

INFORME TÉCNICO JURÍDICO**PROYECTO DE ORDENANZA METROPOLITANA QUE DEFINE LA CELEBRACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE LA GASTRONOMÍA QUITEÑA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO****Antecedentes:**

La Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo – ha definido una estrategia gastronómica donde resaltan la implementación de los siguientes pilares al direccionamiento del turismo gastronómico de Quito

1. Fomento a la asociatividad e investigación para creación de un ecosistema de innovación
2. Puesta en valor de la identidad gastronómica y alimentaria
3. Desarrollo y fomento a productos y experiencias innovadoras
4. Fomento a la calidad y valor agregado de la oferta alimentaria
5. Construcción y validación participativa de la estrategia

Objetivo General:

Fortalecer la oferta de turismo gastronómico mediante el fomento de la asociatividad e innovación, la identificación de la identidad gastronómica, y el desarrollo y promoción de productos con alto nivel de calidad y valor agregado, a través de un proceso participativo

Objetivos Específicos:

- Desarrollar productos con enfoque en la cadena de valor gastronómica para la construcción de un portafolio de productos de turismo gastronómico diferenciado y competitivo mediante la creación de rutas y la identificación de experiencias gastronómicas.
- Promocionar la identidad cultural alimentaria, eventos gastronómicos, rutas, experiencias y establecimientos para el posicionamiento del DMQ como destino de turismo gastronómico.
- Rescatar y difundir la identidad alimentaria del DMQ para su puesta en valor en la oferta de turismo gastronómico a través de la recopilación de platos y productos emblemáticos y la colaboración en proyectos de investigación.

Quito Turismo articuló un taller con representantes de la industria gastronómica para identificar las principales brechas y posibles acciones futuras a implementar para lograr implementar una estrategia gastronómica en el Distrito Metropolitano de Quito, en la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Consolidación y ampliación de resultados taller de Productos para la estratégica gastronómica del DMQ

Facilitador: Juan Patricio Navarro

Taller: Productos Estrategia Gastronómica del Distrito Metropolitano de Quito

Fecha: 25.07.23

Objetivo: Definición de líneas de trabajo y acciones para la Estrategia Gastronómica del Distrito Metropolitano de Quito

Fin: Atracción y retención de turistas locales, nacionales, internacionales y MICE para potenciar los productos culturales relacionados a tours, rutas y propuestas de eventos y festivales, actualmente escasos en la oferta de Quito.

Participantes:

Academia:

1. Diego Albán – Director de Gastronomía UIDE
2. Jorge León - UIDE
3. Marcos Valdés – Decano de Gastronomía UTE
4. Luis Benalcazar, Director Académico – UIDE
5. José Guerra – UIDE

Establecimientos:

6. Ricardo Sánchez – Restaurante San Ignacio

Medios gastronómicos especializados:

7. Ana Carolina Maldonado – La comilona blog
8. Juan Sebastián Palacios – Ecuador A bocados

Quito Turismo:

9. Etzon Romo – Director de Desarrollo
10. Paulina Rúgel – Especialista de Operaciones
11. Pablo Arboleda – Jefe de Calidad
12. Comunicación y Marketing

Brechas base

1. **Política:** Política Pública y Aranceles
2. **Financiamiento:** Instrumentos financieros y liquidez
3. **Talento Humano:** Servicios de atención al cliente y formación histórica
4. **Investigación, Desarrollo e Innovación:** Identidad y publicaciones
5. **Tecnologías Digitales:** Datos y nuevas tecnologías
6. **Mercado:** Experiencia y estrategias
7. **Cultura:** Revalorización e identidad, diversidad en ingredientes
8. **Asesoría y Soporte:** Encadenamientos y gestores gastronómicos

Zonas de intervención

Corto Plazo: Mancomunidades de Noroccidente, Mancomunidades Norcentrales (Ruta Escondida), Lloa, Valles (Los Chillos y Tumbaco), Guayllabamba, El Quinche y Tababela

Participantes:

Cocina de vanguardia: Nuema, Quito, Aura, Tributo, Marcando el camino, Chulpi Urbano, D la calle, X LO ALTO, Bruto, 3.500, CORE

Huecas: Tumbaco, Choco Andino y Centro Histórico.

Restaurantes cocina tradicional: Centro Histórico y Guayllabamba

Base legal

La Constitución de la República en su artículo 13 determina que: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.”

El artículo 83 de la Constitución de la República del Ecuador, en adelante “Constitución”, al establecer los deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y de los ecuatorianos, preceptúa como parte de éstos, el promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, conservar el patrimonio cultural y natural del país y cuidar y mantener los bienes públicos, participar en la vida política, cívica y comunitaria del país de manera honesta y transparente. Deberes y responsabilidades que deben observarse también en la relación entre la ciudadanía y el Estado para la administración de las finanzas públicas;

El artículo 240 de la Constitución, dispone que los gobiernos autónomos descentralizados de los distritos metropolitanos tienen facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales;

El artículo 266 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone que: *“Los gobiernos de los distritos metropolitanos autónomos ejercerán las competencias que corresponden a los gobiernos cantonales y todas las que sean aplicables de los gobiernos provinciales y regionales, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias. En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, expedirán ordenanzas distritales”;*

El Art. 281 de la Constitución de la República del Ecuador señala que “La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente”.

El numeral 8 del Art. 380 de la Constitución de la República, establece como responsabilidad del Estado *“Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural”*.

El numeral 24 del Art. 66 de la Constitución de la República, garantiza a las personas *“el derecho a participar en la vida cultural de la comunidad”*.

El literal e) del Art. 4 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, determina como uno de los fines de los Gobiernos Autónomos

Descentralizados Municipales *“La protección y promoción de la diversidad cultural intangible y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural intangible como es la gastronomía”.*

El literal a) del artículo 31 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en adelante “COOTAD”, dispone que, para alcanzar los objetivos del buen vivir, los gobiernos autónomos descentralizados y el gobierno central, deben ejecutar acciones articuladas y coordinadas entre ellos, según las competencias establecidas en la Constitución y la ley”;

El literal q) del Art. 54 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, establece como función del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal el: *“Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades en beneficio de la colectividad del cantón”.*

De conformidad al literal a) del artículo 87 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en adelante “COOTAD”, entre las atribuciones del Concejo Metropolitano, le corresponde ejercer la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado metropolitano, mediante la expedición de ordenanzas metropolitanas, acuerdos y resoluciones;

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), determina que la Soberanía Alimentaria es el derecho de los pueblos y comunidades a *“definir su propia alimentación y su agricultura, a proteger y regular la producción y el mercado nacional de los productos agrícolas con el objeto de conseguir los objetivos de desarrollo sostenible”* (Vía Campesina, como se citó en Velásquez, 2016, p. 17).

Es así como la soberanía alimentaria está ligada al derecho de los pueblos, a controlar sus propias semillas y un uso adecuado del suelo. De modo que garantice una producción local y culturalmente

La Ley Orgánica de Cultura entre los principios de la actividad turística, en su artículo 3, establece la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;

El Art. 4 de la Ley Orgánica de Cultura, determina que, como política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir entre otros con los siguientes objetivos: b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

El Artículo 33 de la Ley de Cultura refiere que: *“Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.”*

El Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito en el Libro III: Del Eje Económico, Libro III.4 Del Turismo y Fiestas, Título II Del Turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, Capítulo I Disposiciones Generales, Sección I Ámbito, Principios

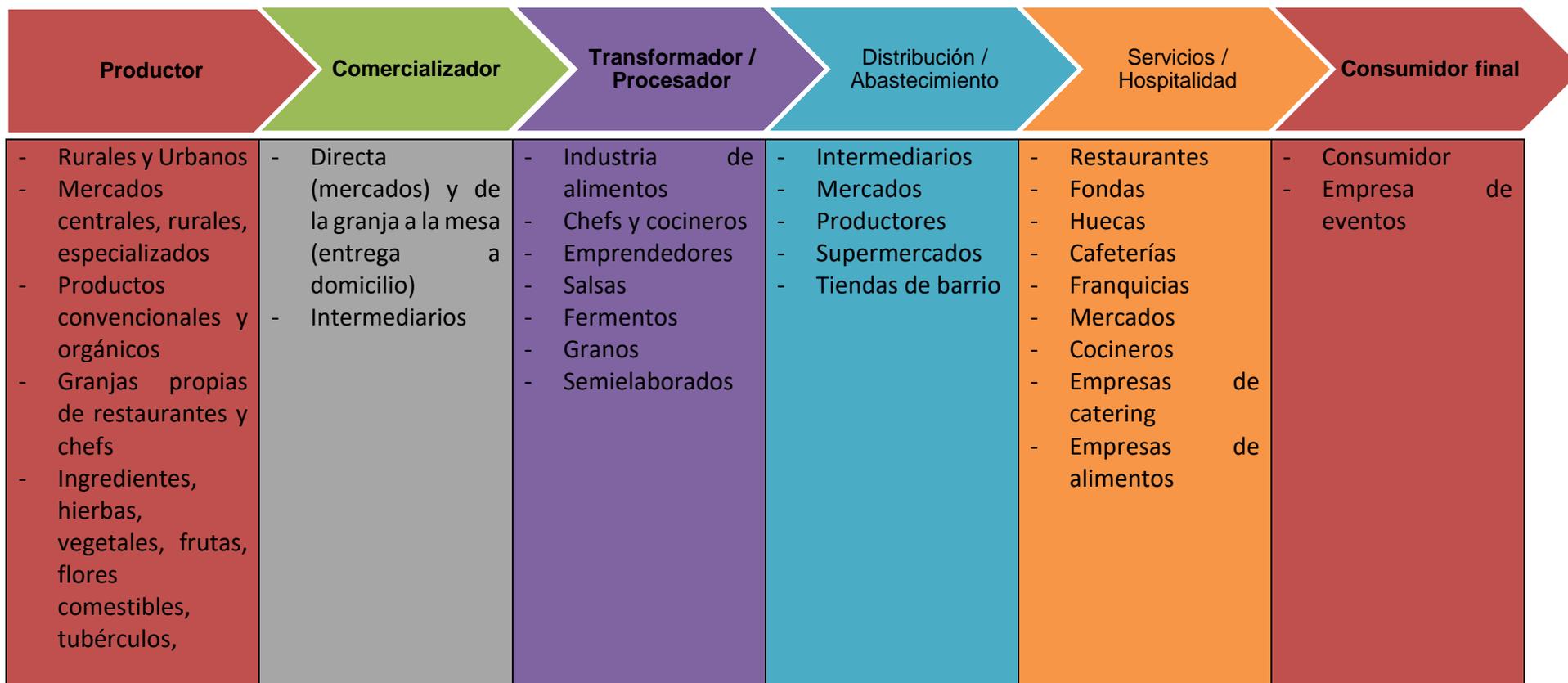
y Objetivos, en el artículo 1326 Principios Básicos, numeral 1, Política Prioritaria indica que: “El turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, su promoción y desarrollo, constituyen una política cuya ejecución se declara prioritaria en la gestión a cargo de los órganos y organismos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito”

El Artículo 22 del mismo Código Municipal, establece que los ejes estratégicos de las Comisiones del Concejo Metropolitano se fundamentan en los cuatro ejes estratégicos de la Administración Metropolitana: Eje económico: Que impulse una economía productiva, competitiva, diversificada y solidaria que proporcione bienestar a toda la población y genere empleo y trabajo; Eje económico: Que impulse una economía **productiva, competitiva, diversificada y solidaria** que proporcione bienestar a toda la población y genere empleo y trabajo; Eje social: Que promueva una sociedad equitativa, solidaria e incluyente que respete la diversidad social y cultura, que construya una CULTURA de paz entre sus habitantes, con acceso a una mejor calidad de vida en educación, salud, seguridad, cultura, recreación y demás; Eje territorial: Que desarrolle un territorio que consolide entornos favorables, regularizando la propiedad desde el punto de vista de la equidad social, identidad local y sostenibilidad ambiental, dotándolo de la infraestructura vial que mejore la circulación vehicular; y, Eje de gobernabilidad e institucionalidad: Que construya una cultura política ciudadana y un marco institucional que haga posible la gobernabilidad democrática y el cumplimiento de las normas de convivencia.

Análisis:



Cadena de valor de la Gastronomía



Líneas de Trabajo	Acciones	Descripción	Horizonte	Liderazgo / Actores	Recursos
1. Política Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar la/las ordenanzas municipales relacionadas a establecimientos de comida 	<ul style="list-style-type: none"> • Para fomentar la legalización de actores (restaurantes y huecas), el cuidado de los consumidores, la transparencia en los modelos de negocio • Ordenanzas municipales simples y claras que apoyen la narrativa de eficiencia institucional para devolver la confianza en el municipio, sus entidades adscritas e impulse el acceso a servicios de formación y capacitación para los actores de la cadena de valor 	Mediano Plazo	Quito Turismo Consejo consultivo	Gestión privada y municipal
	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar la ley de turismo para que MINTUR reconozca a las Huecas como actores en la cadena de valor 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar propuesta para presentación • Reunión con autoridades del ministerio para presentación de propuesta y discusión de hoja de ruta • Reunión con assembleístas afines presentación de propuesta y validación de hoja de ruta • Seguimiento de hitos y hoja de ruta 	Corto plazo	Quito Turismo Asociaciones Asambleístas Ministerio	Gestión privada y municipal
	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un consejo 	<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria a mesas de trabajo 	Corto plazo	Quito Turismo	Gestión público – privada



	<p>consultivo para la gastronomía o una RED de gobernanza del sector gastronómico del DMQ</p>	<ul style="list-style-type: none"> Definición de áreas comunes para trabajar y sistema de comunicación y alcance de acuerdos. Diseño de hoja de ruta para consolidación de hitos. Composición multisectorial : EP Turismo, academia, ACDC y Mercados, Industria de A&B, Chefs y Restaurantes, Cámara EPS, Huecas, Gremios, medios Delegados rotativos bianuales Definición de sistema de gobernanza 		<p>Academia Industria Asociación de restaurantes</p>	<p>Convocatoria pública</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Ordenanzas municipales enfocadas a la colaboración entre productores rurales y restaurantes 	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto de desarrollo e integración de huertos rurales para abastecer a la asociación de restaurantes. Sistema de cadenas de abastecimiento por pisos climáticos y productos definidos por la demanda y articulados a mercados del DMQ enfocados a diversificar y rentabilizar la operación productiva del campo y la rotación de productos frescos en los restaurantes Rutas de visita turístico-productivas ancladas a un paradero o restaurantes apadrinado por chefs 	<p>Mediano plazo</p>	<p>Asociación de restaurantes Productores en parroquias rurales Secretaria de Desarrollo productivo Agencia de desarrollo de Quito</p>	<p>Propuestas y proyectos Equipos de trabajo multisectoriales público privados</p>

		<p>locales que enriquezcan y aseguren la calidad de las experiencias de los visitantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de indicadores y buenas prácticas productivas que aseguren sostenibilidad ambiental y social de los actores de la cadena involucrados en el sistema de cadenas de abastecimiento 		<p>ONGs y cooperación internacional</p> <p>Academia</p>	
<p>2. Transformación Social</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la interacción entre los actores que diseñan e implementan política pública a nivel local y central 	<ul style="list-style-type: none"> • El Turismo Gastronómico es un eje de transformación social y desarrollo local como parte fundamental de la vida en los territorios porque se basa en tradiciones, saberes locales y ancestrales, patrimonio individual y regional, así como la familia y la herencia. • El Turismo Gastronómico como fuerza de transformación social enriquece la experiencia turística, conecta al territorio con el viajero, su gente y sus productos. • Mesas de trabajo para presentar, discutir y diseñar políticas y/o programas que promuevan y co-financien, entre otros aspectos, sitios de comercio especializado y 	<p>Corto, Mediano y largo plazo</p>	<p>Secretaría de Desarrollo Productivo</p> <p>ConQuito</p> <p>Quito Turismo</p> <p>Ministerio del ramo</p>	<p>Mesas de trabajo</p> <p>Delegados sectoriales</p> <p>Hoja de ruta</p>

		<p>divulgación de la gastronomía como ferias, mercados tradicionales, tiendas de productos locales y centros de investigación y formación gastronómica</p>			
<p>3. Talento Humano (se debe preparar al sector para recibir al turista con el fin de que tenga una buena experiencia, mejorar la percepción y multiplicarla)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Formación técnica & capacitación continua para mejorar las habilidades culinarias 	<ul style="list-style-type: none"> Para fomentar la calidad y la formalidad es necesario tener un diagnóstico del estado de calidad del servicio de huecas y restaurantes que incluya la calidad en atención, productos y servicios ofertados. Sobre el resultado se puede estructurar un programa de formación técnica y capacitación sobre calidad, atención al público, manejo de productos y servicio. El programa se puede complementar con un plan de asistencia y seguimiento a los procesos de regularización de los actores ilegales Acompañar el proceso con un sistema de información que regularmente comparta la normativa e informe los ajustes que la autoridad va incorporando. 	<p>Corto y mediano plazo</p>	<p>Propietarios de huecas y restaurantes Academia QT y SDP Asociación de huecas Min. Cultura y Patrimonio MINTUR Empleados</p>	<p>Academia: Espacios para capacitaciones Academia: Profesionales en áreas críticas identificadas para formación Municipio: Personal para hacer seguimiento y evaluación Manuales y guías</p>



		<ul style="list-style-type: none"> • Programas de profesionalización y formación continua para negocios relacionados con alimentos y bebidas con el fin de promover y preservar un alto índice de calidad en productos y servicios • Formación y fortalecimiento en el uso de las herramientas tecnológicas para los actores de la cadena de valor. • 			
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Los Embajadores de las Huecas 	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de un número de huecas insignes (a manera de plan piloto) que permitan demostrar resultados económicos, generación de empleo, mejoramiento de calidad producto del proceso de regularización y capacitación con el municipio. • Programa de radio y visitas a zonas claves de la ciudad con los embajadores para desarrollar conversatorios. • El programa debe reconocer públicamente los logros de los seleccionados e invitar cada seis meses a nuevas huecas a sumarse al programa. 	Mediano plazo	Propietarios Academia Municipio Quito Turismo Asociaciones Ministerio de Cultura y Patrimonio	Propuestas y presupuestos para presentar a embajadas Plan de visitas a embajadas Líder de programa que realice seguimiento



		<ul style="list-style-type: none"> • Inicialmente puede ser subsidiado, pero conforme avanzan los resultados se pueden incorporar mecanismos de co-financiamiento sobre la base de resultados del programa. 			
	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Data e información 	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de profesionales capacitados por institutos, universidades, escuelas y el municipio. • Gestión de información de la oferta de mano de obra y estado de formación de los trabajadores formales en el sector. • Sistema de indicadores de gestión de la oferta de mano de obra, brechas y necesidades a satisfacer desde la demanda. 	Largo plazo	Municipio Secretaria de Desarrollo Productivo Academia Asociaciones	Municipio Academia
4. Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión 				
	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a crédito 				
	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación 				



5. Promoción Nacional - Eventos y Festivales	<ul style="list-style-type: none"> Programa de promoción anual de la gastronomía del DMQ 	<ul style="list-style-type: none"> Estructurada bajo un esquema de actividades urbanas y rurales, nacionales e internacionales. El Programa debe contemplar todas las actividades confirmadas y financiadas relacionadas a la gastronomía y el turismo gastronómico que se dan en el DMQ y que ejecutan tanto sector público como privado 	Mediano plazo	Quito Turismo Academia Industria A y B	QT e industria
	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimientos y premios a los mejores artesanos cocineros del DMQ 	<ul style="list-style-type: none"> Programa anual donde un comité público privado selecciona y premia al mejor artesano cocinero de pan, fritada, tripas, helados, motes, dulces tradicionales y sánduches de pernil. El comité realiza una nominación y selecciona al mejor usando un protocolo establecido por un grupo de expertos. En una velada anual el alcalde entrega los reconocimientos a los seleccionados de cada categoría. Actualización y ampliación de rutas 	Mediano Plazo	Academia QT Chefs cocineros	



	<ul style="list-style-type: none"> • Concursos de platos típicos y comidas tradicionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurso del mejor loco • Concurso de la mejor fanesca – Ampliar la participación del concurso y fomentar la innovación • Concurso de la mejor Colada Morada 	Corto y Mediano Plazo	QT	Público con auspicios sector privado
	<ul style="list-style-type: none"> • Participar en RAICES Guayaquil 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegación del DMQ representada por academia, sector privado y QT (Grupo A y B) 	Corto Plazo	QT, academia y sector privado	Público – QT Privado Industria
	<ul style="list-style-type: none"> • Ferias o festivales Gastronómicos Marca Quito 	<ul style="list-style-type: none"> • Festival Más Allá de la Vida • Feria Gastronómica Sal Quiuteña - Vinculada a la ciudad, su identidad, su industria, sus productores (Quito a la vena) 	Corto plazo Mediano plazo	QT Academia Industria Productores	Privado Privado
	<ul style="list-style-type: none"> • MICE – Sede internacional de Turismo Gastronómico, arte y cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocinando con las embajadas – invitación a los chefs de embajadas, chefs traídos por las embajadas y conferencistas renombrados de los países participantes. • Programa de conferencias magistrales la influencia en la gastronomía quiteña • Programa de intercambio con charlas en universidades • Demostraciones gastronómicas y cursos prácticos de los chefs invitados. 	Mediano Plazo	Embajadas Industria de alimentos Municipio Industria A y B Líneas aéreas Cadenas hoteleras	Embajadas Privado Toda la oferta de alimentos de monetiza para financiar



	<ul style="list-style-type: none"> MICE – Sede de los 50 best 2024 	<ul style="list-style-type: none"> Acoger la premiación 2024 o 2025 de la lista para LATAM en Quito Organizar un programa de ponencias con los principales chefs visitantes Organizar un programa de cocina a cuatro manos en distintos restaurantes de la ciudad. Programa de cobertura mediática de cada evento para difusión nacional e internacional 	Mediano plazo	<p>Organizadores de 50 Best</p> <p>Empresas privadas</p> <p>Cadenas hoteleras</p> <p>Chefs</p>	Financiamiento
	<ul style="list-style-type: none"> MICE – Concierto Rock en el Parque con festival gastronómico 	<ul style="list-style-type: none"> La referencia es el festival del rock en el volcán Pululahua con la diferencia que el festival incorpora una agenda paralela gastronómica que combina food trucks, cursos de cocina y una feria de comida gourmet de la mano de chefs ecuatorianos e internacionales invitados. Festival tiene una duración de cinco días con un menú personalizado diario a cargo de un chef invitado. 	Mediano plazo	<p>Promotores y organizadores de conciertos</p> <p>Gremios de la cadena de valor</p> <p>Cadenas hoteleras</p>	<p>Programa</p> <p>Propuesta de producción</p> <p>Financiamiento público y privado con donaciones o auspicios</p>
	<ul style="list-style-type: none"> MICE – Pastry Ecuador 	<ul style="list-style-type: none"> Congreso de Pastelería y Chocolatería Talleres y conferencias demostrativas 	Corto Plazo	Sector Privado y QT	Auspicios privados

	<ul style="list-style-type: none"> MICE – Gastronomía de las ciudades capitales del Sur 	<ul style="list-style-type: none"> Festival gastronómico con representantes chefs de una selección de restaurantes de las capitales latinoamericanas. Cada chef cocina a cuatro manos con un restaurante de vanguardia o un restaurante de comida tradicional quiteña. Cada chef se le asigna un producto del DMQ con el cual debe preparar una propuesta culinaria. Capacitación por parte algunos chefs y conferencias o charlas demostrativas 	Mediano Plazo	<p>QT</p> <p>Embajadas</p> <p>Sector privado</p> <p>Restaurantes</p>	Auspicios, cooperación, hoteles y embajadas
6. Promoción Internacional	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Ferias internacionales cuatrianual 	<ul style="list-style-type: none"> La ciudad cuenta con un plan co-financiado para presentar su oferta gastronómica y productos de turismo gastronómico en las principales ferias de turismo y comercio del mundo como: ITB Berlín, Sirha Lyon, PMA New York, WTM Londres, Top Resa París, Travel Agent Forum, SIAL Paris , SIAL Bankhog, SIAL Canadá o FITUR entre otras. 	Corto Mediano y plazo	<p>Quito Turismo</p> <p>Chefs</p> <p>Embajadas</p> <p>Oficinas comerciales</p> <p>Industria alimenticia</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Festivales Internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Quito como ciudad debe mostrar a sus actores, que debe plasmar su oferta y su evolución, participando y 	Mediano y largo plazo	<p>Quito Turismo</p> <p>Chefs</p>	Recursos financieros públicos y privados



		<p>comparándose con su competencia en los principales festivales de comida del mundo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entre éstos destacan: Madrid Fusión, Mistura Lima, Nat Geo Food Festival London, Ovnivore Paris, San Sebastián Gastronomía • Visitas de las autoridades o representantes a los festivales para realizar lobbying y mostrar interés en participar. • Plan de participación financiado con fondos públicas y privados. • Trabajar con red de chefs y alumnos de las principales escuelas gastronómicas participantes 		<p>Embajadas</p> <p>Oficinas comerciales</p> <p>Industria alimenticia</p>	<p>Auspicios</p> <p>Lista de chefs</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Misiones directas e inversas 	<ul style="list-style-type: none"> • Las misiones directas son visitas organizadas y con un propósito definido a destinos relevantes y de interés para Quito Turismo donde se quiere presentar o posicionar una propuesta concreta de servicios en el DMQ. • Las misiones inversas contemplan visitas al DMQ de personalidades, profesionales y prensa especializada de países o ciudades relevantes y de interés para Quito Turismo. 	<p>Corto, mediano y largo plazo</p>	<p>Quito Turismo</p> <p>Sector privado</p> <p>Red de chefs y cocineros</p> <p>Embajadas</p> <p>Oficinas comerciales</p>	<p>Programa con objetivos, metas, índices, presupuesto y recursos asignados.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> En ese contexto se requiere un programa anual de misiones junto con un presupuesto el cual debe contar con indicadores de gestión e impacto para el sector 			
	<ul style="list-style-type: none"> Programa de ampliación de cielos abiertos 	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración con el ministerio de Turismo y Quiport para promover el incremento de rutas a Quito desde mercados con alto potencial, así como para abrir nuevos orígenes. Analizar y complementar el programa de mercados priorizados del Ministerio de Turismo para ampliar las opciones de visitas. Quito Turismo debe incluir dos nuevos mercados anuales que debe potenciar y trabajar con líneas aéreas internacionales tradicionales o de bajo costo Participación en ferias o eventos internacionales del sector de aviación 	Mediano plazo	<p>Quito Turismo</p> <p>QuiPort</p> <p>Líneas aéreas</p>	<p>Plan de mercados priorizados</p> <p>Plan de mercados potenciales</p> <p>Inventario de nuevas líneas aéreas en el mercado</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Colaboraciones en Road Shows 	<ul style="list-style-type: none"> Los road shows gastronómicos son herramientas para dar a conocer de manera rápida y directa productos, ingredientes y una oferta gastronómica particular en 	Corto, mediano y largo plazo	<p>Quito Turismo</p> <p>Chefs</p> <p>Academia</p>	



		<p>mercados internacionales con audiencias diversas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los gremios productivos y exportadores han integrado la gastronomía en sus acciones internacionales de promoción. • Quito Turismo tiene la oportunidad de sumarse y cofinanciar este tipo de actividades integrando chefs o productos en este tipo de colaboraciones internacionales • Quito Turismo puede evaluar destino como Alemania, USA, UK, China o Japón que actualmente cuentan con road shows y activaciones gastronómicas que permiten la integración de su público en estas historias de la vida real. 		<p>Industria alimenticia</p> <p>AEI</p> <p>Cooperación</p> <p>Oficinas comerciales</p> <p>Gremios exportadores</p>	
<p>7. Comunicación y Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agenda Ciudad 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizada trimestralmente con información pública y privada • Información digital para difusión por redes sociales • Si el municipio puede cofinanciar o se puede monetizar difusión por radio y televisión 	<p>Corto Plazo</p>	<p>QT</p> <p>Restaurante</p> <p>Influencers</p> <p>Medios digitales</p>	<p>Privado</p>

				Medios especializados	
	<ul style="list-style-type: none"> • APP Visit Quito 	<ul style="list-style-type: none"> • Modernizar la aplicación y promover su uso entre turistas con acceso desde el aeropuerto y terminales terrestres. • App con características tipo Waze que pueda ser alimentada por usuarios en tiempo real 	Corto plazo	Quito Turismo	Desarrolladores Conceptualización clara Financiamiento
	<ul style="list-style-type: none"> • Guía Gastronómica Turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una guía gastronómica con línea editorial alrededor de la oferta culinaria del DMQ • Modelo de negocio a mediano y largo plazo debe contemplar monetización para sostenibilidad financiera. 	Corto plazo	Empresas privadas AEI QT	Autofinanciada con publicidad
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de información (Back Office) Big Data 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de BIG Data e Inteligencia artificial para Quito Turismo implica recopilar, analizar y aprovechar grandes volúmenes de datos para mejorar la promoción del turismo gastronómico del DMQ a través de los siguientes componentes: • Definición de la estrategia de levantamiento de datos relevantes, tipo de data y herramientas a utilizar. 	Largo plazo	Quito Turismo Consultores expertos en big data	Propuesta de sistema de información	

		<ul style="list-style-type: none"> • Gestión y manejo de data y definición de infraestructura mínima a utilizarse, así como los parámetros de calidad a seguirse • Integración de las fuentes de datos, migración, fusión y transformación • Data análisis, identificación de patrones, tendencias, y correlaciones para definición de guías orientativas para la toma de decisiones. • Modelaje predictivo, personalización y targets para las audiencias seleccionadas. • Definición de reportes, informes y tablero de visualización. • Plan de mejora continua y evaluación de métricas 			
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de difusión de oferta culinaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de difusión de la oferta culinaria del DMQ • Difusión por redes sociales • Difusión por App Visit Quito • Difusión por medios tradicionales (TV, Radio y prensa especializada) 	Corto, mediano y largo plazo	Quito Turismo	Plataforma web Redes sociales Recursos para canje
8. Actores cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción consensos entre actores Públicos & Privados 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de socialización e inclusión de actores de la cadena de valor para validar y ampliar la estrategia gastronómica y 	Corto, mediano y largo plazo	Actores de la cadena de valor	Estrategia gastronómica



		<p>democratizar la gastronomía hacia actores como las huecas por ejemplo o los actores de la ruralidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria a presentación de la estrategia de promoción gastronómica • Estructuración de mesas de trabajo temáticas por línea de trabajo y brechas de la cadena con selección de responsables y facilitadores. • Definición de metas y cronograma para materializar consensos. • Integración anual de consensos en estrategia de gastronomía 			<p>Propuesta metodológica</p> <p>Facilitadores</p> <p>Plan de trabajo</p> <p>Financiamiento público</p>
--	--	---	--	--	---



	<ul style="list-style-type: none"> Plan de encuentros para el fortalecimiento e integración de los actores de la cadena de valor gastronómica 	<ul style="list-style-type: none"> Reforzar la colaboración entre los actores de la cadena de valor gastronómica es crucial para mejorar la eficiencia, la sostenibilidad, el éxito general del sector, pero sobre todo construir un ecosistema mejor interconectado y cohesivo que impulse un impacto positivo a los actores de la cadena El plan debe estar enfocada en promover la comunicación, transparencia, desarrollo de redes y contactos, así como la asociatividad y colaboración. Otro eje del plan debe estar enfocado a la integración de la cadena de abastecimiento, compartir aprendizajes e información, acceso a tecnología y nuevas técnicas de trabajo enfocadas a la calidad. Mesas redondas o foros para compartir ideas, preocupaciones, desafíos, y soluciones colectivas en frentes como los consumidores, el ambiente, la sostenibilidad, la inseguridad o los modelos de negocio más abiertos. 	<p>Corto y mediano plazo</p>	<p>Todos los actores de la cadena de valor: los que están identificados, los que no están en la cadena y los que son indiferentes.</p>	<p>Financiamiento público con auspicios privados.</p>
--	--	--	------------------------------	--	---

9. Oferta Culinaria	<ul style="list-style-type: none"> Inventario gastronómico del DMQ 	<ul style="list-style-type: none"> Levantamiento de la oferta culinaria del DMQ que incluye opciones tradicionales, de vanguardia, y comederos como huecas con relación a platos, establecimientos, mercados y productos La actualización del inventario debe incluir localización geográfica, pisos climáticos, parroquias, mercados, huertos, rutas productivas, El inventario es el estado de arte para diseñar o construir rutas, circuitos, programas, o rankings que los turistas pueden utilizar como referencia en su visita al DMQ. Publicación en formato wiki para que pueda ser accesible sin restricciones por los actores y consumidores a la vez que pueda ser actualizado de manera continua 	Mediano y largo plazo	<p>Quito Turismo</p> <p>Asociaciones</p> <p>Industria de alimentos y bebidas</p> <p>Mercados</p>	<p>Inventario actual</p> <p>Propuesta de ampliación y alcance</p> <p>Plataforma web</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Ranking de las mejores opciones 	<ul style="list-style-type: none"> Confeccionar con base en experiencias, puntajes o entrevistas rankings anuales de los mejores lugares para experimentar la oferta culinaria del DMQ Top 50 lugares de comida tradicional 	Mediano plazo	Conformación de grupos de trabajo especializados	<p>Definición de metodología para seleccionar los criterios a utilizarse</p> <p>Plan de trabajo con hoja de ruta</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Top 20 lugares de comida de vanguardia • Top 50 huecas • Mejores lugares para comer en cada parroquia del DMQ 			<p>Equipo de trabajo público privado</p> <p>Plataforma web</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Rutas de experiencias culinarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Confeccionar listas de los mejores lugares para aprender a cocinar, realizar catas o experimentar en un tiempo determinado (1-2-3 días) la gastronomía del DMQ. • Algunos ejemplos puede ser la Ruta del Chocolate, Ruta del locro, Ruta Gourmet, Ruta de la Floresta, Ruta del Valle de Tumbaco, etc. • Entrevistas a distintos referentes de la ciudad que comenten dónde se puede comer, degustar o tener una experiencia culinaria particular. 	Mediano y largo plazo	<p>Asociaciones de la cadena de valor</p> <p>Sector privado</p> <p>Periodistas e influencers</p> <p>chefs</p>	<p>Propuesta anual de temas o rutas a desarrollar por parte de un equipo compuesto por comunicadores y actores de la cadena.</p>
10. Cadena de abastecimiento desde la Ruralidad	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de los principales proveedores de productos convencionales y orgánicos en el DMQ 	<ul style="list-style-type: none"> • La lista de los principales proveedores de productos convencionales y orgánicos del DMQ debe contener los nombres y apellidos de los productores, ubicación, lista de productos, temporadas de cosecha, web, contactos, servicios que ofrecen. • Lista de los mercados convencionales y especializados que 	Mediano y largo plazo	<p>Asociación de productores</p> <p>Administradores de mercados</p> <p>Secretaria de desarrollo productivo</p>	<p>Consultores o equipo de trabajo que desarrolle las bases para el levantamiento de información</p> <p>Equipo de comunicación que administre</p>



		<p>existen en el DMQ con información como fechas y horarios de funcionamiento, ubicación, web, coordenadas de contacto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lista de huertos especializados del DMQ en productos orgánicos, proyectos especiales de inversión privada, investigación con tipo de productos, ubicación, web, contactos. • Lista de las asociaciones de productores en el DMQ que incluye productos, tiempos de cosecha, web, ubicación, contactos. • Publicación y difusión de la información en medios digitales impulsado por Quito Turismo y ConQuito. 		<p>Administradores zonales</p> <p>ConQuito</p> <p>Quito Turismo</p> <p>Universidades</p>	<p>plataforma de difusión</p> <p>Plataforma web</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa del Campo a la Mesa 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia para transformar la cadena de abastecimiento desde la ruralidad en un sistema sostenible, adaptable, inclusivo, rentable y equitativo. • Talleres de prácticas productivas sostenibles entre productores y actores de la cadena de valor • Establecimiento de metas y horizontes para materializar el 	<p>Mediano y largo plazo</p>	<p>Quito Turismo</p> <p>Secretaría de Desarrollo Productivo</p> <p>Cooperación internacional</p> <p>Productores</p>	<p>Propuesta conceptual</p> <p>Equipo de trabajo multidisciplinario</p> <p>Financiamiento público privado</p>



		<p>programa en el DMQ entre actores participantes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de investigación y desarrollo entre productores, chefs y universidades • Trazabilidad de la cadena de abastecimiento existente en el DMQ • Incorporación de la cooperación internacional en el programa con asistencia técnica, asistencia financiera y apoyo conceptual • Programa de nutrición saludable y prácticas de consumo sano para los habitantes del DMQ • Sistema de monitoreo y evaluación 		<p>Academia</p> <p>Asociaciones</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Red de abastecimiento del DMQ a través de sistemas asociativos productivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapeo por parroquia y piso climático de la oferta productiva y ecosistemas agrícolas. • Identificación de asociaciones, cooperativas, o grupos asociativos en el DMQ para integrarlas en la plataforma Ecuador Agroalimentario. • Inventariar proyectos e iniciativas de cooperación enfocadas en desarrollar la cadena de abastecimiento, productiva. • Taller de transferencia de 	<p>Mediano y largo plazo</p>	<p>Secretaría de Desarrollo productivo</p> <p>Administraciones zonales rurales</p> <p>Asociaciones y cooperativas de productores</p> <p>Quito Turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de articulación y visibilización de los actores rurales • Mapa de la oferta productiva y ecosistemas agrícolas • Mapa de actores rurales • Inventario de



		<p>conocimientos y experiencias de integración del productor en la gastronomía de Perú, Francia y España.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de la cadena logística desde el “campo a la ciudad” y destinos de los productos hacia los centros de distribución (mercados, ferias, supermercados, tiendas especializadas) y comercio del DMQ. • Identificación de medios y canales de abastecimiento de productos e ingredientes con origen rural que utilizan los restaurantes, empresas de servicios de alimentos, cafeterías, hoteles, hospitales, centros de eventos. • Plan de fomento de ferias rurales o ferias regionales para articular visitas y encuentros entre actores urbanos de la cadena de valor de la gastronomía. • Articulación y visibilización de los actores rurales en la estrategia gastronómica del DMQ a través de acciones, programas o proyectos • Programa de incentivos para conectar el campo con Quito con el 		<p>ConQuito</p> <p>ONGs</p> <p>AEI</p>	<p>proyectos e iniciativas de cooperación y asistencias técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mapa de la cadena logística desde el “campo a la ciudad” en el DMQ. • Mapa los medios y canales de abastecimiento de productos e ingredientes rurales que utilizan los actores urbanos de la cadena de valor de la gastronomía del DMQ
--	--	---	--	--	--



		fin de visibilizar los campesinos y productores rurales para garantizar productos e ingredientes de calidad.			
11. Calidad	<ul style="list-style-type: none"> APP Distintivo Q 	<ul style="list-style-type: none"> Actualización y ampliación de servicios del Distintivo Q Difusión y capacitación a través de talleres o charlas en las administraciones zonales sobre los beneficios y forma de uso del distintivo Q Seguimiento de uso y aplicación del APP, medición de resultados con definición de indicadores de impacto 	Mediano y largo plazo	<p>Quito Turismo</p> <p>Administraciones zonales</p> <p>Asociaciones de restaurantes, huecas y actores de la cadena de valor gastronómica</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Programa mejores Prácticas turísticas gastronómicas 	<ul style="list-style-type: none"> Programa de conferencias sobre prácticas turísticas gastronómicas con invitados de Perú, Chile, Argentina y OMT. Programa de mesas temáticas basadas en las mejores prácticas turísticas gastronómicas Plan Maestro de mejores prácticas temáticas para turismo gastronómico del DMQ 	Mediano plazo	<p>Quito Turismo</p> <p>ConQuito</p> <p>Secretaria de Desarrollo Productivo</p> <p>OMT</p> <p>Sector Privado</p>	<p>Lista de conferencistas potenciales</p> <p>Auspiciantes</p> <p>Programa y presupuesto</p>

				<p>Cadenas de hoteleras</p> <p>Asociaciones de restaurantes y agencias de viaje</p>	
--	--	--	--	---	--

Conclusiones:

- Por los motivos antes expuestos y en base al taller de trabajo realizado, con el fin de salvaguardar e incentivar la producción alimentaria en el Distrito Metropolitano sobre Turismo, es necesario definir una celebración y difusión de las Gastronomía Quiteña en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Siendo lo recomendable, que se instaure el mes de diciembre como el mes de la gastronomía Quiteña, en el marco de la internalización que ya tienen las fiestas de Quito por su fundación en la ciudadanía, además de celebrarse el día de la gastronomía ecuatoriana, el 12 de diciembre de cada año.
- Declarado así en el 2018 por la Asamblea Nacional como el Día de la gastronomía, productos y alimentos saludables del Ecuador, que busca promover al país como un destino turístico culinario, rescatar la riqueza cultural y fomentar el desarrollo de las actividades culinarias a escala nacional e internacional.

PROPUESTA
ORDENANZA METROPOLITANA No. XXXX

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La gastronomía es un Patrimonio Cultural Inmaterial de los pueblos, y que, si establecemos una fecha para enaltecerla, será el inicio para que sea considerada elemento crucial de identidad quiteña debido a su historia, creatividad, diversidad y trascendencia.

En la gastronomía quiteña podemos encontrar elaboraciones vernáculas, ancestrales y típicas, unas se extinguieron, otras están por desaparecer y pocas se mantienen.

Así también contamos con bebidas auténticas por su historia, ingredientes, sabor y secretos conventuales que deben ser consideradas como bebidas quiteñas.

El ex Secretario General de la Organización Mundial del Turismo – OMT – Taleb Rifai, menciona:

“El turismo y particularmente el turismo de alimentos, permite a las comunidades generar ingresos y oportunidades de empleo localmente, proporcionando trabajo a chefs locales o guías turísticos mientras se alimentan otros sectores de la economía tales como la agricultura”.

La incorporación de la gastronomía en el diseño de cualquier producto turístico de los destinos se hace necesaria en cuanto que los visitantes que escogen dicho destino para pasar sus vacaciones tienen la necesidad diaria de alimentarse. La comida, a su vez, se configura como un elemento decisivo de la identidad humana, de los pueblos, de sus costumbres y como instrumento más eficaz de comunicar la cultura en general (Montanari, 2006).

La cocina ecuatoriana experimenta un continuo proceso transculturador generado, entre otros fenómenos, por la experiencia migrante. El proceso transculturador experimentado en la cocina en épocas de conquista, se evidencia en el flujo de alimentos dado entre las sociedades prehispánicas y la española, que generó para los pueblos originarios la adopción de algunos alimentos –como los cereales-, que han logrado un lugar importante en la dieta alimentaria de los pueblos y en la inclusión de alimentos como el maíz, que se han generalizado a otras regiones del mundo. (Unigarro Solarte, 2010)

Como parte del análisis realizado por la Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo, se ha determinado que la gastronomía quiteña abarca a la elaboración de los mejores chocolates finos de aroma que se exportan a todo el mundo, por sus

pisos climáticos sus zona agrícolas permiten cultivar alimentos frescos y exóticos todos los días del año en los mercados tradicionales de Quito, considerados enciclopedia de los cocineros, varias tendencias culinarias aplicadas por los diferentes referentes de Quito hacen que para 2021 en la lista “50 Best Discovery” donde 9 de los 15 restaurantes ecuatorianos están ubicados en Quito.

Conforme se desprende del análisis presentado por la Dirección de Mercadeo de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Distrito Metropolitano de Quito, Quito Turismo; desde el lado de la demanda, el Turismo Gastronómico es un segmento en crecimiento a nivel internacional, siendo el segundo motivo de desplazamiento turístico en países de Latinoamérica y el tercero a nivel global. Sólo en el mercado estadounidense hay 27,3 millones de turistas que consideran como motivo principal de su viaje, el disfrute de actividades gastronómica. (Propuesta Estrategia Gastronómica DMQ, 2022)

Las distintas administraciones a Cargo de Distrito Metropolitano de Quito han realizado intervenciones en el tema gastronómico, procurando la puesta en valor de la comida tradicional del Distrito Metropolitano de Quito. En los últimos 8 años se han realizado 30 intervenciones, siendo los años 2015 y 2020 los años más activos. Entre las iniciativas se pueden identificar la realización de concursos, festivales, publicaciones, consultorías, participación en eventos internacionales, activaciones de rutas gastronómicas; y en el contexto de la pandemia, adaptaciones de clases de cocina virtual. Los concursos de las “Fanescas y las Coladas Moradas y Guaguas de Pan”, han sido las iniciativas que se han mantenido en el tiempo; sin embargo, las otras acciones no han sido sostenidas en el tiempo.

CONSIDERANDO:

Que, La Constitución de la República en su artículo 13 determina que: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.”

Que, el artículo 83 de la Constitución de la República del Ecuador, en adelante “Constitución”, al establecer los deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y de los ecuatorianos, preceptúa como parte de éstos, el promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, conservar el patrimonio cultural y natural del país y cuidar y mantener los bienes públicos, participar en la vida política, cívica y comunitaria del país de manera honesta y transparente. Deberes y responsabilidades que deben observarse también en la relación entre la ciudadanía y el Estado para la administración de las finanzas públicas;

- Que**, el artículo 240 de la Constitución, dispone que los gobiernos autónomos descentralizados de los distritos metropolitanos tienen facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales;
- Que**, el artículo 266 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone que: *"Los gobiernos de los distritos metropolitanos autónomos ejercerán las competencias que corresponden a los gobiernos cantonales y todas las que sean aplicables de los gobiernos provinciales y regionales, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias. En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, expedirán ordenanzas distritales"*;
- Que**, el Art. 281 de la Constitución de la República del Ecuador señala que "La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente".
- Que**, el numeral 8 del Art. 380 de la Constitución de la República, establece como responsabilidad del Estado *"Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural"*.
- Que**, el numeral 24 del Art. 66 de la Constitución de la República, garantiza a las personas *"el derecho a participar en la vida cultural de la comunidad"*.
- Que**, la Ley Orgánica de Cultura entre los principios de la actividad turística, en su artículo 3, establece la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- Que**, el Art. 4 de la Ley Orgánica de Cultura, determina que, como política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir entre otros con los siguientes objetivos: b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- Que**, el Artículo 33 de la Ley de Cultura refiere que: "Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones."
- Que**, el literal e) del Art. 4 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, determina como uno de los fines de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales *"La protección y promoción de la diversidad cultural intangible y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural intangible como es la gastronomía"*.

Que, el literal a) del artículo 31 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en adelante “COOTAD”, dispone que, para alcanzar los objetivos del buen vivir, los gobiernos autónomos descentralizados y el gobierno central, deben ejecutar acciones articuladas y coordinadas entre ellos, según las competencias establecidas en la Constitución y la ley”;

Que, el literal q) del Art. 54 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, establece como función del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal el: *“Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades en beneficio de la colectividad del cantón”*.

Que, de conformidad al literal a) del artículo 87 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en adelante “COOTAD”, entre las atribuciones del Concejo Metropolitano, le corresponde ejercer la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado metropolitano, mediante la expedición de ordenanzas metropolitanas, acuerdos y resoluciones;

Que, La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), determina que la Soberanía Alimentaria es el derecho de los pueblos y comunidades a “definir su propia alimentación y su agricultura, a proteger y regular la producción y el mercado nacional de los productos agrícolas con el objeto de conseguir los objetivos de desarrollo sostenible” (Vía Campesina, como se citó en Velásquez, 2016, p. 17).

Es así como la soberanía alimentaria está ligada al derecho de los pueblos, a controlar sus propias semillas y un uso adecuado del suelo. De modo que garantice una producción local y culturalmente

Que, el Artículo 22.- Ejes estratégicos. - Las Comisiones del Concejo Metropolitano se fundamentan en los cuatro ejes estratégicos de la Administración Metropolitana: Eje económico: Que impulse una economía **productiva, competitiva, diversificada y solidaria** que proporcione bienestar a toda la población y genere empleo y trabajo; Eje social: Que promueva una sociedad equitativa, solidaria e incluyente que respete la diversidad social y CULTURA, que construya una CULTURA de paz entre sus habitantes, con acceso a una mejor calidad de vida en educación, salud, seguridad, CULTURA, recreación y demás; Eje territorial: Que desarrolle un territorio que consolide entornos favorables, regularizando la propiedad desde el punto de vista de la equidad social, identidad local y sostenibilidad ambiental, dotándolo de la infraestructura vial que mejore la circulación vehicular; y, Eje de gobernabilidad e institucionalidad: Que construya una CULTURA política ciudadana y un marco institucional que haga posible la gobernabilidad democrática y el cumplimiento de las normas de convivencia

En ejercicio de las atribuciones que confieren los artículos 240, numeral 1; y 264 de la Constitución; artículo 87, literal a) y 332 del Código Orgánico de Organización

Territorial, Autonomía y Descentralización; y, 8 de la Ley de Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, expide la siguiente:

“ORDENANZA METROPOLITANA QUE DEFINE LA CELEBRACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA QUITEÑA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

Artículo. – *Incorpórese el Capítulo III De la Institucionalización de la celebración y reconocimiento a la Gastronomía Quiteña a continuación del Capítulo II en el Título III dentro del Libro III.4 de la ordenanza metropolitana N° 001 que contiene el código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, los siguientes artículos:*

Artículo XXXX. – **Institucionalización del mes de la gastronomía Quiteña.** - Se define al mes de diciembre como el mes de la gastronomía de Quito.

Artículo XXXX. – **Evento Conmemorativo.** - Se realizará anualmente la celebración del mes de la gastronomía quiteña, por medio de un festival alimentario y gastronómico, cuyo nombre definirá la Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo conforme la disposición transitoria única y que se mantendrá sin modificaciones durante la vigencia de la presente ordenanza.

El Festival alimentario y gastronómico deberá considerar a los sectores de estudios, extracción, producción y difusión de los elementos de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito, quienes ejerzan su actividad dentro de las regulaciones que establece la normativa nacional y del distrito metropolitano de Quito.

Artículo XXXX. – **Características.** - El festival alimentario tendrá características de difusión masiva, con espectáculos, en su mayoría gratuitos, a fin de permitir la mayor participación de la colectividad.

La unidad administrativa encargada programará actividades que propendan a la difusión de todas las formas de expresión alimentaria.

Se realizarán, además, actividades de promoción o fomento de la producción gastronómica, tales como seminarios, encuentros, conferencias y, sobre todo, talleres destinados a niños, jóvenes y, eventualmente, especialistas.

El Municipio de Quito cada año determinará los platos insignias a promocionar, con énfasis en los platos típicos quiteños.

Se organizarán actos que tiendan a vigorizar la gastronomía quiteña y, además congresos, seminarios o conferencias sobre temas afines.

Artículo XXXX. – - La Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo o quien haga sus veces, estará a cargo de llevar a cabo la realización del evento conmemorativo. Para lo cual deberá incluir los montos necesarios en el presupuesto anual de la empresa.

Artículo XXXX.- Auspicio a otras entidades.- La Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo o quien haga sus veces, auspiciará y coordinará presentaciones, lanzamientos, conferencias, etc., de otras instituciones y organismos, nacionales o extranjeros, que deseen participar con sus eventos en el desarrollo de la semana correspondiente al día de la gastronomía quiteña., conforme el presupuesto aprobado

Artículo XXXX . - Programa. - En el mes de junio de cada año, la Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo o quien haga sus veces pondrá a consideración del Alcalde Metropolitano y/o el Comité de Turismo y Fiestas el programa general del mes de la Gastronomía Quiteña, para su conocimiento.

Artículo XXXX . - Financiamiento. - El Municipio destinará, en su presupuesto, una partida con los recursos necesarios para la realización del festival, especialmente para los gastos relacionados con la contratación de instructores o especialistas, pago de artistas, contratación de servicios, adquisición de materiales, muebles y equipos, pagos por transporte, refrigerios, etc.

Artículo XXXX. - Autorización para recibir auspicios. - Se autoriza al titular de la unidad administrativa encargada para que reciba auspicios y entrega de propaganda de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, para llevar a cabo la totalidad o parte de los eventos del festival.

Artículo XXXX. - Cobro por inscripciones. - Se autoriza al titular de la unidad administrativa encargada para que, eventualmente y con la aprobación del Alcalde Metropolitano, cobre el costo de inscripción en talleres, ferias, congresos y otros, que se organicen en beneficio de la gastronomía quiteña. Con esos valores, se cubrirán los costos de los talleres a fin de volverlos autofinanciables.

Disposición Transitoria Única. - La Empresa Pública de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo, en el plazo de 20 días una vez aprobada la ordenanza, deberá informar a la Comisión de Turismo y Fiestas sobre el nombre elegido para el festival alimentario y gastronómico.

Disposición Final. - La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su sanción sin perjuicio de su publicación en la Gaceta Municipal y en la página web institucional y en el Registro Oficial.