

Quito, 17 de marzo, 2022

Señora

María Christina Rivadeneira

GERENTE GENERAL

EMPRESA METROPOLITANA DE GESTION DE DESTINO TURISTICO

QUITO TURISMO

Presente.

De mis consideraciones:

Por medio de la presente como **miembro del Equipo Técnico Mixto para el proceso de Rendición de Cuentas 2021 y en representación de AGREPI**, Agremiación de Restaurantes de Pichincha, he recibido el informe de gestión de parte de su Empresa, lo he revisado y cumpla con indicarle de mi **conformidad con el mismo**.

Como ustedes mismo lo expresan en el diagnóstico, a la coyuntura que se vivió en el año 2021 como causa de la permanente incertidumbre sobre las medidas que se irían tomando por el COVID 19, se sumó el dilema político y posterior cambio de alcalde y de Gerentes de Quito Turismo por 2 ocasiones, lo que definitivamente repercutió en la obtención de objetivos no solo de empresas públicas, sino de los privados.

El desempeño del área administrativa en medio de esta realidad lo vemos eficiente, seguramente también porque cuentan con colaboradores con experiencia y muchos años en sus cargos lo que disminuye riesgos en los cambios de gerencia.

Reuniones y acciones de capacitación para elevar los estándares de calidad de la oferta turística local debieron adaptarse a las condiciones y lo hicieron bastante bien, pero sentimos que desde esta entidad se debe privilegiar ya la presencialidad que de alguna forma proyecta un mensaje importante para el sector que representan; el uso de los espacios que incluso antes de la pandemia han estado subutilizados así como infraestructura privada, es básico,

se recibirá como un aporte a la reactivación. Esperamos para el informe 2022 ver menos fotos de teleconferencias y más de encuentros en tantos espacios de eventos, convenciones, restaurantes, etc. que ofrece la ciudad.

En lo que respecta a la promoción, consideramos que el trabajo estuvo también acorde a las circunstancias. Siempre será escasa y felicitamos iniciativas de buscar hacerla en conjunto con otras autoridades relacionadas como es el MINTUR u otros GADS, pero siempre con el aporte de quienes ofrecemos los servicios en la ciudad a quienes en muchas ocasiones solo nos contactan para evaluar los resultados y no para construirlas acorde a nuestra experiencia pues somos quienes estamos en "el momento de la verdad".

Redes sociales es algo que confiamos que la data que se presenta sea contrastada con otros destinos dentro y fuera del país. Positivo mantener los esfuerzos que en el pasado se hicieron con la propuesta "Tu Historia Empieza en Quito", pero lamentamos la desaparición de plataformas como GO UIO que al menos arrancaban una modalidad más moderna de viajar.

La participación en ferias, muy modesta, confiamos que haya un plan articulado con otros actores importantes de la industria y mantengamos siempre a Quito en el radar de la operación mundial y, dentro de eso, la propuesta gastronómica ya no como anexa sino como protagonista atada al sector exportador que tanto éxito ha tenido. Que la gente sepa que acá cocinamos los mejores camarones, tenemos el mejor cacao y banano, etc. como motivante adicional a la visita en turistas que buscan ahora mucho más en la experiencia que en el atractivo.

En cuando a la **Industria MICE**, fue lamentable que este año 2021 tampoco se pudo concretar la concesión del CENTRO DE CONVENCIONES METROPOLITANO concluido en el 2018. Vemos con muy buenos ojos su activación este año 2022 y un aliado estratégico a aprovechar por todo el sector.

Quito Destino Romántico una iniciativa que se felicita se la trabaje con el sector privado que tiene la experiencia. Es una actividad que no solo mueve lugares de eventos sino la

operación turística, el hotelería, la transportación aérea y terrestre y por supuesto, la restauración, entre muchas otras cosas.

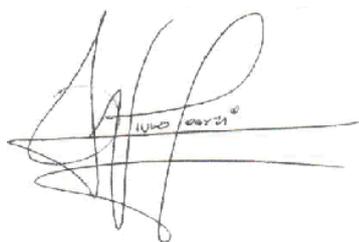
Finalmente, si bien es cierto el principal compromiso de QUITO TURISMO es la promoción del destino, consideramos que **trabajar en el producto** es también importante para no generar disonancias en un mercado al que se le ofrece cierto nivel de calidad y se compromete con él. Hay muchas cosas que se pueden hacer, y se hicieron o han hecho, pero es básico que Quito Turismo se involucre más en temas de **seguridad ciudadana** y **control de la informalidad**. Ninguna estrategia para convocar más turistas tendrá efectos positivos de mediano y largo plazo, con un insuceso, como puede ser un turista asaltado o intoxicado

Agradecemos la confianza y reconocemos que durante este año 2.021, más allá de los cambios anotados, nuestro sector siempre pudo contar con un canal de comunicación y muchas veces de apoyo en QUITO TURISMO y sus gerentes, así como desde la Secretaría de Desarrollo, en la búsqueda de trabajar articuladamente muy en especial, frente a medidas que por la pandemia tomaba el COE CANTONAL.

Sin más, me despido,

Atentamente,

Agremiación de Restaurantes de Pichincha- AGREPI



Diego Vivero
Director y Vicero
AGREPI
CC.170699836-4



 098 480 6645

 info@agrep.org

 Quito - Ecuador



Quito, 17 de marzo de 2022

Señores

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico
Quito Turismo.

Atención: Cristina Rivadeneira, Gerente General Quito Turismo
Quito

Estimados Señores

Como miembro de la comisión de análisis de la gestión institucional de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico - Quito Turismo, he recibido y analizado el respectivo informe y he revisado con detenimiento las diferentes acciones realizadas por la empresa y sus directores en todas las áreas de la empresa

Se ha demostrado que en el periodo del informe han logrado cumplir la mayoría de metas y objetivos propuestos por la empresa y en especial el cumplimiento de su presupuesto y el POA que le corresponde a cada departamento

El sector turismo sigue atravesando por enormes dificultades y seguirá teniéndolas por los próximos dos años, por lo tanto se debe reconocer la respuesta positiva que ha tenido la empresa frente a las enormes dificultades y solo nos queda recomendar que Quito Turismo y algunas de sus áreas deben acercarse aún más al sector privado para establecer nuevas estrategias que le permita liderar una recuperación más agresiva que la que viene teniendo el sector.

Debemos seguir recomendando que se realicen los mayores esfuerzos para conseguir una asignación presupuestaria adecuada para lograr los objetivos que quedaron pendientes y se logre posicionar al turismo como eje reactivador de la economía en el DM de Quito.

En la ordenanza de la Tasa Turística consta que el Municipio debe colocar un dólar por cada dólar recaudado por este concepto y esto no se ha logrado en las administraciones anteriores, es necesario que se solicite y se demuestre la urgencia de contar con esos recursos, para que se puedan incrementar las acciones que con esos recursos puede realizar la empresa.

Debemos reconocer la gestión realizada por el presidente de la comisión de turismo y fiestas, además del apoyo brindado por la gerencia de Quito Turismo para acoger la solicitud de los gremios (CAPTUR y HQM) en revisar la fórmula que se aplica en el cobro del predial y se logró que el concejo aprobara. Felicitamos a la empresa y su equipo por este informe.



Como última recomendación frente a las obligaciones de la empresa es crear todas las herramientas tecnológicas y de procedimientos para el combate a la ilegalidad que está acabando con muchas empresas que por años han cumplido sus obligaciones con el Municipio.

Reconocer y felicitar el trabajo realizado por el actual equipo de la empresa en cabeza de su Gerente General.

Atentamente

Norman Bock Torres
Presidente Ejecutivo
HOTELES DE QUITO METROPOLITANO HQM
Av. América N38-80 y Diguja
Tel.: 02 244 3425 Cel.: 098 706 1942

Quito, D.M., 18 de marzo de 2022

Señor.

Hugo Rubén Banda Díaz

Jefe de Planificación de Quito Turismo

Asunto: observaciones al informe de gestión de Quito Turismo 2021

Antecedentes. - Dentro de las funciones de los DELEGADOS ZONALES A LA ASAMBLEA DE QUITO, se dispone en el Código Municipal Libro I-3 Título II, en el artículo 56.- Funciones; literales f, g, e h. Donde se resume, dentro de un marco sistemático, conocer en función de los resultados esperados y la información publicada, el uso de los recursos públicos invertidos, así como los métodos utilizados en la gestión; Además del derecho de proponer, contribuir, sugerir y deliberar en los planes de desarrollo, programas y políticas públicas dentro del distrito Metropolitano de Quito.

De acuerdo a la información presentada hemos recogido observaciones de varios delegados Zonales, en quienes nos hemos apoyado para enumerar las siguientes:

- 1. En los resultados de la encuesta al turista no residente internacional, refleja que la mayor cantidad de sitios visitados son en el Centro Histórico con el 67%, contrastado con la nula visita en los barrios tradicionales de Quito; así como la inexistencia de las localidades rurales en la presente encuesta. ¿Qué política se puede impulsar o se está impulsando para aumentar la visita del turista no residente a los barrios tradicionales y localidades rurales?*
- 2. En las señaléticas instaladas dentro de la implementación de facilidades turísticas, se dan los acercamientos únicamente con las Administraciones Zonales y GADS. Recomendamos que el trabajo de campo sea coordinado con los líderes barriales ya que la comunidad es la que conoce el territorio y sus necesidades.*
- 3. Dentro del proyecto de Distintivo Q, con los actuales indicadores se reconoce a establecimientos relativamente grandes y consideramos que limita la obtención del mismo a establecimientos pequeños que sí cumplen con el 80% o 90% de los requisitos solicitados. Recomendamos se considere la revisión de los indicadores, para poder ampliar la cantidad de establecimientos que sí merecen el Distintivo Q.*
- 4. Dentro del detalle de ingresos y gastos por programa en la partida presupuestaria número 190499000 se determina como OTROS NO ESPECIFICADOS teniendo un devengamiento del 336.52%. solicitamos se detalle la descripción de dichos valores, al ser dinero público se debe transparentar la gestión de los recursos.*
- 5. De los gastos que se dan en redes sociales no se especifica lo que se designa o se gasta en cada una de las redes sociales por pauta.*
- 6. Felicitamos la forma que se presentan los resultados y alcance de las redes sociales por cada campaña. Recomendamos extender más campañas a la red social Tik Tok.*



Aunamos esfuerzos para construir una política pública, con verdadera participación ciudadana; a través de la apertura de espacios en todos los procesos de decisión que tenga la municipalidad, ya que nosotros como representantes barriales, parroquiales y de comunas, conocemos de primera mano las problemáticas a las que planteamos soluciones para el magno progreso de nuestra capital.

Con sentimiento de consideración y estima,

Atentamente,

Tcnlg. Marcelo Ruiz

C.I.1714672175

*Coordinador Zonal Delegados Zonales de la
Asamblea de Quito - Coordinador de Fastas
y Turismo*

Documento enviado con copia a:

Delegados Zonales Asamblea de Quito

