemas de gestión

Quito Turismo acata la normativa metropolitana prevista en la Ordenanza Nº 250 que versa sobre la prevención y control del medio ambiente.

CONSUMO ENERGÍA, AGUA, COMBUSTIBLES, MATERIALES Y SU DISPOSICIÓN FINAL 2012

Energía	
Cantidad de kilovatios consumidos 2012	63087
Cantidad en US$ pagada por energía durante 2012	4289,89
Agua	
Cantidad de metros cúbicos consumidos 2012	661
Cantidad en US$ pagados por agua en 2012	918,06
Emisiones	
Cantidad de vehículos propios usados en el negocio (no venta, si alquiler) camiones, trailers, durante el 2012 (transporte productos, servicios o colaboradores)	4
Generación de desechos	
Cantidad en kilogramos al año entregados a basura común	no se controló
Cantidad de kilogramos entregados a gestores ambientales	no se entregó a gestores
Cantidad de empaques (piezas partes y vehículos usados en transporte para transportación)	no aplica
combustibles (giro del negocio)	
Gasolina USD	619,18
Diesel USD	316,24

CONSUMO ENERGÍA, AGUA, COMBUSTIBLES, MATERIALES Y SU DISPOSICIÓN FINAL 2013

Energía	
Cantidad de kilovatios consumidos 2013	982294
Cantidad en US$ pagada por energía durante 2013	66.796,00
Agua	
Cantidad de metros cúbicos consumidos 2012	26366
Cantidad en US$ pagados por agua en 2012	18.984,00
Emisiones	
Cantidad de vehículos propios usados en el negocio (no venta, si alquiler) camiones, trailers, durante el 2012 (transporte productos, servicios o colaboradores)	4
Generación de desechos	
Cantidad en kilogramos al año entregados a basura común	no se controló
Cantidad de kilogramos entregados a gestores ambientales	no se entregó a gestores
Cantidad de empaques (piezas partes y vehículos usados en transporte para transportación)	no aplica
combustibles (giro del negocio)	
Gasolina USD	138,60
Diesel USD	569,40

Cuidado ambiental

Las principales acciones en el ámbito administrativo son:

1. **Cambio de focos normales por fluorescentes ahorradores**

2. **Bloqueo de cableado innecesario en las oficinas del Ex Aeropuerto Mariscal Sucre.**

3. **Regulación de llaves de agua potable y mantenimiento continuo e inmediato de tuberías.**

Desde el 2012 Quito Turismo ha intervenido con las siguientes acciones en el ámbito ambiental:

4. **En el 2012 se implementó señalización turística e interpretativa en las rutas El Tingo-Cruz del Ilaló y Guangopolo - Ilaló. Como parte al fortalecimiento de esta zona protegida y de relevancia ambiental.**

5. **Se ha diseñado 5 rutas turísticas en el Área Natural Pichincha – Atacazo. Cada una de las rutas se encuentran señalizadas, para el desarrollo de un turismo sostenible y de bajo impacto a los recursos naturales: Las rutas turísticas son:**

- Guagua Pichincha-Cruz Loma
- La Chorrera-Cruz loma
- Bosque de Miraflores –Cruz loma
- Río Pichán-Cruz Loma
- Rutas El Cinto-Cruz loma

6. **En noviembre del 2012 se firma un convenio con la Secretaría de Ambiente para el desarrollo de un "Producto de naturaleza en las Áreas de Conservación y Uso Sustentable del DMQ"**

7. **En el 2012 Quito Turismo inició con la implementación de Buenas Prácticas Ambientales como parte del Programa de la Secretaría de Ambiente. Este proceso ha permitido minimizar y medir los impactos ambientales ocasionados en las actividades cotidianas de la Institución.**

8. **En el 2013 se diseñó 2 rutas de ciclismo de montaña, implementación de facilidades turísticas, señalización de aproximación de atractivos, centros poblados y ruta de bicicletas en el Área de Conservación Mashpi-Guaycuyacu-Sahuangal. Con un monto de inversión de USD 111.904,77**

MIEMBROS.

Desde enero de 2011, Quito Turismo es miembro del Comité Interinstitucional para la Gestión y el Manejo coordinado del Área comprendida en las estribaciones orientales de los volcanes Pichincha y Atacazo, declarada como Patrimonio Natural, Histórico y Paisajístico.

Inversión ambiental

Al momento no se cuenta con un rubro para inversión ambiental.

Retornos - Objetivos alcanzados

Metas – Compromisos

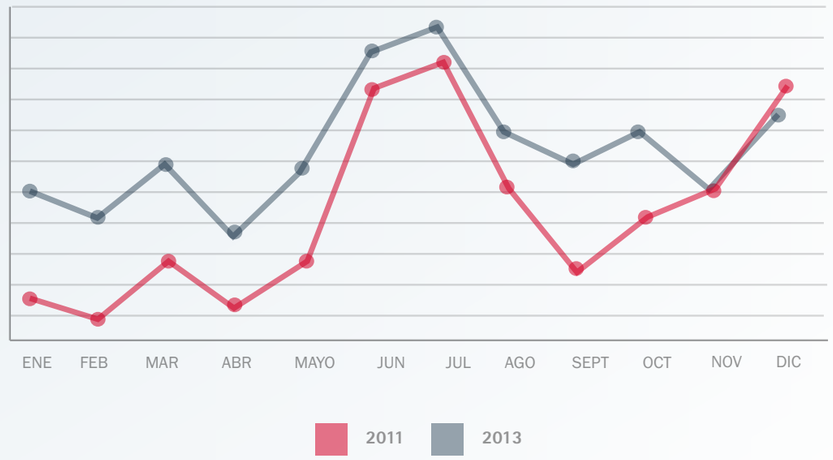
Nuestro compromiso con el ambiente nos marca ciertas pautas, por ello estamos trabajando en una matriz de riesgos ambientales, desarrollando campañas de ahorro en las áreas administrativas, sistematizando la recolección de datos lo que nos permitirá especializarlos y profundizarlos.

Se analizará las verdaderas necesidades de la empresa en cuanto a la impresión del material que actualmente se utiliza. Se proyecta reducir de forma considerable el uso de papel y tintas.

Resultado de gestión en cifras

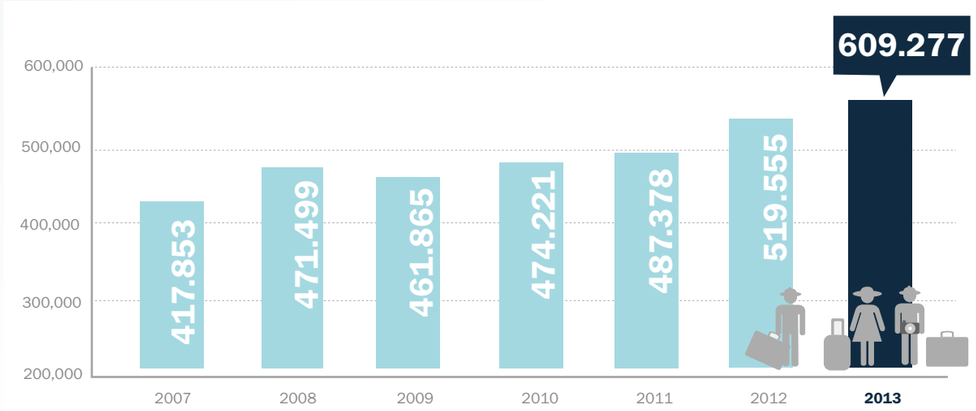
Como resultado de la gestión integral de Quito Turismo a continuación presentamos los principales datos y cifras de la ciudad de Quito relacionadas a la actividad turística de los años 2012 y 2013

LLEGADAS DE TURISTAS A QUITO POR MES



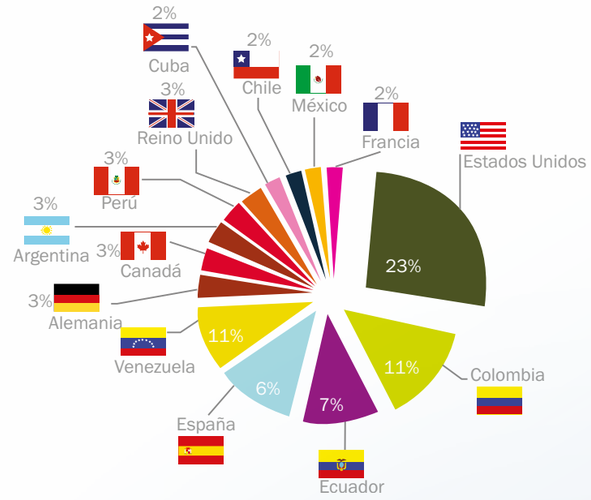
Si bien existen varios picos en el año, el mes de Julio (tanto de 2012 como de 2013), ha sido el de mayor afluencia de turistas a la ciudad de Quito

LLEGADA DE TURISTAS AL DMQ 2007-2013



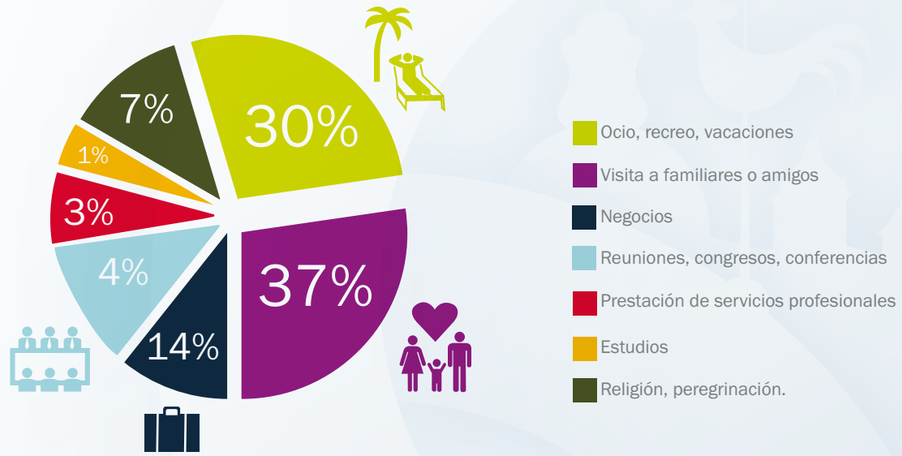
La llegada de turistas en 2013 tiene un incremento del 14% respecto del 2012. De mantenerse este porcentaje de crecimiento, se estima que en 2018 la ciudad de Quito llegaría a tener un millón de visitantes.

PAÍS DE NACIONALIDAD DEL TURISTA DE QUITO



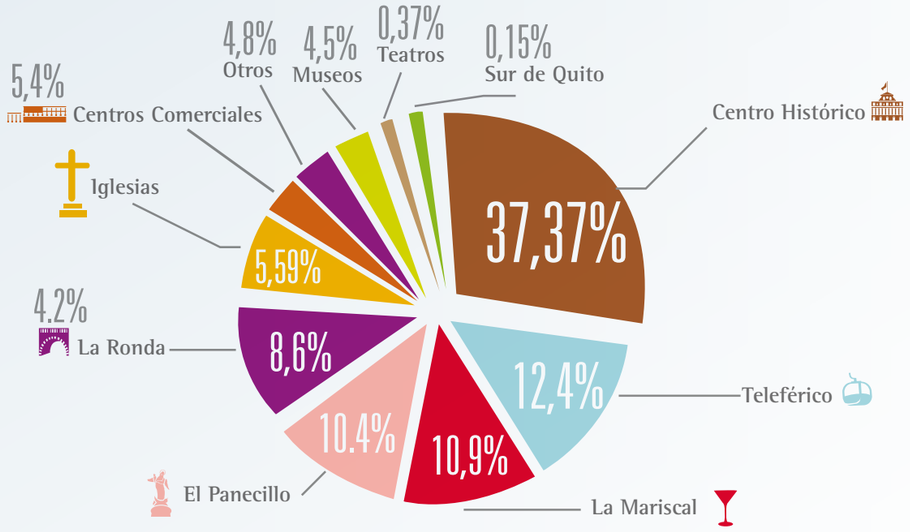
Los turistas de Estados Unidos son el principal mercado de turistas del DMQ con un 23% del total de visitantes en 2013, seguido de Colombia, Venezuela, Ecuador (no residentes) y España

MOTIVO DE VIAJE DEL TURISTA



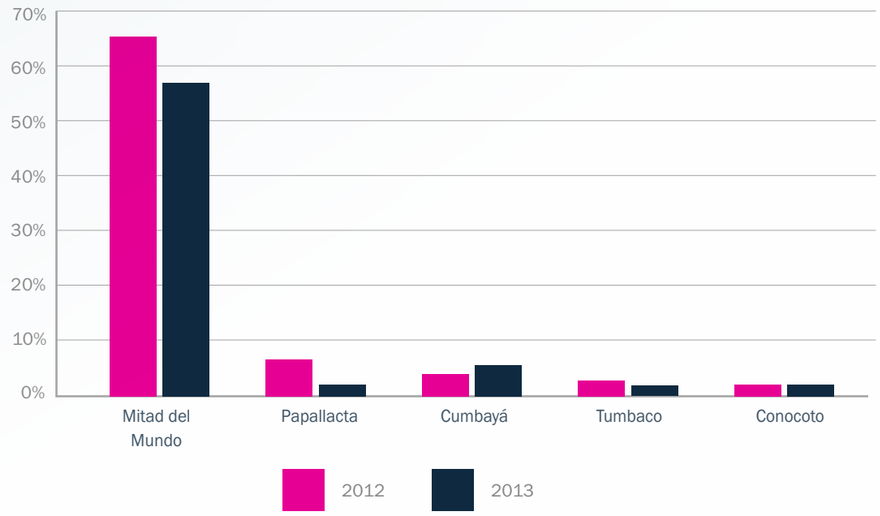
El turista que visita a Quito llega motivado por: visita a familiares o amigos, además por ocio, recreo y vacaciones; seguido por motivo de negocios.

LOS SITIOS MÁS VISITADOS



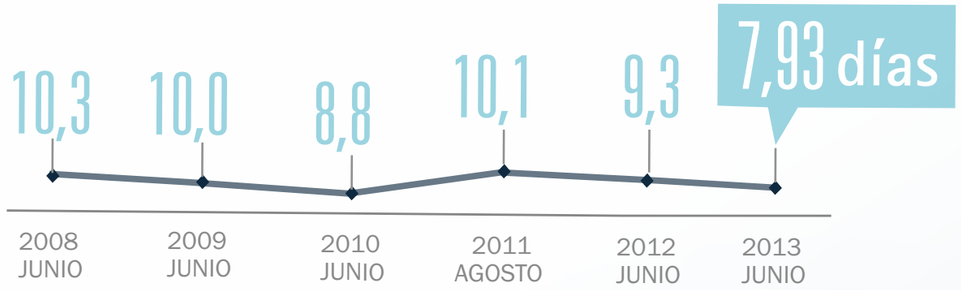
Al preguntar al turista: ¿qué es lo que visitó? menciona algunos de los atractivos que se concentran en el Centro Histórico con un aproximado del 61% y en el sector de La Mariscal con un 22%. Ambas son consideradas como las Zonas Especiales Turísticas de Quito (ZET). Siendo la misma tendencia del año 2012.

Sitios más visitados - cercanías
2012 - 2013



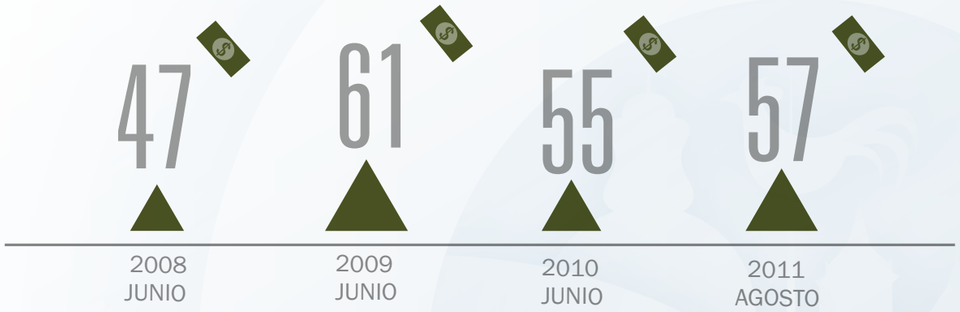
En 2013 se mantiene la Mitad del Mundo (parroquia San Antonio) como la más visitada por los turistas del DMQ, al igual que en 2012.

ESTANCIA TURÍSTICA EN LA CIUDAD



La estadía media del turista de Quito, en junio 2013 fue de 7,93 días, menos que en 2012 debido a un fenómeno mundial de un aumento del número de llegadas de turistas con estancias cada vez menores a los países receptores.

GASTO DIARIO USD $

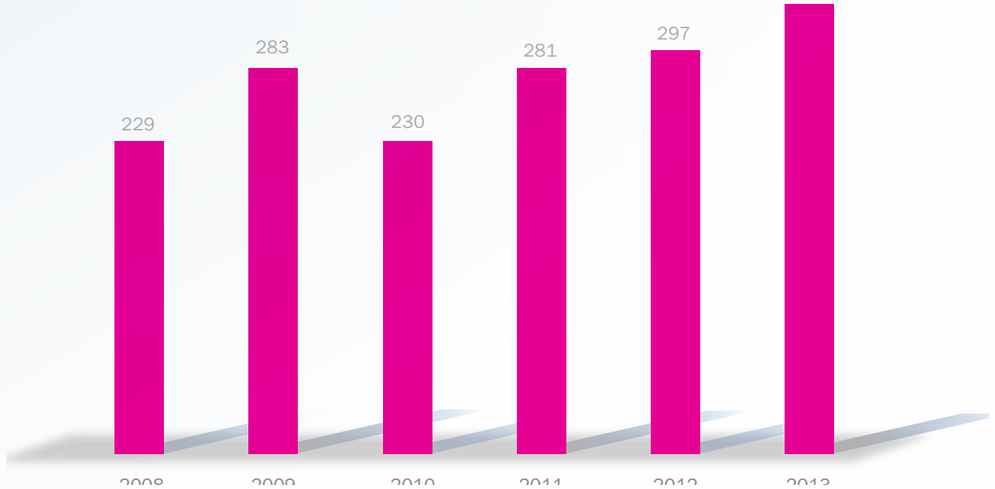


El gasto diario del turista que llega a Quito fue de US$ 65 en junio 2013, es decir un 9% más que el mismo mes del año 2012,

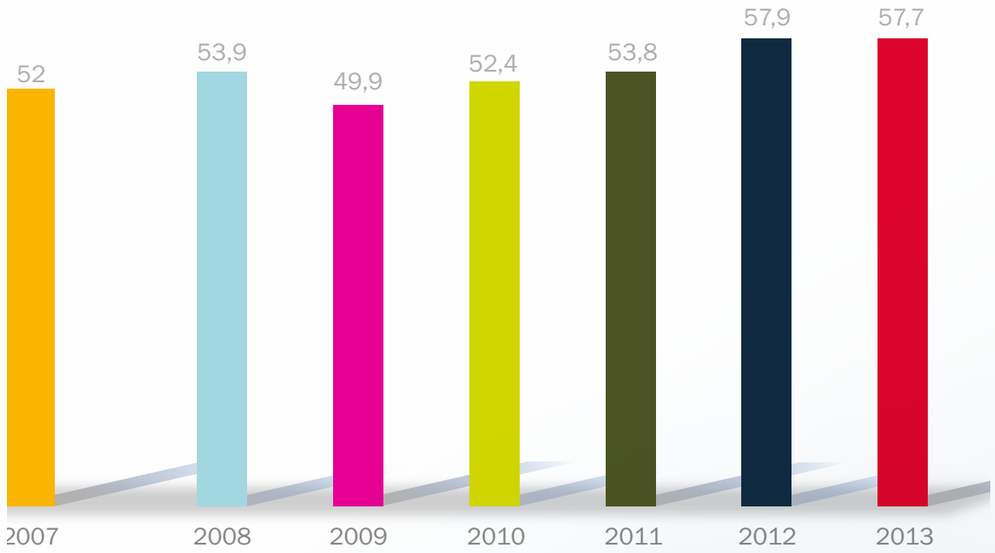


El gasto total promedio turístico en Quito fue de US$ 518 en junio 2013, es decir un 7% menor que junio de 2012, debido a que la estancia en la ciudad ha disminuido de forma similar a lo observado en el resto del mundo.

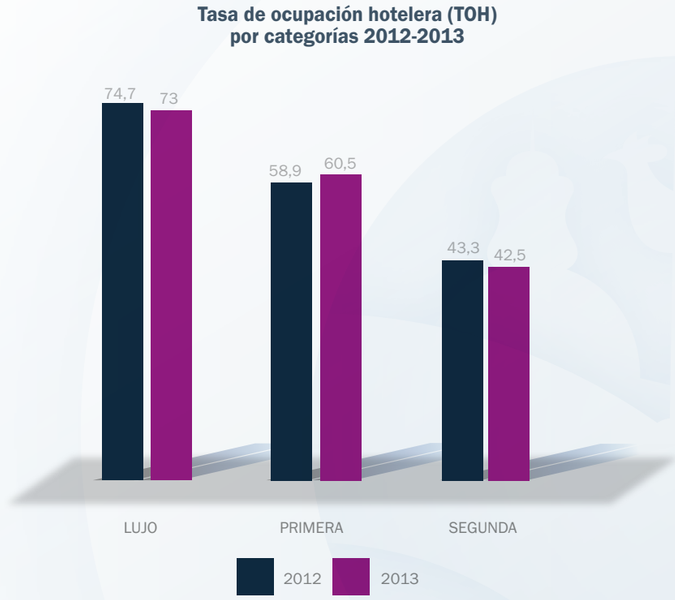
INGRESO ANUAL DE DIVISAS POR GASTO TURÍSTICO
MILLONES DE USD$



De acuerdo a las llegadas de turistas no residentes registradas en 2013, a la estancia media de 7.93 días y al gasto per cápita promedio de gasto receptor en la ciudad (518 dólares) de junio 2013, el ingreso anual de divisas de la ciudad de Quito, se estima es de aproximadamente 332 millones de dólares, 12% más que en el año 2012}



La Tasa de Ocupación Hotelera del DMQ se mantiene en un 58% en el 2013, igual que lo sucedido en 2012. Siendo una tasa importante, relacionada a datos mundiales.



Igualmente se mantiene la Tasa de Ocupación Hotelera por categoría, de manera similar en ambos años. Siendo la categoría de lujo la que mantiene el liderazgo de ocupación

Manejo financiero

Una de las principales responsabilidades de una empresa metropolitana es brindar un servicio de calidad y eficiencia, optimizando los recursos asignados y generando el bienestar de sus consumidores, para lo cual el relacionamiento que mantiene con todos sus grupos de interés debe ser óptimo y oportuno brindando amabilidad, tranquilidad y respeto a las personas a quien sirve.

Quito Turismo es una empresa joven, en creciente desarrollo que maneja con responsabilidad los recursos económicos asignados, cumpliendo con sus proveedores, clientes, consumidores de forma eficiente.

Generación y distribución de los recursos

Uno de los objetivos fundamentales de toda empresa es la generación de valor económico a través de la optimización de recursos financieros, en tal virtud, Quito Turismo cumple con todas su obligaciones y está en continuo proceso optimización de recursos.

Inversiones	2012	2013
Maquinaria, equipos,	36.461,46	24.751,56
infraestructura: terreno, edificio	0,00	0,00
Vehículos para giro del negocio	0,00	0,00
equipos de computación	57.072,24	41,918,26
muebles y enseres, equipos de comunicación	33.305,61	174,563,30

Inversiones RC

Inversiones RC	2012	2013
Capacitación proveedores	45.000,00	42.332,70
Mejora en procesos de atención a proveedores	0,00	0,00
Capacitación colaboradores	37.197,69	17.784.00
Ambientales: plantas, ahorros, campañas,	2.260,00	2500
Aportes a la comunidad	0,00	0,00

Proveedores

Clasificación proveedores por origen	2012	2013
% proveedores locales	82,78%	80,68%
% proveedores nacionales	15,64%	17,84%
% proveedores internacionales	1,58%	1,48%
Total proveedores en números	**633**	**665**

Clasificación proveedores por compras	2012	2013
% compras a proveedores locales	81,62%	77,32%
% compras a proveedores nacionales	10,38%	11,68%
% compras a proveedores internacionales	8,00%	11,00%
Total compras en US$	**4.005.449,85**	**4.363.080,22**

Clasificación proveedores por transacciones	2012	2013
% transacciones a proveedores locales	88,23%	86,32%
% transacciones a proveedores nacionales	10,74%	12,70%
% transacciones a proveedores internacionales	1,03%	0,98%
Total transacciones en números	**2336**	**2453**

Clasificación proveedores por región	2012	2013
% costa	5,06%	3,06%
% sierra	93,36%	95,36%
% oriente	0,32%	0,52%
% exterior	1,26%	1,06%
Total proveedores en números	**633**	**665**

Proceso y parámetros para selección y evaluación de proveedores

Quito Turismo, por su naturaleza jurídica de entidad del Sector Público cumple con todas las normas y disposiciones de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública y su Reglamento.

PARÁMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
Aspectos Financieros

EJECUCION PRESUPUESTARIA - INGRESOS POA 2012 -2013

EJECUCIÓN DE INGRESOS AÑO 2012

Cód.	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Devengado Acumulado	%
13	TASAS Y CONTRIBUCIONES	1.900.000,00	222.926,51	2.122.926,51	2.034.289,14	95,82%
14	VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	668.082,27	992.182,60	1.660.264,87	1.276.958,07	76,91%
17	RENTAS DE INVERSIONES Y MULTAS	1.066.000,00	(188.151,52)	877.848,48	831.911,43	94,77%
18	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	1.951.320,00	(244.750,00)	1.706.570,00	1.705.570,00	99,94%
19	OTROS INGRESOS		29.854,62	29.854,62	35.895,63	120,23%
37	FINANCIAMIENTO INTERNO		1.125.705,50	1.125.705,50	1.125.705,50	100,00%
38	CUENTAS PENDIENTES POR COBRAR		450.000,00	450.000,00	450.000,00	100,00%
Totales=>		**5.585.402,27**	**2.387.767,71**	**7.973.169,98**	**7.460.329,77**	**93,57%**

EJECUCIÓN DE GASTOS AÑO 2012

Cód.	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Devengado Acumulado	%
71	GASTOS EN PERSONAL PARA INVERSION	1.982.284,17	(111.727,01)	1.870.557,16	1.737.986,34	92,91%
73	BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO PARA INVERSION	3.418.719,81	1.880.954,06	5.299.673,87	4.301.132,68	81,16%
75	OBRAS PUBLICAS	12.000,00	3.920,59	15.920,59	12.329,40	77,44%
77	OTROS GASTOS DE INVERSION	60.164,80	427.333,31	487.498,11	277.558,37	56,94%
78	TRANSFERENCIAS PARA INVERSION		100.897,10	100.897,10	97.417,93	96,55%
84	ACTIVOS DE LARGA DURACION	112.233,49	86.389,66	198.623,15	126.839,31	63,86%
Totales=>		**5.585.402,27**	**2.387.767,71**	**7.973.169,98**	**6.553.264,03**	**82,19%**

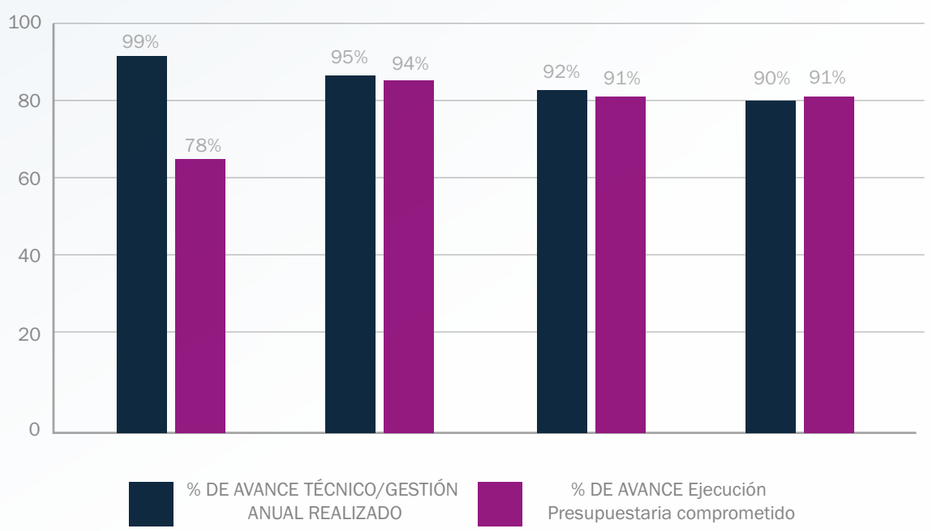
EJECUCIÓN DE INGRESOS AÑO 2013

Cód.	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Devengado Acumulado	%
13	TASAS Y CONTRIBUCIONES	2.100.000,00	100.000,00	2.200.000,00	2.206.641,90	100,30%
14	VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	897.413,55	55.999,83	953.413,38	1.025.772,18	107,59%
17	RENTAS DE INVERSIONES Y MULTAS	847.500,00	677.315,36	1.524.815,36	1.595.455,80	104,63%
18	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	2.005.165,00	(172.940,23)	1.832.224,77	1.848.830,21	100,91%
19	OTROS INGRESOS		110.968,84	110.968,84	95.157,12	85,75%
37	FINANCIAMIENTO INTERNO	79.454,00	553.355,92	632.809,92	632.809,92	100,00%
Totales=>		**5.929.532,55**	**1.324.699,72**	**7.254.232,27**	**7.404.667,13**	**102,07%**

EJECUCIÓN DE GASTOS AÑO 2013

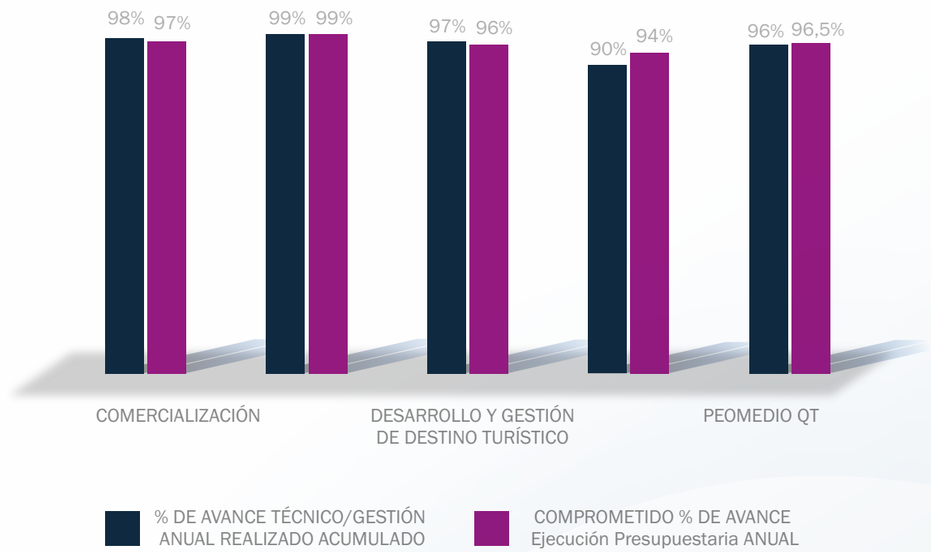
Cód.	Partida	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Devengado Acumulado	%
71	GASTOS EN PERSONAL PARA INVERSION	1.983.832,19	222.994,07	2.206.826,26	2.130.153,00	96,53%
73	BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO PARA INVERSION	3.471.394,78	978.749,41	4.450.144,19	4.188.928,24	94,13%
75	OBRAS PUBLICAS	-	105,57	105,57	105,57	100,00%
77	OTROS GASTOS DE INVERSION	310.145,58	(23.265,14)	286.880,44	215.499,19	75,12%
78	TRANSFERENCIAS PARA INVERSION	41.000,00	25.816,98	66.816,98	60.165,86	90,05%
84	ACTIVOS DE LARGA DURACION	123.160,00	120.298,83	243.458,83	241.233,12	99,09%
Totales=>		**5.929.532,55**	**1.324.699,72**	**7.254.232,27**	**6.836.084,98**	**94,24%**

Avance técnico vs. avance ejecución presupuestaria 2012



El avance técnico promedio es del 94%; y el presupuesto comprometido del 89%.

Avance técnico Planificado vs. Realizado al 31-diciembre-2013



El avance técnico de la empresa llega a un 96%, frente a un avance presupuestario comprometido en gastos del 96.5% en el 2013.

Recomendaciones	Avance
Respecto a la documentación.- Información sobre sanciones administrativas a los contribuyentes, numeración de acta de verificación y eliminación de requisitos	En las actas de verificación de advertencia e infracción se incluye al reverso el articulado relacionado con las infracciones administrativas, del Capítulo 2 de la Ordenanza Metropolitana N° 276.
	Las actas de verificación están numeradas secuencialmente con la finalidad de llevar un control de los documentos e inspecciones; actualmente están siendo utilizadas para el proceso de inspección.
	En las actas de verificación se excluyó los ítems de patente, ICUS.
	Los requisitos del formulario de Alimentos y bebidas; Recreación, Diversión y Esparcimiento, están actualizados con ello evitamos redundar los trámites que previamente ha solicitado el Municipio de Quito por medio del ingreso del trámite de licenciamiento. Actualmente estamos utilizando la mencionada solicitud.
Respecto a los requisitos.- Nombre comercial del establecimiento certificado de búsqueda fonética	Hasta el momento no hemos logrado tener información concreta sobre el rango de tolerancia de similitud fonética y plazo máximo de aceptación del certificado de búsqueda fonética
Respecto a los sistemas informáticos.- Código fuente y registro de inspecciones	Quito Turismo posee el código fuente del sistema de catastros
	En proceso coordinado con la Dirección de Informática del Municipio para conocer e identificar que programas informáticos necesarios para fortalecer la plataforma informática que está diseñándose.
	Registro de inspecciones en el sistema de catastros con la finalidad de contar con un registro histórico de las inspecciones ejecutadas
	En proceso el diseño e implementación de un nuevo sistema de catastros.
Respecto a los flujogramas.-	Actualmente contamos con un flujograma de procesos del área de Calidad y Asistencia Técnica con respecto a los procesos de obtención de registro turístico, inspección, Distintivo “Q”, proceso sancionador.
Respecto a las inspecciones.-	Registro fotográfico de evidencias de contravenciones a las reglas técnicas a fin de sustentar los informes técnicos que se remiten a la AMC según la normativa.
	En proceso la optimización de recursos informáticos que permitan mejorar los tiempos de inspección y la calidad en el servicio.
	El 7 de octubre de 2013, mediante resolución 00013, se aprobaron las reglas técnicas, que regirán para los locales instalados en las Zonas Turísticas, conforme mandato de la ordenanza respectiva. Previa su puesta en vigencia, la Administración Turística La Mariscal y Quito Turismo han difundido y socializado la normativa, proceso que se extenderá al primer trimestre del 2014.

Parámetros y alcance de la Memoria

INDICADORES GRI

Nivel de aplicacion

ESTANDARES PARA DIVULGACION PARTE 1: Divulgacion de Perfiles

1. Estrategia y Analisis

Perfil de divulgacion	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	R	Prologo
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	R	Prologo

2. Perfil de la organizacion

Perfil de divulgacion	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
2.1	Nombre de la organización.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	R	CONSUMO RESPONSABLE
2.3	Estructura operativa de la organización.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.5	Número de países en los que opera y nombre en los que desarrolla actividades significativas.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.7	Mercados servidos.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.8	Dimensiones de la organización (número de empleados, ventas netas, capitalización total, cantidad de productos o servicios prestados, etc.).	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.9	Cambios significativos en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
2.10	Premios y distinciones.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION

3. Parametros del reporte

Perfil de divulgacion	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria (determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos incluidos en la memoria, identificación de los grupos de interés).	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.6	Cobertura de la memoria.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que pueden afectar negativamente a la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.9	Técnicas de medición de datos, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones aplicadas.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.10	Descripción del efecto que pueda tener volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.11	Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en La memoria.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria.	R	PARAMETROS Y ALCANCE DE LA MEMORIA
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	R	N/A

Gobierno, Compromisos y participacion			
Perfil de divulgacion	**Divulgacion**	**Nivel de Reporte**	**Ubicacion de divulgacion**
4.1	Estructura de gobierno de la organización.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.3	En aquella organización que tenga estructura directiva unitaria, indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.8	Declaración de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a los que la organización apoya.	R	PERFIL DE LA ORGANIZACION
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
Estandares de divulgacion. Parte II. Divulgaciones y enfoque de la direccion (DMAs)			
G3.1 DMAs	**Divulgacion**	**Nivel de Reporte**	**Ubicacion de divulgacion**
DMA EC	**Divulgacion sobre enfoque de la direccion EC**		
Aspectos	Desempeno economico	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
	Presencia en el mercado	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
	Impactos economicos indirectos	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
DMA EN	**Divulgacion sobre enfoque de la direccion EN**		
Aspectos	Materiales	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	Energia	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	Agua	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	Biodiversidad	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	Emisiones, efluentes y residuos	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	Productos y servicios	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	Cumplimiento	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	Transporte	R	CUIDADO AL AMBIENTE
	General	R	CUIDADO AL AMBIENTE

DMA LA	**Divulgacion sobre enfoque de la direccion LA**		
Aspectos	Empleo	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
	Relaciones laborales	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Salud y Seguridad ocupacional	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Formacion y educacion	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Diversidad y oportunidad	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Igualdad en remuneracion por genero	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
DMA HR	**Divulgacion sobre enfoque de la direccion HR**		
Aspectos	Practicas de inversion y abastecimiento	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	No discriminacion	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Libertad de Asociacion	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Trabajo infantil	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Trabajos forzados	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Practicas de seguridad	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Derechos de los indigenas	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Aseguramiento	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
	Remediacion	R	RELACIONES CON LOS COLABORADORES
DMA SO	**Divulgacion sobre enfoque de la direccion SO**		
Aspectos	Sociedad y comunidad	R	RELACIONES CON LA SOCIEDAD
	Corrupcion	R	RELACIONES CON LA SOCIEDAD
	Politicas publicas	R	RELACIONES CON LA SOCIEDAD
	Comportamiento de competencia desleal	R	RELACIONES CON LA SOCIEDAD
	Cumplimiento	R	RELACIONES CON LA SOCIEDAD
DMA PR	**Divulgacion sobre enfoque de la direccion PR**		
Aspectos	Salud y seguridad del cliente	R	CONSUMO RESPONSABLE
	Productos y servicios	R	CONSUMO RESPONSABLE
	Comunicaciones de marketing	R	CONSUMO RESPONSABLE
	Intimidad del cliente	R	CONSUMO RESPONSABLE
	Cumplimiento	R	CONSUMO RESPONSABLE

Estandares de divulgacion Parte III: Indicadores de Desempeno

Economico

Indicador	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
Desempeno economico			
EC1	Valor económico generado y distribuido.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRAS
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
Presencia en el mercado			
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
EC6	Políticas, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
Impactos economicos indirectos			
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA
EC9	Entendimiento y descripcion de los impactos economicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos	R	RESULTADO DE GESTION EN CIFRA

Environmental			
Indicador	**Divulgacion**	**Nivel de Reporte**	**Ubicacion de divulgacion**
Materiales			
EN1	Materiales utilizados en peso o en volumen.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
Energia			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
Agua			
EN8	Captación total de agua por fuentes.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
Biodiversidad			
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos y en áreas de alta biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales, protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
Emisiones, efluentes y residuos			
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire, por tipo y peso.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN25	Identidad, tamaño, estatus protegido y valor en biodiversidad de las aguas y hábitats relacionados afectados significativamente por los vertidos y escorrentías de la organización.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
Productos y servicios			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
Cumplimiento			
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	R	CUIDADO AL AMBIENTE

Transporte			
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	R	CUIDADO AL AMBIENTE
Overall			
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	R	CUIDADO AL AMBIENTE

Social: Labor Practices and Decent Work

Indicador	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
Empleo			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosado por grupos de edad, sexo y región.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada desglosados por actividad principal.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA15	Return to work and retention rates after parental leave, by gender.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Relaciones laborales			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Salud y seguridad ocupacional			
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Formacion y educacion			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleados.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de su desarrollo profesional.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Igualdad en remuneracion por generon			
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES

Social: Human Rights

Indicador	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
Practicas de inversion y abastecimiento			
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. No discriminación.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
No discriminacion			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES

Libertad de asociacion			
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueden correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Trabajo infantil			
HR6	Actividades identificadas que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Trabajo forzado			
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Practicas de seguridad			
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Derechos de los indigenas			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Aseguramiento			
HR10	Porcentaje y numero total de operacion que han sido sujeto a revisiones de derechos humanos y/o impacto de vigilancia	R	RELACION CON LOS COLABORADORES
Remediacion			
HR11	Numero de quejas relacionadas de derechos humanos, direccionadas y resultas a traves de canales y mecanismos formales de atencion a quejas	R	RELACION CON LOS COLABORADORES

Social: Society

Indicador	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
Sociedad y comunidades			
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
SO9	Operaciones con potenciales impactos negativos significativos sobre las comunidades	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
SO10	Medidas de prevencioni y mitigacion implementadas para atender potenciales impactos negativos significativos sobre las comunidades	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
Corrupción			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti- corrupción de la organización.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
Politicas publicas			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos a instituciones relacionadas, por países.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
Comportamiento competencia desleal			
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD
Cumplimiento			
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	R	RELACION CON LA SOCIEDAD

Social: Product Responsibility

Indicador	Divulgacion	Nivel de Reporte	Ubicacion de divulgacion
Salud y seguridad del cliente			
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	R	CONSUMO RESPONSABLE
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	R	CONSUMO RESPONSABLE

etiquetas en productos y servicios			
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	R	CONSUMO RESPONSABLE
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	R	CONSUMO RESPONSABLE
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	R	CONSUMO RESPONSABLE
Comunicacion de marketing			
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	R	CONSUMO RESPONSABLE
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	R	CONSUMO RESPONSABLE
Privacidad del cliente			
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	R	CONSUMO RESPONSABLE
Cumplimiento			
PR9	Importe de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	R	CONSUMO RESPONSABLE