

INFORME TÉCNICO

“Proyecto de ORDENANZA METROPOLITANA QUE IMPLEMENTA LA MARCA CIUDAD E ISÓLOGOS DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTON QUITO”

Quito, 16 de enero de 2024

En respuesta al Memorando Nro. GADDMQ-SGCM-2024-0057-M, en el cual indica: *“Solicitar a la Procuraduría Metropolitana, Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico-Quito Turismo y la Secretaría de Comunicación remita en el término de 7 días la actualización de los informes técnicos y legales sobre el “Proyecto de ORDENANZA METROPOLITANA QUE IMPLEMENTA LA MARCA CIUDAD E ISÓLOGOS DEL GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTON QUITO”.*

Al respecto, me permito informar que desde la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo, se ha dado respuesta a todos los requerimientos de información realizados por parte del despacho de la Sra. Concejala Metropolitana, Andrea Hidalgo y de la Comisión de Turismo y Fiestas, quienes establecieron la realización de mesas trabajo para el análisis de esta Ordenanza.

En este sentido se han dado respuestas a los siguientes requerimientos de información, los cuales se encuentran dentro del expediente digital.

- Mediante Oficio Nro. GADDMQ-DC-HMA-2021-0805-O, de fecha 10 de diciembre de 2021 la Ing. Andrea Hidalgo Maldonado, Concejala Metropolitana solicitó que: *“en el término de 5 días, se remita a mi despacho, un informe por medio del cual se indique si cuentan con una definición de Marca Ciudad y de ser el caso, cómo se realizó y los estudios bajos los que se implementó la misma.”*
- Mediante Oficio Nro. EPMGDT-GG-2021-1049, de fecha 17 de diciembre de 2021 enviado por la Sra. Cristina Rivadeneira Ricaurte, Gerente General de EPMGDT, se da respuesta al oficio Nro. GADDMQ-DC-HMA-2021-0805-O, en la cual se indica: *me permito informar que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo, realizó en el año 2018 el estudio para el re diseño de la nueva marca turística de la ciudad, con el objetivo de promocionar y posicionar al destino tanto a nivel nacional como internacional. Este estudio fue realizado por las Direcciones de Mercadeo y Comunicación de la institución, basándose en varios insumos como son: Plan Estratégico 2021 y estudios de mercado, los cuales permitieron definir características importantes de la ciudad. En este sentido, adjunto usted podrá encontrar el estudio realizado para la definición de la marca turística de la ciudad, al igual que el manual de marca en un mismo documento, con el cual se ha trabajado para la promoción y posicionamiento de Quito a nivel nacional e internacional a través de diferentes acciones y aplicativos como: material promocional, publicaciones, catálogos, videos, plataformas digitales, participación en ferias y eventos, entre otros.*
- Mediante Oficio Nro. EPMGDT-GG-2022-0924, de fecha 10 de agosto de 2022, la Ing. María Cristina Rivadeneira Ricaurte, Gerente General de EPMGDT, envió el Informe Técnico con las observaciones referentes al proyecto de “ORDENANZA METROPOLITANA QUE IMPLEMENTA LA MARCA CIUDAD Y MARCA INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN QUITO”.

En base a estos antecedentes, y de acuerdo a lo manifestado en las mesas de trabajo realizadas para la implementación de esta ordenanza, desde Quito Turismo se ha socializado la importancia de tener una marca turística de la ciudad la cual prevalezca en el tiempo y no tenga relación con las diferentes administraciones o partidos políticos de la ciudad, ya que la promoción del destino y el posicionamiento de la marca en los diferentes mercados debe consolidarse tanto a nivel nacional como internacional, permitiendo de esta manera que la inversión realizada en estas acciones de promoción se vean reflejadas en el incremento de las visitas a la ciudad.

Belen Heredia
Directora de Mercadeo