

**Universidad Andina Simón Bolívar**

**Sede Ecuador**

**Área de Gestión**

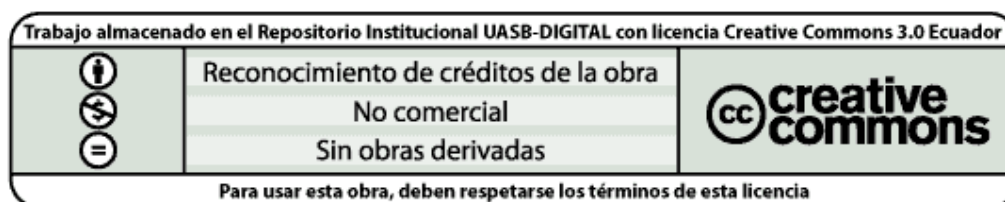
Maestría en Administración de Empresas

**El aporte del Distrito Metropolitano de Quito al desarrollo del turismo  
en el Ecuador y al crecimiento económico del país en el periodo  
2017 - 2020**

Marco Patricio Ávila Robalino

Tutor: Luis Luna Osorio

Quito, 2017



## **CLAUSULA DE CESION DE DERECHO DE PUBLICACION DE TESIS**

Yo, Marco Patricio Ávila Robalino autor de la tesis intitulada “*EL APORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL ECUADOR Y AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL PAÍS EN EL PERIODO 2017 – 2020*”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magister en Dirección de Empresas en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo, por lo tanto, la Universidad utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en formato virtual, electrónico, digital u óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

## **RESUMEN**

La presente tesis, cuyo objetivo es determinar el aporte del Distrito Metropolitano de Quito al desarrollo del turismo en el Ecuador y al crecimiento económico del país en el periodo 2017 – 2020, para poder establecer una visión más acertada acerca del turismo como industria de desarrollo para Quito y el Ecuador.

La investigación es diagnóstica propositiva, que se ha basado principalmente en fuentes secundarias como la revisión de libros, estadísticas oficiales, revistas especializadas y páginas web, con cuya información se procedió a recopilar datos y realizar interpretaciones que ayudaron a crear el diagnóstico del aporte turístico de Quito en la economía del país.

En este sentido, cabe mencionar que el primer capítulo, se presenta el marco teórico enfocado a los conceptos básicos de turismo y sus diferentes tipos, así como el tipo de turismo que ofrece Ecuador y Quito. Posteriormente se muestra el diagnóstico actual económico del turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, se muestra los factores económicos de empleo, PIB y se realiza un detalle minucioso del perfil del turista que visita la ciudad de Quito,

Consecutivamente, se describe las perspectivas del sector turístico en el Ecuador, en este capítulo se detalla el Plan de Turismo de Ecuador para el 2020 sus políticas económicas, estrategias y metas para el 2020.

Finalmente, a partir de esta investigación se desarrolla unas conclusiones enfocadas al valorar el cumplimiento de las metas del Plan de Turismo 2020 y la situación de Quito para atraer más turistas. El análisis del aporte del Distrito Metropolitano de Quito, se refleja que si bien existió por parte del gobierno central fomentar y activar más el desarrollo del turismo, por razones y factores externos no se llegaron a cumplir dichas metas.

## DEDICATORIA

*A mi esposa María Gabriela, mi compañera de vida, Mi Fanta que con amor y cariño me supo dar ánimos y ganas de seguir, por darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, y entender que si tienes amor en tu vida puedes vencer todo obstáculo.*

*A mi hijo Ignacio, Mi Fantito que me cambio la vida para bien que me enseña, que la vida está llena de felicidad y que lo mas sincero y puro que hay en la vida es verte sonreír.*

*A mis padres Wilder y Gina, por todo su apoyo no solo en esta etapa de mi vida profesional, sino en toda mi vida, gracias padres míos por siempre estar ahí y siempre estar con la mano extendida, sin esperar nada a cambio les amo.*

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento incondicional siempre a Dios, por guiarme en esta etapa de mi vida profesional, él me puso ahí.

A mi Universidad Andina Simón Bolívar, y sus docentes que nos compartieron conocimientos, vivencias y experiencias, para ser mejores profesionales y poder también compartir conocimiento pilar fundamental del ser humano.

-Marco Ávila

“El secreto de la sabiduría, el poder y el conocimiento es la humildad.”

-Ernest Hemingway

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CAPITULO UNO : MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>10</b>
1.1 Marco teórico .....	10
1.1.1 ¿Qué es el Turismo? .....	10
1.1.2 Clases de turismo en el mundo.....	11
1.1.2.1 Turismo de descanso .....	13
1.1.2.2 Turismo científico .....	14
1.1.2.3 Ecoturismo .....	15
1.1.2.4 Turismo de aventura.....	16
1.1.2.5 Turismo cultural .....	16
1.1.2.6 Turismo histórico .....	17
1.1.2.7 Turismo religioso .....	18
1.1.2.8 Turismo gastronómico.....	19
1.1.3 Turismo en la economía .....	20
<b>CAPITULO DOS : DIAGNÓSTICO ACTUAL ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO .....</b>	<b>29</b>
2.1 Definición y ubicación del sector en la economía.....	29
2.2 Factor económico: Producto Interno Bruto (PIB) .....	31
2.3 Factor económico: empleo .....	36
2.4 Proyectos turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito.....	38
2.5 Perfil del turista internacional en el Distrito Metropolitano de Quito.....	42
a. Nacionalidad .....	42
b. Grupos de edad.....	43
c. Nivel de instrucción .....	43
d. Motivo del viaje .....	44
e. Razón principal de llegada .....	45
f. Medio de información del visitante.....	45
g. Con quién viaja el visitante .....	46
h. Cómo organiza su viaje el turista .....	47
i. Actividades realizadas en Quito por el turista.....	47
j. Grado de satisfacción del turista en Quito.....	48
k. Nivel de satisfacción de servicios turísticos.....	49
l. Turistas que recomendarían visitar la ciudad.....	49
m. Turistas que regresarían a Quito.....	50
2.6 Perfil del Turista Interno en el Distrito Metropolitano de Quito.....	50

a.	Motivos de viaje a Quito .....	50
b.	Tiempo de estadía en Quito.....	51
c.	Personas con que viajan a Quito .....	51
d.	Duración de la visita a Quito.....	52
e.	Opinión positiva y negativa de la ciudad de Quito?.....	52
2.6	Distribución del gasto del turista en el Distrito Metropolitano de Quito .....	53
2.7	Cifras clave.....	55
2.7.1	Llegadas .....	55
2.7.2	Tasa de ocupación hotelera (TOH) .....	56
2.7.3	Estancia hotelera .....	57
2.7.4	Ocupación hotelera por sector geográfico.....	57
2.7.5	Tarifa promedio habitación ocupada.....	58
2.7.6	Establecimientos Quito .....	59
2.7.7	Actividades económicas de turismo.....	60
2.7.8	Perfil más visitado 2015.....	61
2.7.9	Perfil otras ciudades 2015 .....	63
2.7.10	Estancia gasto ciudad .....	64
2.7.11	Perfil ingreso divisa 2015.....	66
<b>CAPITULO TRES: PERSPECTIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR 87</b>		
3.1	Políticas del Turismo PLANDETUR 2020.....	67
3.2	Políticas Económicas.....	69
3.3	Competencia Turística de Ecuador.....	72
3.4	Estrategias a los ejes de cambio de la Matriz de Transformación Productiva de Turismo .....	73
3.5	Ingresos de Turistas 2016 – 2020.....	81
3.5.1	Llegadas visitas internacionales .....	82
3.5.2	Generación de divisas.....	82
3.5.3	Gasto por visitante internacional.....	83
3.5.4	Turismo Interno.....	83
3.6	Metas 2020.....	84
3.6.1	PLANDETUR VS QUITO.....	88
3.6.2	Balance de la Campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR .....	90
<b>CAPITULO 4: CONCLUSIONES ..... 91</b>		
<b>BIBLIOGRAFÍA..... 96</b>		

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> – Cifras claves económicas de turismo en Ecuador .....	24
<b>Tabla 2</b> - Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal año 2010 - 2015	25
<b>Tabla 3</b> - Personal ocupado en los establecimientos registrados en el ministerio de turismo año 2010 – 2015.....	26
<b>Tabla 4</b> - Balanza turística 2010 - 2015 .....	26
<b>Tabla 5</b> - Peso del consumo turístico receptor en el PIB.....	27
<b>Tabla 6</b> - Peso del consumo turístico interno en el PIB .....	27
<b>Tabla 7</b> - Recaudación tributaria en hoteles año 2010 - 2015 .....	28
<b>Tabla 8</b> - Productos relacionados con el turismo.....	30
<b>Tabla 9</b> - Cifras clave turistas en el Distrito Metropolitano de Quito .....	38
<b>Tabla 10</b> - Distribución de gasto del turista en el Distrito Metropolitano de Quito .....	53
<b>Tabla 11</b> - Cifras clave turismo Distrito Metropolitano de Quito .....	55
<b>Tabla 12</b> - Ingresos de turistas.....	81
<b>Tabla 13</b> - Llegadas visitantes internacionales.....	82
<b>Tabla 14</b> - Generación de divisas .....	82
<b>Tabla 15</b> - Gasto por visitante internacional.....	83
<b>Tabla 16</b> - Turismo interno.....	83
<b>Tabla 17</b> - Proyectos Hoteleros a desarrollarse en el País.....	89

## INDICE DE GRAFICOS

<b>Grafico 1</b> - Las Pymes en Ecuador .....	33
<b>Grafico 2</b> - Variación del índice inflacionario en Quito / período 2011 – 2016.....	34
<b>Grafico 3</b> - Relación PIB / variación anual.....	35
<b>Grafico 4</b> - Empleo adecuado, inadecuado y desempleo de Quito.....	36
<b>Grafico 5</b> - Establecimientos económicos por tamaño – Quito .....	37
<b>Grafico 6</b> - Proyección de visitantes a la ciudad de Quito / período 2007 – 2031 .....	39
<b>Grafico 7</b> - Nacionalidad de turista en el Distrito Metropolitano de Quito .....	42
<b>Grafico 8</b> - Grupos de Edad de visitantes al Distrito Metropolitano de Quito .....	43
<b>Grafico 9</b> - Nivel de instrucción de los visitantes al Distrito Metropolitano de Quito..	43
<b>Grafico 10</b> - Motivo de viaje del visitante del Distrito Metropolitano de Quito .....	44
<b>Grafico 11</b> - Principal razón de llegada de los visitantes al Distrito Metropolitano de Quito .....	45
<b>Grafico 12</b> - Medio de información del visitante del Distrito Metropolitano de Quito.	45
<b>Grafico 13</b> - Con quien viaja el visitante al Distrito Metropolitano de Quito .....	46
<b>Grafico 14</b> - Como organiza el viaje el turista al Distrito Metropolitano de Quito.....	47
<b>Grafico 15</b> - Actividades realizadas en Quito por el turista.....	48
<b>Grafico 16</b> - Grado de satisfacción del turista en Quito .....	48
<b>Grafico 17</b> - Nivel de satisfacción de servicios turísticos .....	49
<b>Grafico 18</b> - Turistas que recomendarían visitar la ciudad.....	49
<b>Grafico 19</b> - Turistas que regresarían a Quito .....	50
<b>Grafico 20</b> - Distribución del Gasto del Turista del Distrito Metropolitano de Quito ..	53
<b>Grafico 21</b> - Llegadas internacionales de turistas no residentes.....	55



<b>Grafico 22</b> - Tasa de ocupación hotelera .....	56
<b>Grafico 23</b> - Estancia hotelera .....	57
<b>Grafico 24</b> - Ocupación hotelera por sector geográfico.....	58
<b>Grafico 25</b> - Tarifa promedio habitación ocupada.....	58
<b>Grafico 26</b> - Establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito.....	59
<b>Grafico 27</b> - Actividades económicas de turismo en el Distrito Metropolitano de Quito .....	60
<b>Grafico 28</b> - Lugares más visitados por los turistas.....	61
<b>Grafico 29</b> - Visitas a otras ciudades del Ecuador .....	63
<b>Grafico 30</b> - Estancia del turista en el Distrito Metropolitano de Quito.....	64
<b>Grafico 31</b> - Gasto medio total del turista en el Distrito Metropolitano de Quito.....	64
<b>Grafico 32</b> - Gasto medio diario del turista en el Distrito Metropolitano de Quito.....	65
<b>Grafico 33</b> - Perfil ingresos de divisas 2015.....	66
<b>Grafico 34</b> - Turismo en el PIB .....	69

## **CAPITULO UNO: MARCO REFERENCIAL**

### **1.1 Marco teórico**

#### **1.1.1 ¿Qué es el Turismo?**

Históricamente, se considera que el surgimiento del turismo se encuentra ligado al desplazamiento de ciudadanos procedentes de Inglaterra a varios destinos de Europa continental entre los siglos XVIII y XIX aproximadamente, siendo este país también el pionero en el estudio de los viajes de placer en el año 1811 (Renato Quesada Castro 2007).

Con el incremento de esta actividad surgen nuevas corrientes y pensamientos que definen al turismo de acuerdo a su actividad profesional, lo que permite generar conceptos más elaborados.

Desde esta perspectiva, es necesario indicar que no existe una sola definición de turismo, ya que este término engloba varios enfoques en conjunto con los procedimientos relacionados a esta temática.

Según la Organización Mundial de Turismo, “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancia en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado” (Organización Mundial del Turismo 2017).

Por otro lado, el diccionario de la Real Academia Española definirá escuetamente al turismo como “una actividad o hecho de viajar por placer” (Real Academia Española 2017).

Ahora bien, efectuando una retrospectiva acerca del concepto de turismo, los autores Walter Hunziker y Kart Krapf lo definieron como “el conjunto de relaciones y fenómenos que se derivan de la estancia de forasteros en tanto que no dé lugar a radicación para el ejercicio de una actividad lucrativa principal permanente o pasajera” (Francisco Muñoz de Escalona y Lafuente 2003).

En base a estas definiciones, se puede concluir que el turismo es aquella actividad que involucra el desplazamiento temporal de un individuo o grupo de individuos hacia

lugares diferentes a su entorno habitual y cuyo motivo para efectuar este viaje tiende a variar según sus necesidades.



El turismo y sus relaciones según Hunziker&Krapf(Francisco Muñoz de Escalona y Lafuente 2003)

El crecimiento de la industria del turismo y del ocio permite a un territorio organizado el logro de un desarrollo económico superior, el mismo que resultará de la suma de las siguientes rentabilidades (FRANCES 2007):

- Rentabilidad económica superior a la media para los negocios instalados; en caso contrario los mejores empresarios, trabajadores e inversores cambiarán el destino.
- Rentabilidad económica para las administraciones públicas implicadas, de modo que sus inversiones en turismo sean rentables.
- Rentabilidad social para los habitantes que se concreta en atractivos excelentes, infraestructuras adecuadas, puestos de trabajo de calidad, etc.
- Rentabilidad medio ambiental, entendida como el mantenimiento e incremento del valor del territorio y del patrimonio.

### 1.1.2 Clases de turismo en el mundo

La industria turística a nivel mundial ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, en conjunto con una multiplicación importante de opciones para beneficio del usuario, lo que ha logrado que este sector crezca rápidamente desde el punto de vista económico.

“El turismo mundial no para de crecer. En 2016, 1.235 millones de turistas han viajado fuera de sus fronteras, es decir, 46 millones más que un año antes, según el barómetro que ha presentado la Organización Mundial de Turismo”.(Organización Mundial del Turismo 2017).

Al guardar una estrecha relación con el desarrollo sostenido de cada país (lo que incluye el equilibrio de la balanza comercial), la diversificación de nuevos destinos turísticos ha dinamizado la economía global a tal punto que hoy en día este sector es considerado clave para cuantificar el progreso de una nación.

En los actuales momentos, los ingresos generados por el turismo han llegado a superar a otros componentes de la economía como la exportación de hidrocarburos, productos alimenticios o derivados, insumos industriales e inclusive aquellos que forman parte de los conglomerados automovilísticos.

El crecimiento del sector turístico, tanto en países desarrollados como subdesarrollados, ha reportado beneficios económicos en términos de empleo principalmente y de otros sectores relacionados con esta actividad como la hotelería, agencias de viaje, transporte, restaurantes, etc. (Organización Mundial del Comercio 2017).

Cabe recordar que la contribución del turismo como actividad económica se encuentra relacionada de forma directa con la calidad de los servicios que presta, infraestructura, facilidades para el usuario y sobre todo promoción en el exterior.

En este punto, la Organización Mundial del Turismo (OMT) “ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea” (Organización Mundial del Turismo 2017).

La riqueza en recursos naturales es considerado un factor determinante al momento de generar interés en el potencial turista, tal es así que ascienden a seis los países en América

Latina que figuran como los más competitivos en este rubro según el Foro Económico Mundial: México, Brasil, Panamá, Costa Rica, Chile y Argentina(BBC Mundo 2017).

En este punto, el turismo receptivo mundial ha registrado un crecimiento sostenido ininterrumpido desde los años sesenta, en parte gracias a la diversificación de destinos en los 6 continentes (exceptuando la Antártida), lo que ofrece al viajero la oportunidad de conocer infinidad de lugares.

Gracias a esta apertura de fronteras, los países que más turismo han recibido en los últimos 10 años son: España, Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Italia, Canadá y Suiza (El Economista 2017).

El turismo internacional ha cobrado una importancia inusitada debido al crecimiento sostenido de los últimos años, en gran medida debido a la diversificación de destinos atractivos para el consumidor, apoyo gubernamental en zonas específicas y trabajo mancomunado entre los sectores público y privado.

Como tal, esta actividad genera industrias y productos a su alrededor, lo que determina beneficios económicos a diferentes sectores y principalmente al Estado, ya que contribuye al cambio de la matriz productiva en el Ecuador.

En este contexto, los productos turísticos “son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

- a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).
- b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes” (Organización Mundial del Turismo OMT 2017)

Bajo la premisa de aprovechar el tiempo libre del que dispone un individuo para efectuar las actividades que sean de su completa satisfacción, el turismo en el Ecuador ha sido clasificado en función de los siguientes parámetros, cada uno con sus características propias:

#### **1.1.2.1 Turismo de descanso**

”El turismo convencional, conocido también como el modelo de sol y playa, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda” (Turismo Sostenible 2009).

Conocido como turismo de descanso, destaca por situarse en la zona costera del Ecuador y cuenta con una gran demanda por parte de la población proveniente de la sierra en fechas de descanso obligatorio promovidas por el gobierno nacional, con la finalidad de generar ingresos económicos extraordinarios a los sectores involucrados como transporte, hotelería, alimentación, etc.

Al respecto, cabe mencionar que se encuentra en vigencia el Decreto Ejecutivo No.858 publicado con fecha 28 de diciembre de 2015, mediante el cual el Ec. Rafael Correa Delgado en su calidad de Presidente Constitucional de la República del Ecuador promulga el listado de días de descanso obligatorio para el sector público (y eventualmente en el sector privado) durante el período 2016 - 2020, con el fin de trasladar los feriados cuya fecha aparezca entre semana al lunes o viernes para incrementar el número de días de asueto (Ministerio de Turismo 2017). (Ver anexo 1)

#### **1.1.2.2 Turismo científico**

“Está conformado por quienes viajan a zonas naturales específicas con el objeto de investigar o ampliar sus conocimientos respecto a un ecosistema, hábitat o especie - animal o vegetal - en particular” (Renato Quesada Castro 2007).

El turismo científico propone al visitante una alternativa diferente, así como un concepto basado en la investigación científica, teniendo como actividad principal aumentar y complementar la comprensión en una determinada disciplina.

El sitio más emblemático del Ecuador para este tipo de turismo se encuentra en las Islas Galápagos, conocido al interior de la comunidad científica internacional por su gran biodiversidad, lo que lo convierte en un laboratorio natural único en el mundo. Su ubicación geográfica privilegiada las convierte en un sitio apto para todo tipo de disciplina, como la astronomía por ejemplo, por lo que es frecuente la organización de eventos relacionados con esta rama de la ciencia (INEC 2014).

Los expertos interesados en temas relacionados a la espeleología volcánica encuentran en el cantón Loreto de la provincia de Orellana el lugar ideal “para realizar sus actividades sobre esta especialidad científica que se desarrolla en cuevas volcánicas, aquellas que son creadas por la lava durante un proceso de erupción” (Ministerio de Turismo 2014).

Los especialistas que asistieron al mencionado cantón proceden de Alemania, Inglaterra, Estados Unidos, España y Ecuador, existiendo la posibilidad de ampliar estos estudios a otras provincias amazónicas.

### **1.1.2.3 Ecoturismo**

Con un crecimiento sostenido en los últimos años y una gran aceptación por parte del consumidor nacional e internacional, el ecoturismo es conocido como un movimiento que promueve una actividad responsable y consciente del entorno que le rodea, basado en la conservación de cualquier tipo de ecosistema.

La Organización Mundial de Turismo conceptualiza las siguientes características para esta forma de excursión:

“1. Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.

2. Incluye elementos educativos y de interpretación.

3. Generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas. Los proveedores de servicios que colaboran en el destino tienden a ser pequeñas empresas de propiedad local.

4. Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.

5. Contribuye a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo:

- Generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos

conservacionistas,

- Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales,
- Incrementando la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas” (Organización Mundial de Turismo 2017).

#### **1.1.2.4 Turismo de aventura**

“El turismo de aventura es uno de los segmentos que más ha crecido en los últimos años a pesar de las turbulencias económicas y para los destinos supone además una fuente de ingresos por viajero superior a la de otras categorías turísticas. Pero el rápido crecimiento representa a la vez una oportunidad y un peligro, según reconocen las empresas especializadas” (Hosteltour 2015).

Se trata de aquella actividad turística que implica visitas a lugares remotos o paradisíacos con fines exploratorios o para la práctica de deportes relacionados con el concepto, los que indudablemente implican cierto tipo de riesgos controlados y donde no tiene cabida los imprevistos.

Esta actividad cuenta con distintos lugares ubicados en la sierra y Amazonía, como por ejemplo Baños de Agua Santa en la provincia del Tungurahua, reconocida mundialmente por el llamado Columpio del Fin del Mundo y que se ubica en el sector de Runtún(El Ciudadano 2015).

Precisamente en Baños de Agua Santa es muy común la práctica de deportes extremos como el canopy, rafting, canyoning, puenting, entre otros y que gozan de total aceptación entre los turistas nacionales y extranjeros.

#### **1.1.2.5 Turismo cultural**

“El turismo cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (Secretaría de Turismo de México 2015).

La importancia de este tipo de turismo radica en su capacidad de fomentar el crecimiento económico local y nacional, destacar ciertas regiones de acuerdo a sus



tradiciones o recursos naturales y promover convenios de cooperación internacional para el bienestar de un grupo humano determinado. En general, el turista extranjero visita de manera preferente las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Galápagos y Baños (cuya importancia fue mencionada con anterioridad).

La riqueza cultural del Ecuador se concentra principalmente en la ciudad de Quito, cuyos atractivos más visitados se concentran en las iglesias, conventos, casas patrimoniales y monumentos del Centro Histórico, siendo especialmente apetecido por turistas procedentes de Norteamérica, Europa y el resto de países de Sudamérica.



Fuente: (INEC 2014)

#### 1.1.2.6 Turismo histórico

“El turismo histórico está muy ligado al turismo cultural y se basa en el aprendizaje de los hechos que han tenido lugar en el destino turístico que hemos elegido para un viaje o vacaciones. La mayoría de los turistas lo llevan a cabo sin saberlo, aunque también existen excursiones o paquetes armados para los que están interesados en un tema en particular” (Cómo Hacer Para 2017).

Reconocido por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad en razón de poseer el centro histórico más representativo del país, el más grande y a la vez más representativo de América “conformado por un extenso casco colonial que incluye variedad de iglesias, capillas, monasterios y conventos, así como plazas, museos, casonas antiguas, edificaciones republicanas y de inicios del siglo XX, además de obras contemporáneas imponentes” (Instituto Metropolitano de Patrimonio 2016).

Entre los lugares más representativos y visitados que conforman el Centro Histórico de Quito se encuentran los siguientes (Quito Turismo 2017):

- Barrio San Marcos
- La Ronda
- Catedral Metropolitana
- El Panecillo
- Iglesia de La Compañía de Jesús
- Iglesia y Plaza de La Merced
- Plaza de San Francisco
- Plaza Grande o de la Independencia
- Monasterio, Convento y Museo de El Carmen Alto
- Calle de las Siete Cruces (calle García Moreno)
- Basílica del Voto Nacional
- Iglesia y Plaza de Santo Domingo
- Museo de la Ciudad
- Plaza de San Blas
- Iglesia de San Agustín
- Palacio de Carondelet
- Plaza Chica
- Mercado de San Francisco
- Plaza y Teatro Sucre
- Plaza y Convento de San Diego
- Capilla del Robo
- Pasaje y Palacio Arzobispal

#### **1.1.2.7 Turismo religioso**

“Modalidad de turismo motivada fundamentalmente por la fe y la devoción religiosa. Este tipo de viajes permite la visita de lugares sagrados para diversas religiones como el catolicismo, el islam, el judaísmo, el budismo, etc.” (Blogitravel 2017).

El turismo religioso se encuentra íntimamente relacionado con el turismo histórico, en especial la ciudad de Quito, en vista de la gran cantidad de edificios o lugares que fusionan ambas categorías.

Conscientes de esta realidad, el Ministerio de Turismo ha desarrollado varias estrategias para impulsar esta actividad, como capacitaciones especializadas en el patrimonio religioso que responden a la “necesidad de estructurar un programa de formación profesional adecuado al turismo religioso” (Ministerio de Turismo 2015), con enfoque en la arquitectura histórica del Ecuador.

Uno de los productos ofrecidos al turista con motivo de las celebraciones de Semana Santa en el año 2015 fue el denominado **Pasaporte Religioso – Ruta de la Espiritualidad**, programa enfocado en las principales iglesias de Quito con información relevante de cada una de ellas y cuyo objetivo primordial es el público infantil.

Al respecto, la Subsecretaría de Desarrollo Turístico de este ministerio ha recalcado la importancia de involucrar en este tipo de proyectos a entidades municipales como Quito Turismo, para una mejor difusión del contenido.

El turista extranjero, principalmente el que proviene de países como Argentina, Estados Unidos o España, ha manifestado su predilección hacia lugares emblemáticos como la Catedral Metropolitana, la iglesia de La Compañía y la iglesia de San Francisco, debido a la riqueza cultural que albergan en sus interiores, tales como cuadros y esculturas de la llamada Escuela Quiteña, que datan de los siglos XVII y XVIII (en menor escala se registran visitas a sitios como el Panecillo).

#### **1.1.2.8 Turismo gastronómico**

“Turismo que permite degustar comida local y sorprenderse con nuevos sabores. Este tipo de turismo permite acudir a restaurantes, fiestas locales y ferias gastronómicas” (Blogitravel 2017).

Un complemento perfecto a la estancia del turista extranjero sin duda es la degustación de comidas tradicionales ecuatorianas, las mismas que se destacan nítidamente en el panorama latinoamericano por su originalidad, buen gusto, presentaciones variadas e ingredientes que resultan exóticos para el turista extranjero.

Como consecuencia de esta riqueza gastronómica, la Universidad española de Mondragón ha considerado la creación de una cátedra dedicada exclusivamente a la cocina ecuatoriana debido a factores de promoción de atractivos.

La diversidad gastronómica del Ecuador se refleja también en la organización de eventos propios de esta disciplina como el festival de identidad gastronómica denominado “Latitud Cero”, programa llevado a cabo en la ciudad de Quito en septiembre de 2015 y en el que se promocionó la tradición culinaria ecuatoriana como una “ventana de comunicación gastronómica donde se presenten todos los actores que articulan este país a través de esta actividad” (Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica 2015).

A nivel académico, la Universidad de las Américas ha presentado el libro de cocina llamado **Ecuador Culinario**, un proyecto privado que ha plasmado en esta obra 600 recetas de la cocina ecuatoriana de acuerdo a cada zona geográfica del Ecuador (24 provincias), con la finalidad de convertir al país en un nuevo destino gastronómico y rescatar para el mundo sus platos más tradicionales (Ecuador Inmediato 2012).

### **1.1.3 Turismo en la economía**

Ecuador es un país diverso en muchos sentidos, ya que tiene una gran variedad de microclimas que van desde las nieves de sus volcanes, pasando por el clima templado del callejón interandino, las cálidas playas del litoral ecuatoriano e incluso la región insular.

Esta variedad de climas ha permitido posicionar al Ecuador como un sitio ideal para el turismo ecológico, de aventura y de descanso, lo que le ha permitido ser un aporte valioso para la economía del país. Los destinos más visitados por turistas nacionales y extranjeros en cada región, de acuerdo al sitio web de viajes estadounidense TripAdvisor, son los siguientes:

#### **Islas Galápagos**

Conocido como Archipiélago de Colón, es uno de los íconos turísticos y naturales de Ecuador, ya que en estas islas la belleza y la sabiduría de la naturaleza se manifiestan a cada instante: especies animales y vegetales únicas, paisajes impresionantes y una sorprendente Reserva Marina. Las expresiones de asombro siempre se quedan cortas

para describir este Patrimonio Natural de la Humanidad, lo que lo convierte en un destino único y obligado.

### **Centro Histórico de Quito**

Declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco en 1978, el Centro Histórico de Quito es uno de los más grandes y mejor conservados de América. Al recorrer sus estrechas calles adoquinadas, el turista se sentirá conectado con la historia y la majestuosidad de la Colonia reflejados en sus iglesias, museos, monumentos y casas patrimoniales.

### **Mitad del Mundo**

El monumento a la Mitad del Mundo, ubicado a una hora de Quito, es un homenaje a la Misión Geodésica Francesa que visitó el país en el siglo XVIII para determinar la forma de la Tierra. Al visitar este monumento, el visitante puede colocar un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur, además de experimentar con algunos fenómenos que solo tienen lugar en plena línea equinoccial.

### **Teleférico de Quito**

Ubicado cerca de las faldas del volcán Pichincha, el Teleférico de Quito es uno de los principales atractivos de la capital de Ecuador, ya que obsequia al turista nacional y extranjero con una vista privilegiada de la ciudad. Administrado por el Fideicomiso Proyecto Turístico Cruz Loma, este teleférico permite al visitante experimentar una aventura escénica y natural a 4200 metros sobre el nivel del mar.

### **Termas de Papallacta**

A tan solo dos horas de Quito, el turista nacional y extranjero encontrará las Termas de Papallacta, famosas por sus aguas termales y sus propiedades medicinales. En las piscinas de este sitio, el visitante podrá relajarse y disfrutar del impresionante paisaje que brinda la vista al volcán Antisana.

### **Malecón 2000**

El Malecón 2000 es uno de los espacios emblemáticos ubicados en la ciudad de Guayaquil. Inaugurado finalmente el 30 de octubre del año 2000 (Revista Líderes 2017), el turista disfrutará de la calidez porteña y de su historia caminando por este

bulevar a orillas del río Guayas, además el Malecón se conecta con el barrio Las Peñas, uno de los más antiguos de la urbe.

### **Parque Nacional Cotopaxi.**

El Parque Nacional Cotopaxi es el parque más visitado de la zona sierra centro del Ecuador. Aparte del majestuoso Cotopaxi (uno de los volcanes activos más altos del mundo), el turista podrá disfrutar del páramo andino, lagunas, montañas, vestigios arqueológicos y mucho más, lo que se facilita con la cercanía de este sitio a la ciudad de Quito.

### **Cuenca**

Cuenca es la tercera ciudad del país y una de las más visitadas por el turismo, especialmente extranjero, cuyo atractivo radica en que fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco en 1999 (El Ciudadano 2016). La arquitectura cuencana siempre se ha destacado por su complejidad y su hermosura, rodeada de cuatro ríos que le dan a la urbe un aire pacífico y pintoresco.

### **Mindo**

El bosque protector Mindo-Nambillo es un paraíso para los observadores de aves, pues, gracias a su variación altitudinal, este lugar privilegiado cuenta con numerosos ecosistemas. Ubicado en el sector noroccidental de la provincia de Pichincha, Mindo es un lugar perfecto para relajarse, caminar y observar aves.

### **Baños**

La ciudad de Baños de Agua Santa, ubicada en la provincia de Tungurahua, es uno de los destinos favoritos de los turistas nacionales y extranjeros. La constante afluencia de visitantes en cualquier época del año se debe a su clima privilegiado, sus múltiples atractivos (Ruta de las Cascadas, la iglesia central, entre otras), zonas especializadas en deportes extremos y una vista privilegiada del volcán Tungurahua, el mismo que se encuentra en proceso eruptivo desde hace algunos años.

La visita a los sitios mencionados es una actividad que ha cobrado vigencia en los últimos años y se espera que sea la principal fuente no petrolera de divisas del país. Bajo esta premisa, diferentes organizaciones de carácter público y privado han desarrollado proyectos para cumplir con este objetivo, ya que el país cuenta con un sin

número de atractivos turísticos que merecen promocionarse nacional e internacionalmente.

Durante el periodo 2010 – 2015, se ha incrementado el ingreso de turistas al país, específicamente al Distrito Metropolitano de Quito, lo cual incide directamente en la balanza comercial y turística del país. Este índice mantiene una evolución positiva y constante en comparación con otras actividades económicas, siendo así el tercer ingreso no petrolero del país (según el Ministerio de Turismo del Ecuador, para el año 2018 se estima que los ingresos por concepto de turismo se ubicarán en el primer lugar).

Por tal razón, es necesario analizar el aporte del Distrito Metropolitano de Quito al desarrollo del turismo y el crecimiento del Ecuador durante el periodo 2017 – 2020 y determinar su grado de contribución a la economía nacional, una vez que se ha establecido que el turismo es una alternativa válida para potenciar los proyectos relacionados, tanto en el sector público como privado.

#### **1.1.4 Crecimiento económico**

El turismo contribuye en una parte importante a la economía del país, es una industria en la cual el actual gobierno está haciendo esfuerzos para que se convierta en la principal fuente no petrolera de ingresos, para lo cual en el año 2016 arroja las siguientes cifras claves:

**Tabla 1 – Cifras claves económicas de turismo en Ecuador**

<b>CIFRAS CLAVES</b>		
Contribución Directa del Turismo	931.000 Miles de dólaresde2007	1,83% de aporte al PIB
Proporción del VAB Turístico	834.926 Miles de dólaresde2007	1,72% de aporte al VAB nacional
Empleos en Industrias Turísticas	684.817 Empleos	Empleados asalariados 54,80%
		Independientes 45,2%
Impuestos generados por turismo	90.159 Miles de dólares	El sector turístico aportó 3.61% del total de los impuestos netos de la economía.
Producción Turística	1.397.462 Miles de dólares (pb)	24,32% de suministros de alimentos y bebidas
		57,66% de la producción de hotelería y alojamiento
		100,00% de servicios de agencias de viajes turísticos

Fuente: Ministerio de Turismo  
Elaboración: Ing. Marco Ávila

El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.487.2 millones de dólares durante el año 2014, valor que comparado con los recursos provenientes de las exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el tercer rubro de aporte en ingresos, después del banano y plátano y camarón. (Turismo, BOLETÍN DE ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS 2011-2015 2015)



**Tabla 2 - Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal año 2010 - 2015**

Millones de dólares

AÑOS	TURISMO	BANANO	CAMARON	OTROS ELABORADOS DEL MAR	MANUFACTURAS DE METALES	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2010	786,5	2031,8	849,7	622,5	707,6	607,8	7615,9
Ubicación	3	1	2	5	4	6	
2011	849,7	2246,5	1178,4	895	695,9	675,7	22322,4
Ubicación	4	1	2	3	5	6	
2012	1038,7	2078,4	1278,4	1147,1	896,5	713,5	23764,8
Ubicación	4	1	2	3	5	6	
2013	1251,2	2354,6	1784,9	1393,9	514,7	808,1	24847,8
Ubicación	4	1	2	3	6	5	
2014	1487,2	2607,6	2571,8	1296,2	515,7	798,4	25732,3
Ubicación	3	1	2	4	6	5	
2015	1557,4	2808,1	2279,6	991,4	692,8	819	18330,6
Ubicación	3	1	2	4	6	5	

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Ing. Marco Ávila

El alojamiento es el eje fundamental de la oferta turística que va de la mano con la generación de empleo en las diversas áreas de la hotelería, es así que los empleos directos registrados en la industria turística se incrementaron en el 35.19% durante el período 2010-2014, al pasar de 92.828 a 125.495 personas contratadas.

**Tabla 3 - Personal ocupado en los establecimientos registrados en el ministerio de turismo año 2010 – 2015**

ACTIVIDAD	CLASE	2010			2011			2012			2013			2014			2015		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Alojamiento		13929	12187	26116	14934	13133	28067	15698	13934	29632	16866	15038	31904	17870	16260	34130	18504	16972	35476
Servicio de Alimentos y Bebidas		27891	26662	54553	32784	28854	61638	34427	30713	65140	36936	32846	69782	40927	37225	78152	44759	40895	85654
Transportación		1713	1072	2785	1815	887	2702	1853	851	2704	2050	915	2965	2101	894	2995	2141	920	3061
Operación	Agencias de Viajes Operadoras	1195	1135	2330	1339	1054	2393	1320	1117	2437	1471	1204	2675	1517	1256	2773	1675	1371	3046
Intermediación	TOTAL	2214	2651	4865	2494	2720	5214	2527	2851	5378	2597	2962	5559	2830	3221	6051	3033	3454	6487
	Agencias de viajes internacionales, mayoristas y duales	1802	2301	4103	2022	2411	4433	1924	2438	4362	1987	2533	4520	2146	2714	4860	2293	2900	5193
	Organizadoras de eventos, congresos y convenciones	412	350	762	472	309	781	603	413	1016	610	429	1039	684	507	1191	740	554	1294
Termas balneares, boleras, pista de patinaje, hipodromo y centros de recreación		1277	902	2179	1429	932	2361	585	436	1021	679	549	1228	775	619	1394	868	711	1579
<b>Total</b>		<b>48219</b>	<b>44609</b>	<b>92828</b>	<b>54580</b>	<b>47580</b>	<b>102160</b>	<b>56410</b>	<b>49902</b>	<b>106312</b>	<b>60509</b>	<b>53604</b>	<b>114113</b>	<b>66020</b>	<b>59475</b>	<b>125495</b>	<b>70980</b>	<b>64323</b>	<b>135303</b>

Fuente: Ministerio de Turismo  
Elaboración: Ing. Marco Ávila

La balanza turística es el indicador macro económico que ayuda a tener una visión de cómo se comporta el turismo dentro del país. Abastece de información preventiva ante posibles fluctuaciones, positivas o negativas de la balanza.

Durante el periodo 2010-2014, los saldos han sido positivos e incluso se observa un incremento sostenido en estos rubros. Los datos correspondientes a los años 2015 y 2016 registran un ligero decrecimiento, lo que obliga a que las autoridades generen estrategias para mejorar o mantener el saldo positivo de la balanza. Detalle (ver anexo 2)

**Tabla 4 - Balanza turística 2010 - 2015**

AÑOS	INGRESO	EGRESO	SALDO
2010	786,6	863,4	-76,8
2011	849,7	916,5	-66,8
2012	1.038,80	943,6	95,1
2013	1.251,20	987,1	264,1
2014	1.487,20	989,8	497,4
2015	1.557,4	993,9	563,5

Fuente: Ministerio de Turismo  
 Elaboración: Ing. Marco Ávila

En cuanto a la aportación del turismo al PIB del Ecuador en el periodo 2010-2014, este valor se ha venido incrementando debido a la depreciación del dólar durante aquel periodo. Para los años 2015 y 2016, la realidad es otra, ya que el poder adquisitivo del turista se ve afectado por la apreciación del dólar, lo que motiva que se vean atraído por las depreciaciones monetarias de los países vecinos.

**Tabla 5- Peso del consumo turístico receptor en el PIB**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO TURISTICO RECEPTOR</b>	<b>PIB</b>	<b>PARTICIPACIÓN EN EL PIB (%)</b>
2010	786,6	69.555,40	1,1
2011	849,7	79.276,70	1,1
2012	1.038,80	87.623,40	1,2
2013	1.251,20	94.472,70	1,3
2014	1.487,20	100.543,20	1,5
2015	1.557,4	100.177	1,6

Fuente: Ministerio de Turismo  
 Elaboración: Ing. Marco Ávila

En cuanto al consumo turístico interno en el PIB, este índice mide el turismo del consumidor nacional y su aporte en la balanza comercial

**Tabla 6 - Peso del consumo turístico interno en el PIB**

**Millones de dólares y porcentajes**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO TURISTICO INTERNO</b>	<b>PIB</b>	<b>PARTICIPACIÓN EN EL PIB (%)</b>
2010	863	69.555	1,1
2011	943	79.277	1,2
2012	943,6	87.925	1,1
2013	988,2	95.130	1,0
2014	989,8	102.292	1,0
2015	993.9	100.177	1,0

Fuente: Ministerio de Turismo  
Elaboración: Ing. Marco Ávila

La hotelería, al igual que cualquier otra actividad económica, tiene impuestos, los cuales afectan directamente a la recaudación tributaria del País.

Las provincias con mayor aporte son las de Pichincha, Guayas y Azuay. Siendo un ingreso representativo para el fisco de casi 36 millones de dólares anuales, el cual ha venido en incremento. Para los años 2015 y 2016, las perspectivas no son tan favorables, debido al incremento de impuestos (IVA 14%) y afectaciones producidas por el terremoto del 16 de abril.

**Tabla 7 - Recaudación tributaria en hoteles año 2010 - 2015**

<b>PROVINCIAS</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Azuay	1.333.313	1.425.602	1.613.635	2.025.470	1.902.748	1.954.722
Esmeraldas	346.663	360.018	423.225	509.719	574.123	524.230
Galápagos	361.080	442.349	536.686	666.544	1.004.759	1.130.229
Guayas	9.214.147	10.231.872	12.179.955	12.327.518	12.647.787	11.809.772
Manabí	865.241	1.022.581	1.176.711	1.312.101	1.624.774	1.526.356
Pichincha	10.097.995	10.942.265	10.879.928	11.260.527	11.288.001	10.525.129
<b>TOTAL</b>	<b>26.735.861</b>	<b>29.423.414</b>	<b>32.557.335</b>	<b>34.546.521</b>	<b>36.962.380</b>	<b>35.545.620</b>

Fuente: Ministerio de Turismo  
Elaboración: Ing. Marco Ávila

## CAPITULO DOS: DIAGNÓSTICO ACTUAL ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

### 2.1 Definición y ubicación del sector en la economía

La actividad turística en el Ecuador se encuentra regulada por la Ley de Turismo, vigente desde el 27 de diciembre de 2002 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 733, habiendo sufrido modificaciones importantes con fecha 29 de diciembre de 2014, momento a partir del cual se encuentra en plena vigencia.

Según este cuerpo legal, el turismo es definido como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Ministerio de Turismo 2014).

La economía ecuatoriana, basada en la exportación de petróleo y venta de productos agrícolas como el banano, cacao, flores, entre otros, busca nuevas fuentes de ingresos con la finalidad de lograr un desarrollo sostenible para su población y generar nuevas fuentes de trabajo.

Uno de los objetivos del gobierno, presidido por el Ec. Rafael Correa Delgado, se ha centrado en diversificar la producción a través del llamado *cambio de la matriz productiva*, que ha sido definido como un sistema que “se implementa mediante herramientas de planificación, acciones públicas (definidas por distintos niveles de gobierno) y por acciones privadas” (Vicepresidencia de la República del Ecuador 2017).

En este marco estratégico, el gobierno ha contemplado como una posibilidad cierta y rentable apoyar al turismo como una actividad capaz de generar un impulso económico importante basado en la entrada de divisas, disminución de índices como el déficit fiscal y generación de empleo directo e indirecto, por lo que “ha declarado al turismo como eje central de las políticas del Estado y propone la formulación de políticas integrales e intersectoriales, y la movilización de recursos de varias instancias estatales en coordinación con la empresa privada y otras organizaciones de la sociedad civil” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe 2001).

Las categorías de productos relacionados con la industria turística de uso habitual son los siguientes:

**Tabla 8 Productos relacionados con el turismo**

	Productos		Industrias
1	Servicio de alojamiento para visitantes	1	Alojamiento para visitantes
2	Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2	Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3	Servicio de transporte de pasajeros por ferrocarril	3	Transporte de pasajeros por ferrocarril
4	Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4	Transporte de pasajeros por carretera
5	Servicios de transporte de pasajeros por agua	5	Transporte de pasajeros por agua
6	Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6	Transporte aéreo de pasajeros
7	Servicios de alquiler de equipos de transporte	7	Alquiler de equipos de transporte
8	Agencias de viaje y otros servicios de reservas	8	Actividades de agencias de viaje y de otros servicios de reservas
9	Servicios culturales	9	Actividades culturales
10	Servicios deportivos y recreativos	10	Actividades deportivas y recreativas
11	Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11	Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12	Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12	Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Fuente: (Organización Mundial del Turismo OMT 2017)

Elaboración: Ing. Marco Ávila

Durante cuatro años consecutivos (2013, 2014, 2015 y 2016), la ciudad de Quito ha obtenido el *WorldTravelAward*, premiación con más de dos décadas de existencia que reconoce los méritos y la excelencia en la industria turística a nivel mundial y donde Sudamérica no es la excepción, por lo que ha sido calificada como el “Óscar” en esta actividad.

La conservación y potenciación de los atractivos turísticos de la ciudad lo vuelven una candidata idónea para que en el presente año pueda obtener nuevamente este galardón, para lo cual existen muy buenas perspectivas (Quito Turismo 2017), ya que el voto ciudadano es un plus adicional para conseguirlo.

Si bien es cierto que son las grandes empresas (hoteles y restaurantes de prestigio, agencias de viaje, entre otras) quienes se benefician directamente de este tipo de nominaciones y logros, son las medianas y pequeñas empresas las que dinamizan la economía de la ciudad.

Se conoce como PYMES “al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas” (Servicio de Rentas Internas 2017).

Este aporte a la economía es significativo, ya que “tres de cada cuatro empleos son generados por pequeñas y medianas empresas. Esto significa que, a escala nacional, el 75% de las plazas laborales son generados en este sector” (Revista Líderes 2017).

## **2.2 Factor económico: Producto Interno Bruto (PIB)**

“El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Es así que el turismo aporta con casi el 10% del PIB mundial, convirtiéndose en una de las principales industrias. (verAnexo 3).Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas” (Economía, finanzas y bolsa de valores 2017).

De acuerdo a este concepto, el PIB refleja la producción del país durante un lapso establecido, susceptible de expresarse en la moneda local.

Su importancia radica en los siguientes argumentos:

- Es un termómetro efectivo para medir el nivel de competitividad de las empresas, lo que a su vez indica si existe un crecimiento sostenido de la generación de empleo (Economía, finanzas y bolsa de valores 2017)
- El crecimiento del PIB no necesariamente es generado por más empleo sino por el factor tecnológico(Economía, finanzas y bolsa de valores 2017)
- En el supuesto que la tasa de crecimiento del valor del PIB a precios corrientes se eleve por debajo de los índices inflacionarios, es una clara señal

que el valor por concepto de salarios mantendrá una tendencia a la baja(Economía, finanzas y bolsa de valores 2017)

- Si el PIB logra crecer es una señal para que el gobierno eleve sus ingresos vía impuestos según una sencilla ecuación: a mayores ingresos, mayor seguridad para fortalecer las inversiones directas en empresas(Economía, finanzas y bolsa de valores 2017)

El PIB del Municipio de Quito se encuentra relacionado proporcionalmente con el incremento del número de turistas a la capital, ya que estas visitas generan ingresos de más de USD 1.000 millones de dólares anuales (Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo 2016).

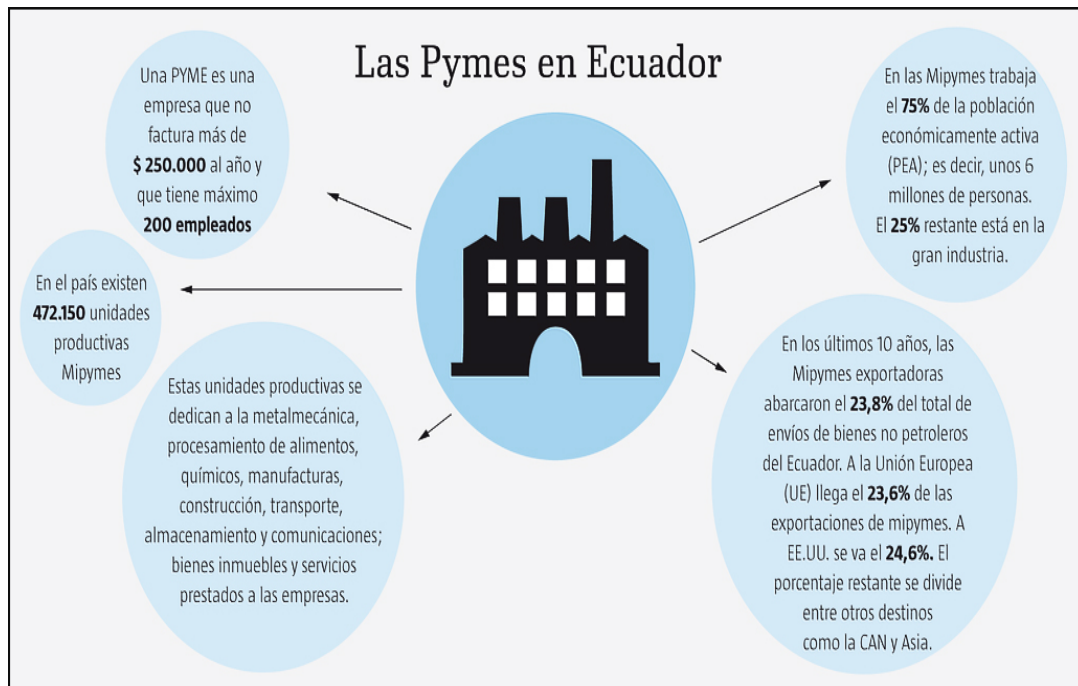
Uno de los objetivos de la alcaldía de la ciudad es que se incremente el valor actual por concepto de PIB al 8% en los próximos cuatro años, para lo cual se contempla intensificar las labores promocionales en todos los ámbitos y unas relaciones públicas mucho más sólidas.

Uno de los eventos claves para medir la capacidad de Quito como atractivo fue el evento Hábitat III, una conferencia sobre urbanismo mentalizada por la ONU y que fue una inmejorable ocasión para demostrar la capacidad turística de la capital ante esta exposición mediática (Agencia EFE 2016).

Por otro lado, el incremento del PIB se encuentra relacionado estrechamente con el desempeño de micros, medianas y pequeñas empresas, ya que “en los últimos nueve años han aportado con el 26% de las ventas locales en promedio y son responsables del 68% del empleo en el país” (Revista Líderes 2017).



## Grafico 1 - Las Pymes en Ecuador



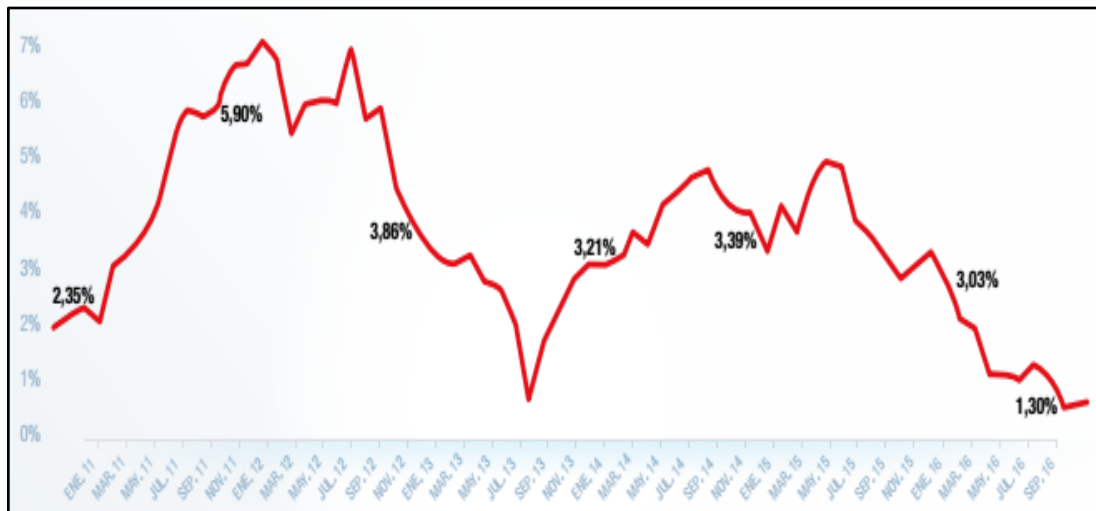
Fuente: (Diario El Telégrafo 2015)

Sin embargo, este sector aún carece de ciertos elementos que puedan consolidar su presencia en la economía de la ciudad y del país, como por ejemplo la transferencia de conocimientos, experiencias compartidas, capacitación constante de la mano de obra y el manejo de las TIC's (tecnologías de la información y comunicación), este último a través de alianzas estratégicas y convenios de cooperación con países amigos.

Un índice para considerar es la inflación anual de la ciudad de Quito, ya que permite conocer las consecuencias que se producen cuando “el nivel de ingresos aumenta, provocando que la gente gaste más dinero. Esto hace que los precios se eleven, debido a la ley de la oferta y la demanda, pues al existir más compradores, los productores fabrican más para satisfacer esa demanda y los vendedores, llevados por la alta demanda de los consumidores, suben los precios de los productos” (Hoy Digital 2004).

En el siguiente gráfico se representa la variación de la inflación en la ciudad de Quito, siendo el eje de las Y el porcentaje y el eje de las X el período de tiempo analizado para el efecto:

**Grafico 2 - Variación del índice inflacionario en quito / período 2011 – 2016**



Fuente: (Agencia de atracción de Inversiones 2016)

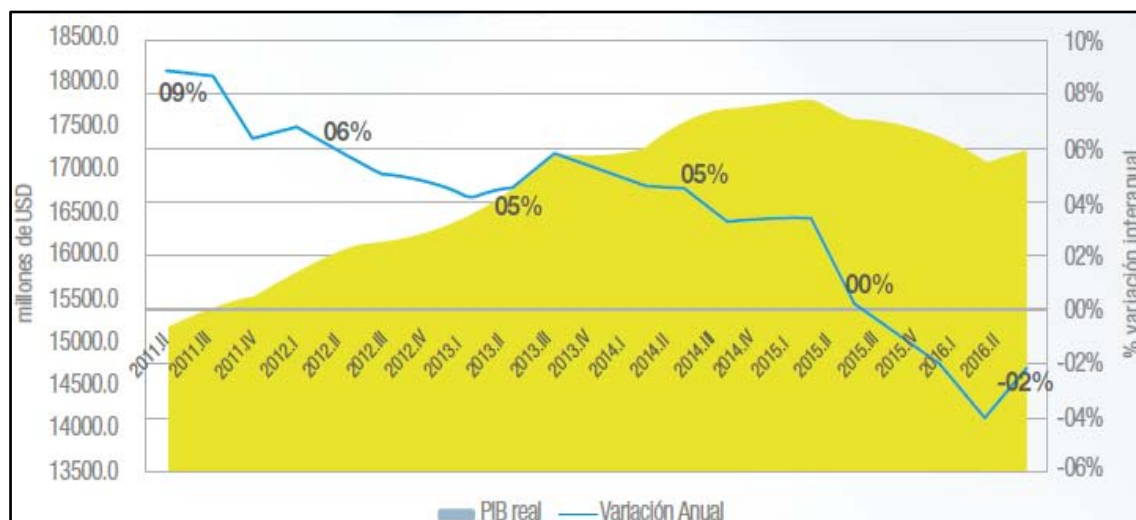
Al mes de septiembre de 2016, la inflación anual de Quito registro un porcentaje del 1.30%, cifra inferior en 1.73% a la registrada en septiembre del año anterior (3.03%). Entre los años 2012 y 2015, el promedio de inflación anual es del 3.37%, un porcentaje en cierto modo estable que favorece la estabilidad de precios en bienes y servicios.

En enero de 2011 se registra el valor más bajo de inflación anual en esta serie de tiempo con un 2.35%, en tanto que un año después (2012) se eleva en un 5.90%.

El éxito de las medianas y pequeñas empresas que prestan servicios o producen bienes de consumo para el turista depende directamente de que este tipo de índices económicos se mantengan favorables, ya que así es posible generar fuentes de empleo estables y permanentes.

El crecimiento económico del país es un índice influyente para la toma de decisiones en la parte económica, más aún cuando las cifras oficiales evidencian un decrecimiento notable del producto interno bruto real:

**Grafico 3 - Relación PIB / variación anual**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Municipio de Quito

A noviembre del año 2011, se registraba un porcentaje de 09% de crecimiento del producto interno bruto real, valor que a partir de ese período comenzó a disminuir por varias razones como por ejemplo la inflación, poca inversión extranjera e incluso otro tipo de factores externos que indudablemente afectan a la ciudad de Quito por su condición de capital del país.

La tendencia a la baja del producto interno bruto real mantuvo su comportamiento en los siguientes períodos: en 2012 se registró un promedio de 06%, en 2013 y 2014 fue 05% pero en el año 2015 las cifras oficiales muestran un 0%, algo bastante comprensible por la drástica caída de los precios del petróleo, principal fuente de ingresos fiscales.

En el mes de abril del año 2016 y con las cifras oficiales en franco decrecimiento, las provincias de Manabí y Esmeraldas sufren las consecuencias de un devastador terremoto que termina por complicar aún más la economía nacional durante ese período: como consta en la gráfica, por primera vez en los últimos seis años, se registra una cifra negativa del menos 02%.

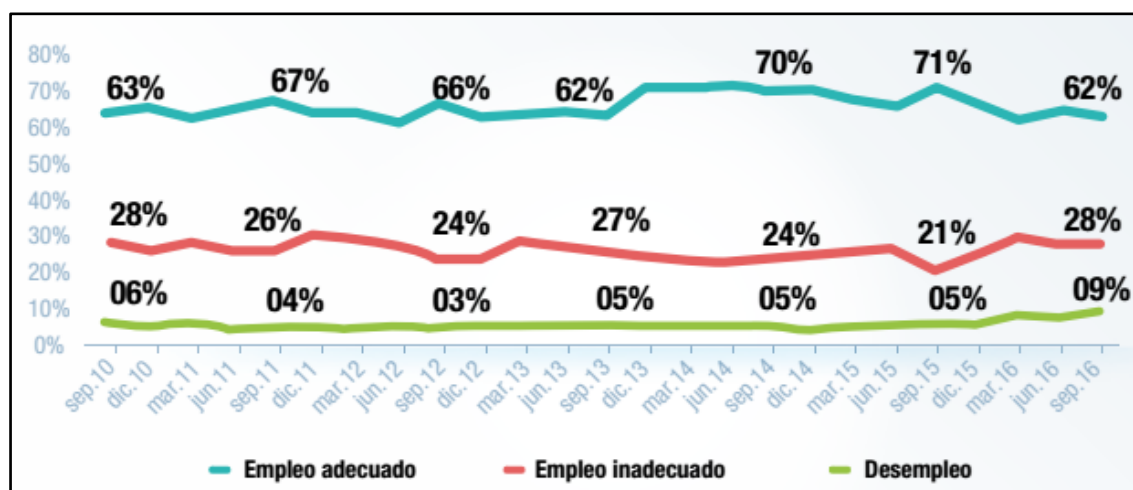
La ciudad de Quito, por su lejanía con las zonas afectadas por el sismo en mención, no se vio afectada en su economía, lo que le permite mantener su estatus de motor del desarrollo nacional y generador de fuentes de trabajo.

### 2.3 Factor económico: empleo

El turismo en la capital se concentra en el sector del Centro Histórico, lugar que es frecuentado por el 67% de los visitantes que arriban a la capital, lo que genera cerca de 100 mil empleos directos y 200 mil indirectos (Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo 2016).

El empleo adecuado, inadecuado y el desempleo en Quito han evolucionado de manera importante en los últimos 6 años durante dos administraciones municipales distintas, como lo demuestra el siguiente gráfico:

**Gráfico 4 - Empleo adecuado, inadecuado y desempleo de Quito**



Fuente: (Agencia de atracción de Inversiones 2016)

El empleo adecuado registró a septiembre de 2016 un valor de 62%, inferior en 9 puntos con relación al mismo período un año atrás (71%) y 8 puntos respecto al 2014, lo que indica que en ese lapso de tiempo la población de la ciudad se encontraba laborando en un puesto de trabajo aceptable y acorde a sus expectativas.

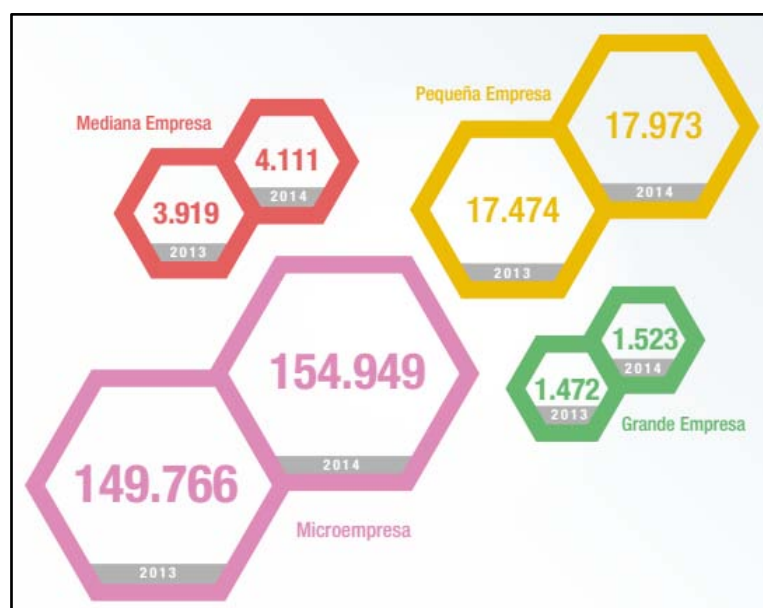
En cuanto al empleo inadecuado, a septiembre de 2014 se ubicaba en el 24%, valor que disminuyó 3 puntos al año siguiente (21%), pero que en 2016 se incrementó en 4 puntos porcentuales hasta ubicarse en el 28%. Estas cifras indican que la población que se encontraba laborando en un trabajo considerado como inadecuado se incrementó en los últimos dos años.

Desde el año 2010 hasta el año 2016, el desempleo en la ciudad de Quito se ha mantenido por debajo del 10%, siendo por coincidencia sus puntos más altos en

septiembre de 2010 (06%) y en septiembre de 2016 (09%), siendo este último el valor más elevado en los últimos seis años, lo que refleja un incremento en este índice.

El incremento de las plazas de trabajos directos e indirectos se encuentra relacionado en forma proporcional con el número de visitantes que llegan a la ciudad de Quito, lo que motiva la creación de pequeñas y medianas empresas dispuestas a generar productos y servicios para ofrecer al turista.

**Grafico 5 - Establecimientos económicos por tamaño – Quito**



Fuente: (Agencia de atracción de Inversiones 2016)

Entre los años 2013 y 2014, el número de microempresas se incrementó en 5183 emprendimientos de este tipo, lo que representa un 3.34%. En lo concerniente a pequeña empresa, creció en un 2.86% entre los años ya mencionados, ya que se crearon 599 negocios en este segmento.

La mediana empresa creció en un 4.89% entre 2013 y 2014, ya que se crearon 192 nuevos negocios, en tanto que las grandes empresas crecieron en un 3.46% debido a la entrada en funcionamiento de 51 establecimientos de este tipo. Las condiciones económicas actuales motivan al emprendedor a crear un negocio capaz de satisfacer sus necesidades y generar utilidad, ya que la gran empresa no necesariamente crea puestos de trabajo que satisfagan la demanda existente.

## 2.4 Proyectos turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito

Con la finalidad de promover el turismo en el Distrito Metropolitano de Quito, se creó la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico mediante Ordenanza No. 309 y publicada en el Registro Oficial No.186 del 05 de mayo de 2010.

La misión principal es esta empresa 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” (Quito Turismo 2014).

Esta misión se encuentra enmarcada en el programa gubernamental que aspira convertir al Ecuador en una potencia turística, para lo cual se apoya en cinco pilares de gestión turística que garanticen la satisfacción del turista en todo sentido. (ver anexo 4)

Es fundamental para el desarrollo de proyectos de infraestructura turística de la ciudad de Quito que los aspectos antes mencionados sean cumplidos a cabalidad, lo que contribuye en la economía doméstica y generación de empleo directo.

Los proyectos de infraestructura turística necesariamente deben relacionarse con la variable asignada al número de visitantes que arriban a la ciudad de Quito, ya que su funcionalidad dependerá de las proyecciones de llegadas en el mediano y largo plazo.

**Tabla 9 Cifras clave turistas en el Distrito Metropolitano de Quito**

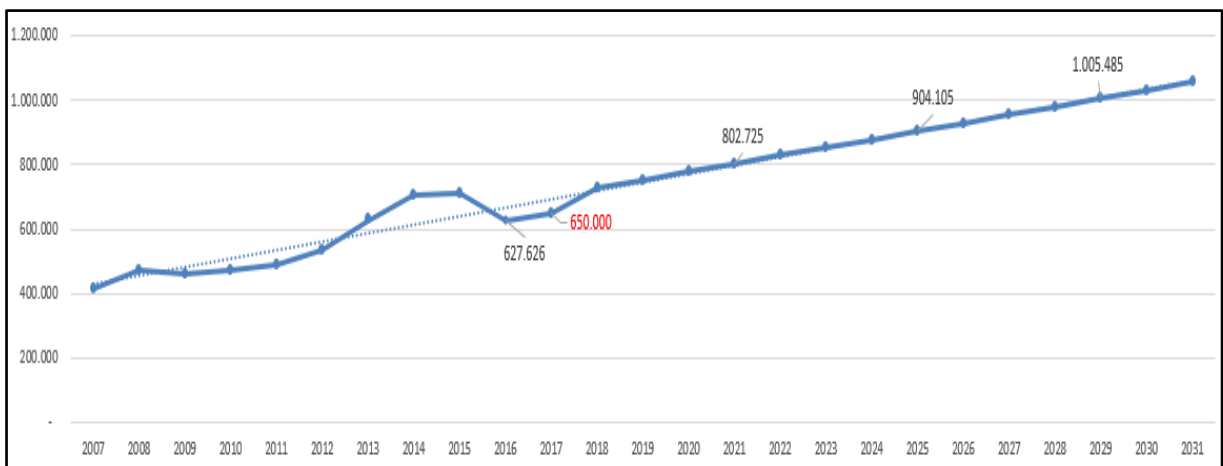
<b>Turista del DMQ</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017 (e)</b>
Llegada de Turistas a Quito	628.958	703.015	712.877	627.626	646.030
Tasa de crecimiento 2012-2013-2014	18%	12%	1,40%	-12%	3%
Proyección al 2021 (número de turistas)	800.892				
Nacionalidad - principales mercados del DMQ	Estados Unidos, Colombia, Ecuador (no residentes), España, Canadá.				
Sitios más visitados	Mitad del Mundo, Centro histórico, Teleférico, La Mariscal, El Panecillo.				

Elaboración: Municipio de Quito

Según la proyección anterior, se estima que el número de turistas que arriben a la ciudad de Quito sumen un aproximado de 650 mil personas, cifra inferior si se la compara con los años 2014 y 2015 que registraron 703 mil y 712 mil visitantes respectivamente.

Con la generación, desarrollo, ejecución y puesta en marcha de los proyectos de infraestructura turística se estima que el número de visitantes se incrementará sustancialmente en los próximos diez años, tal como lo evidencia el siguiente cuadro, donde el eje de las Y representa el número de visitantes y el eje de las X el período de tiempo:

**Grafico 6 - Proyección de visitantes a la ciudad de Quito / período 2007 – 2031**



Elaboración: Municipio de Quito

Estas proyecciones indican que la cifra de visitantes anuales crecerá de manera importante en el año 2021 (802 mil turistas), 2025 (904 mil turistas) e incluso superar en millón de turistas en el año 2029.

El cálculo de la inversión extranjera directa se lo efectúa tomando en cuenta el aumento de capital de empresas ecuatorianas con accionistas del exterior debidamente reportadas por la Superintendencia de Compañías.

En cuanto al origen de la inversión, el 72% proviene de los convenios de cooperación con Holanda y en menor escala se encuentran países como EE.UU, España, Canadá, Inglaterra, entre otros.

Los proyectos de infraestructura turística considerados por la administración municipal actual de vital importancia para el desarrollo de la ciudad de Quito son los siguientes:

### **1. Centralidad Bicentenario – Centro de Convenciones Metropolitano de Quito**

Este esquema contempla el uso mixto de aproximadamente 10.75 hectáreas en las zonas cercanas al parque Bicentenario, ubicado en la avenida Amazonas N79-39 y Avenida de la Prensa (antiguo aeropuerto de la ciudad).

La Resolución No. C 408 del Consejo Metropolitano de Quito, expedida el 31 de julio del 2012, establece en su artículo segundo que *“de acuerdo con lo establecido en la Ordenanza No. 3535, sancionada el 9 de agosto de 2004, aprueba el proyecto Parque de la Ciudad”* una vez que concluyen las actividades del anterior aeropuerto de Quito.

Los objetivos principales de este centro de convenciones son los siguientes:

- a) Dotar a Quito de una moderna infraestructura multiuso, capaz de competir con similares a nivel regional e internacional.
- b) Posicionar como un nuevo ente de desarrollo urbano al Parque Bicentenario.
- c) Lograr para la ciudad y el país el 6% del mercado en Latinoamérica para congresos y convenciones, a más tardar hasta el año 2022.

### **2. Desarrollo de Red Peatonal y Comercial Subterránea – La Carolina**

Tiene como objetivo fundamental desarrollar una extensa red subterránea de túneles que agrupen los más diversos establecimientos comerciales relacionados a la industria de alimentos y bebidas, así como también los servicios de alojamiento, los mismos que estarán conectados con la estación La Carolina del Metro de Quito (actualmente en fase de construcción).



La construcción del Metro de Quito se ha constituido en la obra emblemática de la actual administración municipal, por lo que este proyecto tiene como propósito generara una mayor dinámica comercial para complementar la obra principal.

Con el inicio de la segunda fase de construcción de este medio de transporte masivo, que arrancó el 19 de enero de 2016, se espera que esta obra se encuentre plenamente operativa a mediados de 2020.

### **3. Funicular en el sector de El Panecillo**

El proyecto pretende desarrollar un funicular desde el boulevard de la avenida 24 de mayo hasta la cima de El Panecillo con dos objetivos fundamentales: potenciar el turismo en este sitio histórico de la ciudad y desarrollar un medio de transporte alternativo tanto para los habitantes de la zona y sectores aledaños como para los visitantes de este atractivo natural.

El funicular es un sistema “que utiliza la tecnología de un ascensor (un cable que tira de un coche para arriba) y la tecnología de un ferrocarril (coche en pista)” (Pasos del método científico 2014) para desplazarse por laderas empinadas, como es el caso de El Panecillo.

Un sistema de transporte similar es usado por los turistas nacionales y extranjeros: el Teleférico de Quito, usado para dirigirse al complejo de diversiones del mismo nombre ubicado en las laderas del volcán Pichincha y que actualmente es administrado por el Fideicomiso Proyecto Turístico Cruz Loma.

Ambos medios son similares, ya que fungen como medios de transporte, pero “con la diferencia que el funicular es una cabina suspendida de cables fijados a unas torres que se encuentran regularmente espaciadas. Es una cabina que avanza y va sobre el piso pero en pendientes muy empinadas. El teleférico en cambio es un tipo de transporte con cabinas para llevar un grupo de personas y se mueve por medio de uno o dos cables vía aérea” (Diferencia Entre 2017).

Desde el punto de vista económico, este proyecto genera muchas expectativas debido a los siguientes motivos:

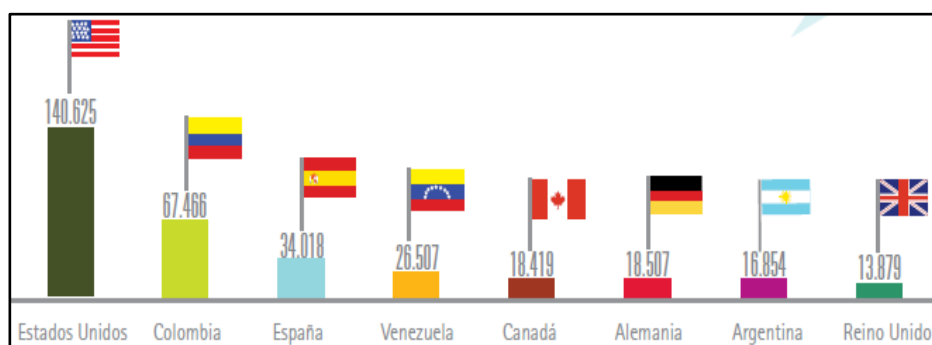
- Mirador natural de la ciudad por excelencia y conocido por la estatua escultórica de la Virgen de Quito, el Panecillo es uno de los lugares emblemáticos de mayor atractivo para los turistas que visitan la capital debido a las facilidades de acceso tanto en transporte público como particular (en los meses de diciembre y enero registra mayor afluencia debido a las festividades religiosas propias de la época).
- Consolidación del llamado Eje del Centro Histórico de Quito integrado por La Ronda, el Boulevard Avenida 24 de mayo y el Panecillo mismo, lo que indudablemente impulsará el aparato turístico, productivo y comercial de esta zona.
- Desde el punto de vista de la movilidad, este medio de transporte constituirá una alternativa de la población fija y turística para desplazarse hacia el Panecillo desde el Boulevard 24 de Mayo, el mismo que se integrará a la estación del Metro Quito del mismo nombre y que actualmente se encuentra en construcción cumpliendo con el cronograma de trabajo respectivo.

## 2.5 Perfil del turista internacional en el Distrito Metropolitano de Quito

A fin de evaluar con la mayor exactitud posible el perfil del turista que visita la ciudad de Quito, se han establecido los siguientes parámetros:

### a. Nacionalidad

**Grafico 7 - Nacionalidad de turista en el Distrito Metropolitano de Quito**

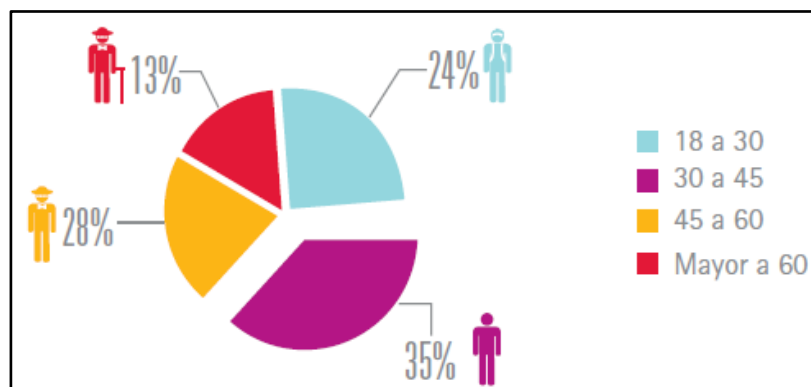


Fuente: (Quito Turismo 2017)

El turista procedente de Estados Unidos se encuentra en primer lugar de este listado, seguido de los visitantes de Colombia, España, Venezuela, Canadá, Alemania, Argentina y Reino Unido, lo que indica que el país resulta un destino muy atractivo para el ciudadano norteamericano pero no lo es para otros visitantes procedentes de Europa (el flujo de visitantes venezolanos se ha incrementado debido a la crisis social y política que vive el mencionado país). En lo referente al turista nacional, este proviene en su mayoría de provincias de la región costera como Manabí, Guayas y Santo Domingo de los Tsáchilas.

### b. Grupos de edad

**Grafico 8 - Grupos de Edad de visitantes al Distrito Metropolitano de Quito**

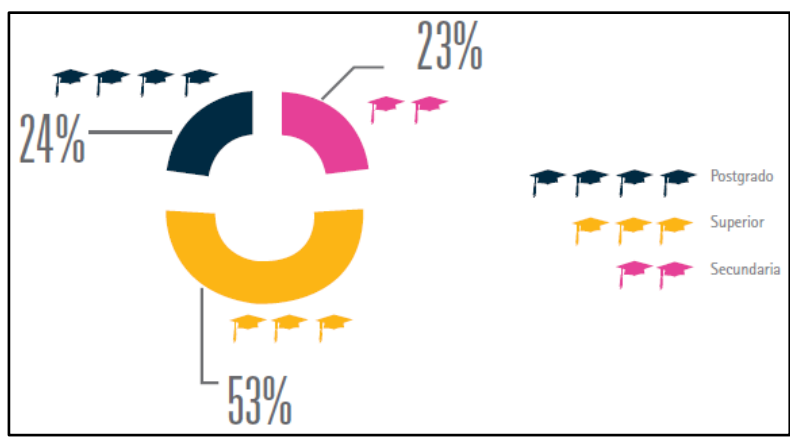


Fuente: (Quito Turismo 2017)

El 35% de los turistas que visitan Quito se encuentra entre los 30 y los 45 años de edad, seguido del 28% con un rango de 45 a 60 años. Un 24% del total de visitantes se ubica entre los 18 y 30 años, en tanto que un 13% son personas de la tercera edad (mayor a 60 años), lo que aplica tanto para turistas nacionales y extranjeros.

### c. Nivel de instrucción

**Grafico 9 - Nivel de instrucción de los visitantes al Distrito Metropolitano de Quito**

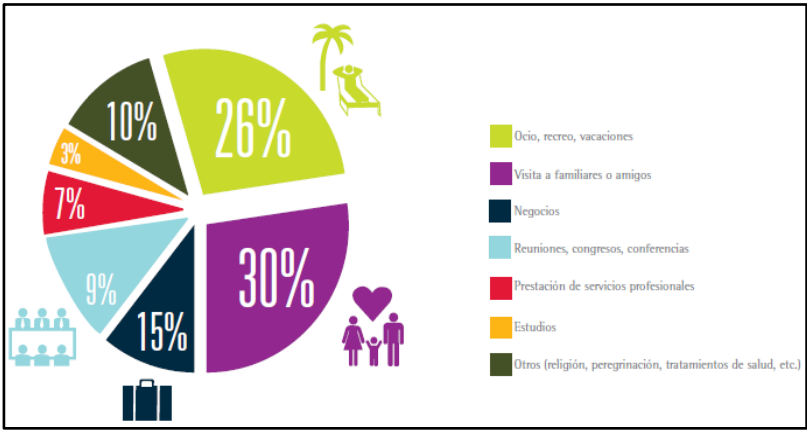


Fuente: (Quito Turismo 2017)

La instrucción superior de un 53% de los turistas es superior, un 24% posee estudios de posgrado y un 23% únicamente tiene estudios secundarios. El turista nacional registra un nivel de instrucción del 45% para secundaria, 28% de instrucción universitaria y un 27% que no posee estudio alguno.

**d. Motivo del viaje**

**Grafico 10 - Motivo de viaje del visitante del Distrito Metropolitano de Quito**

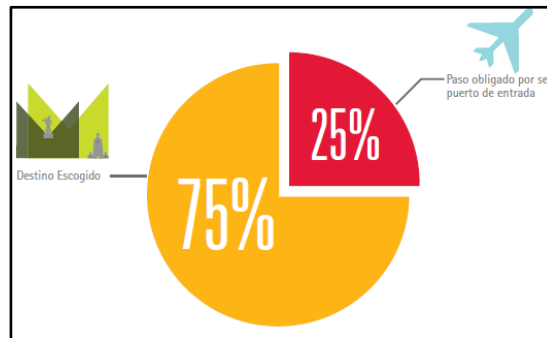


Fuente: (Quito Turismo 2017)

El 30% de turistas nacionales y extranjeros viaja a Quito para visitar a familiares o amigos, seguido de un 26% que lo hace por vacaciones. Un 15% lo hace por negocios, el 10% tiene otro tipo de motivación, en tanto que un 9% lo hace por congresos. Finalmente, un 7% lo hace para prestar sus servicios profesionales y un 3% por cursar estudios (el hecho que el visitante visite a familiares o amigos repercute en la actividad hotelera de la ciudad).

### e. Razón principal de llegada

**Grafico 11 - Principal razón de llegada de los visitantes al Distrito Metropolitano de Quito**

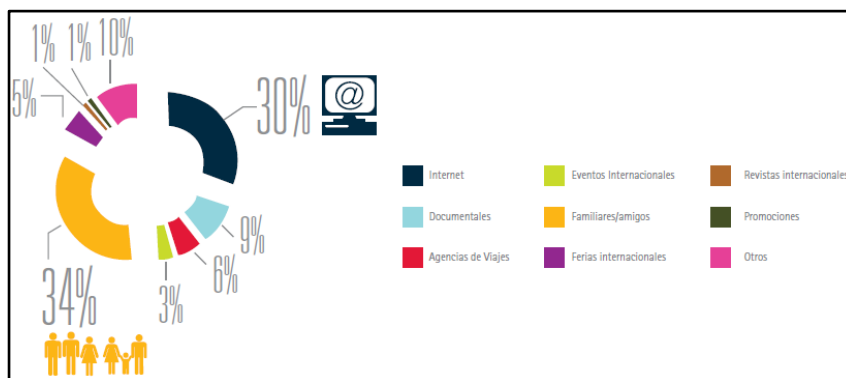


Fuente: (Quito Turismo 2017)

El 75% de turistas nacionales y extranjeros escoge a Quito como un destino eminentemente turístico, en tanto que el 25% restante son visitantes que hacen una parada temporal rumbo hacia otros destinos.

### f. Medio de información del visitante

**Grafico 12 - Medio de información del visitante del Distrito Metropolitano de Quito**



Fuente: (Quito Turismo 2017)

El 34% de turistas extranjeros consulta a familiares / amigos la posibilidad de escoger Quito como un destino eminentemente turístico, en tanto que el 30% lo hace por consulta directa en la web. Al respecto, cabe mencionar que el visitante dispone del sitio oficial de la ciudad para planificar su viaje en función de sus gustos e inclinaciones.

Un 10% del total de visitantes se informa por otros medios, un 9% se apoya en documentación relacionada, un 6% es asesorado por agencias de viaje, en tanto que un 5% recibió información en ferias internacionales.

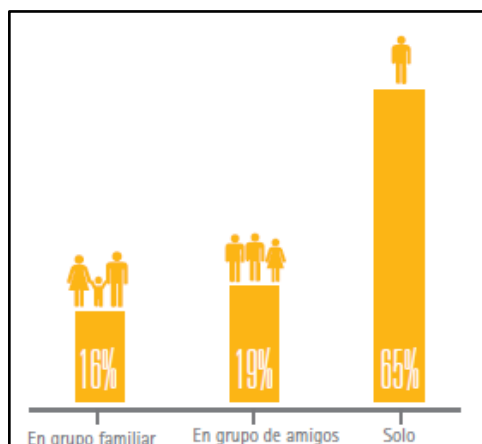
El 3% de turistas recibió referencias por medio de eventos internacionales, en tanto que un 1% se apoya en medios como revistas internacionales y otro 1% en promociones de diversa índole.

El 90% de visitante nacional solicita información a familiares o amigos antes de tomar la decisión para viajar a Quito, independientemente de su motivo de viaje.

#### **g. Con quién viaja el visitante**

El 65% de visitantes nacionales y extranjeros viajan hacia Quito solo, en tanto que un 19% prefiere hacerlo con grupos de amigos y el 16% restante visita la capital en grupo con su familia. En las condiciones actuales que atraviesa la capital con la construcción del Metro, resulta altamente recomendable para el visitante que no viaje solo, en vista de los cambios que afectan a la ciudad en cuestiones de transporte y movilización interna.

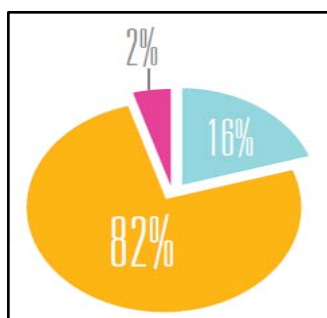
**Grafico 13 - Con quien viaja el visitante al Distrito Metropolitano de Quito**



Fuente: (Quito Turismo 2017)

#### **h. Cómo organiza su viaje el turista**

**Grafico 14 - Como organiza el viaje el turista al Distrito Metropolitano de Quito**



Fuente: (Quito Turismo 2017)

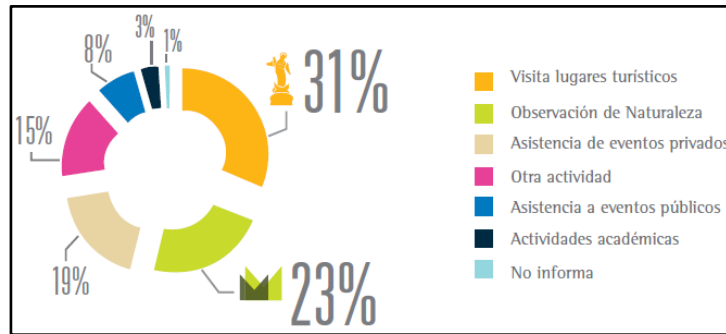
El 82% de los visitantes organiza su desplazamiento por cuenta propia, en tanto el 18% restante acude a los servicios que prestan las agencias de viaje especializadas. En este punto, sería muy conveniente para el turista que exista una asesoría especializada por parte del Municipio de Quito en el tema de la planificación del viaje, a fin de evitar inconvenientes de atrasos y salidas tardías. El 70% de turista nacional decide viajar por cuenta propia, en contra del 25% que viaja asesorado por familiares o amigos.

#### **i. Actividades realizadas en Quito por el turista**

El 31% de turistas nacionales y extranjeros visitan lugares históricos, el 23% dedica su tiempo a observar la naturaleza, el 19% asiste a eventos privados y 15% invierte su estadía en actividades de índole variada.

Un 8% asiste a eventos públicos, en tanto que un 3% de visitantes participa de actividades académicas y apenas el 1% no informa nada sobre su estadía.

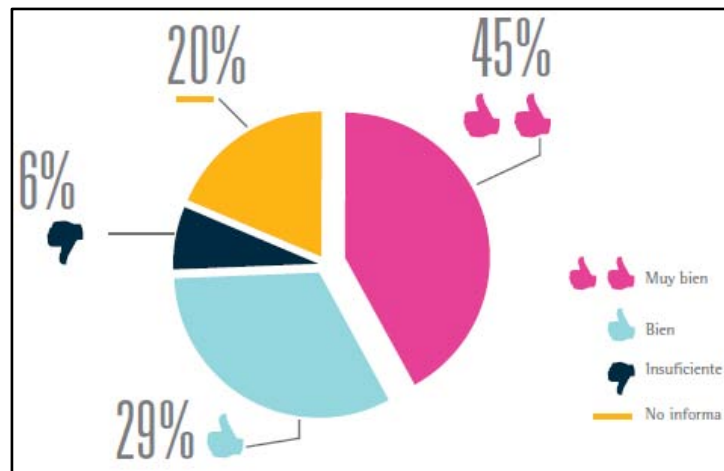
**Grafico 15 - Actividades realizadas en Quito por el turista**



Fuente: (Quito Turismo 2017)

**j. Grado de satisfacción del turista en Quito**

**Grafico 16 - Grado de satisfacción del turista en Quito**



Fuente: (Quito Turismo 2017)

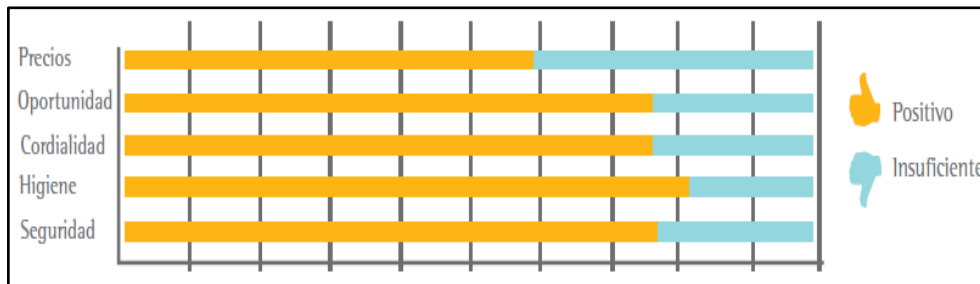
Con un 45% de aprobación, el turista (tanto nacional como extranjero) califica a los servicios que tiene a su disposición como muy buenos. El 29% de visitantes emite una calificación de “bueno”, en tanto que un 20% decide no informar sobre sus impresiones. Cabe mencionar que apenas un 6% de los turistas consultados considera que el conjunto de servicios que tiene a su disposición no es suficiente para cumplir con sus expectativas, lo que podría devenir en una campaña municipal



para que el visitante disponga de todo lo que requiere para que su estadía resulte cómoda.

#### k. Nivel de satisfacción de servicios turísticos

**Grafico 17 - Nivel de satisfacción de servicios turísticos**

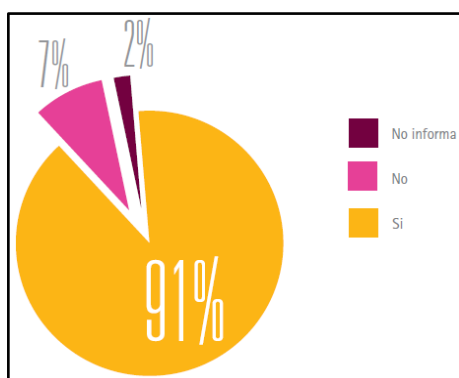


Fuente: (Quito Turismo 2017)

El índice de servicios turísticos considerados (precios, oportunidad, cordialidad, higiene, seguridad) tienen un 80% de aceptación positiva en el turista extranjero, en tanto que un 20% los considera insuficientes. Respecto a este rubro, el turista nacional se encuentra de acuerdo en un 95% contra un 5% que no está satisfecho.

#### l. Turistas que recomendarían visitar la ciudad

**Grafico 18 - Turistas que recomendarían visitar la ciudad**



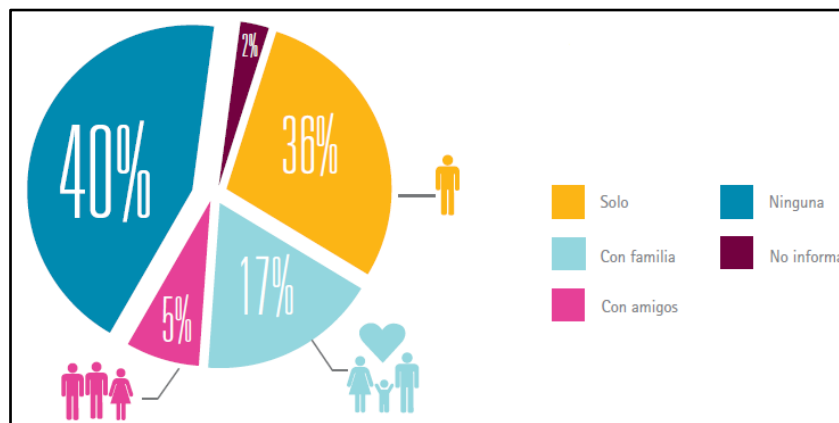
Fuente: (Quito Turismo 2017)

Un 91% de visitantes nacionales y extranjeros consideran que Quito es recomendable como destino turístico, en tanto que un 7% no lo haría, por diferentes motivos o experiencias negativas (el 2% no informa nada en absoluto). Las

experiencias negativas se refieren obviamente a incidentes relacionados con falta de seguridad en zonas con altos índices de visitas, lo que es un ambiente propicio para la delincuencia común.

### m. Turistas que regresarían a Quito

**Grafico 19 - Turistas que regresarían a Quito**



Fuente: (Quito Turismo 2017)

Un 36% de turistas extranjeros regresaría a Quito sin compañía, 17% lo harían con su familia y 5% con sus amigos. El 2% no emite ninguna información al respecto, a la vez que se registra un 40% de visitantes que no tomarían decisión alguna al respecto. Un 40% de turistas nacionales regresarían solos, 35% con familia y 25% con sus amigos.

## 2.6 Perfil del Turista Interno en el Distrito Metropolitano de Quito

### a. Motivos de viaje a Quito



Fuente: (Quito Turismo 2017)

Los principales motivos que indicaron viajar a Quito son por visitar a sus familiares, realizar algún tipo de trámite y por trabajo. Además, señalaron que aprovechan para conocer más la ciudad cuando realizan viajes por estos motivos.

#### **b. Tiempo de estadía en Quito**

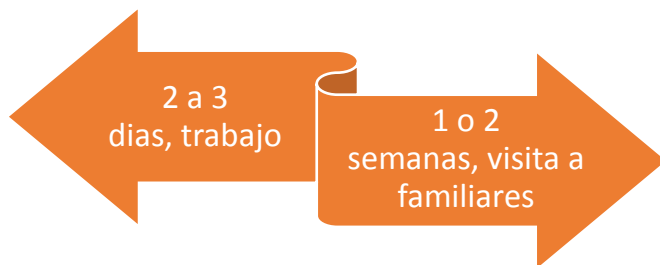
No tienen un tiempo en específico para viajar a Quito, ya que mencionaron que puede ser en cualquier momento, dependiendo del motivo por el cual viajen. Aunque, destacaron el hecho de no viajar a Quito en feriados o vacaciones escolares.

#### **c. Personas con que viajan a Quito**



Fuente: (Quito Turismo 2017)

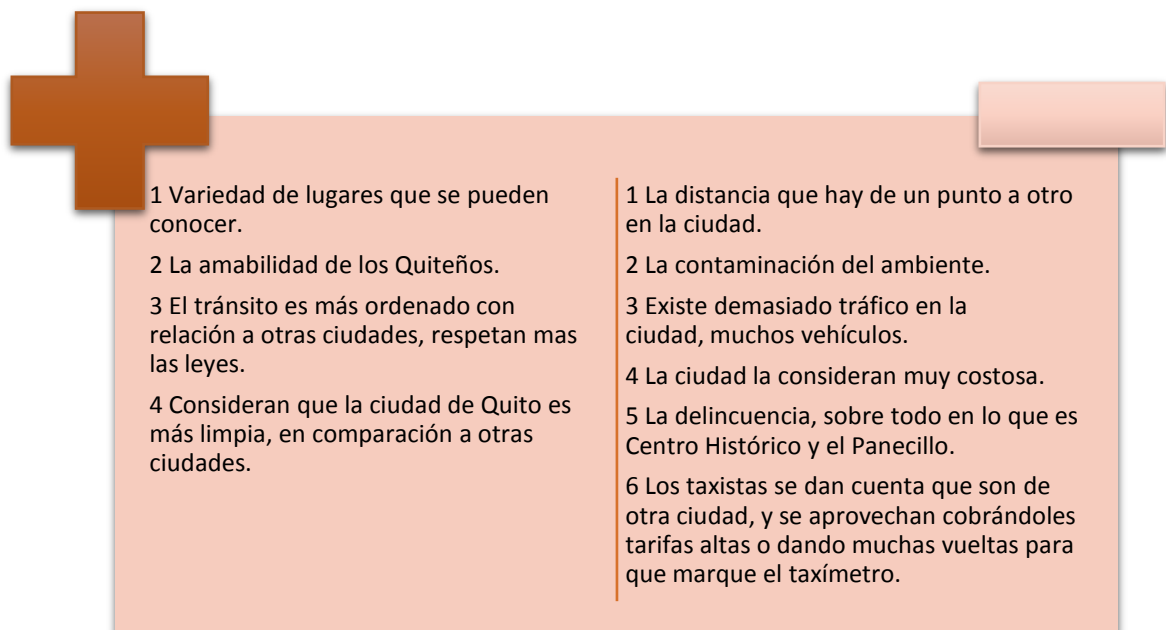
#### d. Duración de la visita a Quito



Fuente: (Quito Turismo 2017)

Resaltaron que se quedan de 2 a 3 días en Quito (1 o 2 noches), la mayoría de las ocasiones. Si el motivo es por visitar a familiares, generalmente se quedan de una a dos semanas. Si es por salud, de uno a dos meses.

#### e. Opinión positiva y negativa de la ciudad de Quito



Fuente: (Quito Turismo 2017)

## 2.6 Distribución del gasto del turista en el Distrito Metropolitano de Quito

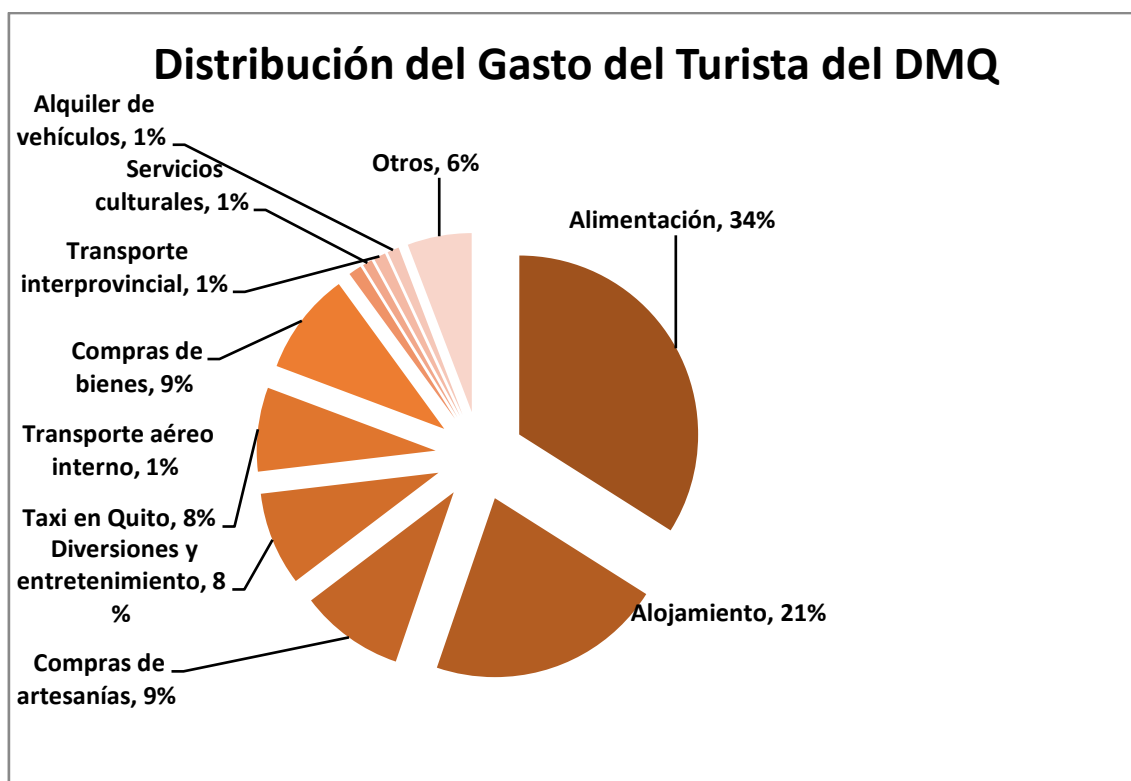
**Tabla 10 Distribución de gasto del turista en el Distrito Metropolitano de Quito**

Grupo de bienes y servicios	2012 junio	2013 junio	2014 agosto	2015 agosto	Comparativo 2014-2015	Participación 2015
Alimentación	6.279.741	6.944.390	8.128.373	9.068.662	12%	34%
Alojamiento	4.913.238	6.512.345	8.160.283	5.669.133	-31%	21%
Compras de artesanías	2.507.014	4.282.596	4.109.727	2.515.585	-39%	9%
Diversiones y entretenimiento	1.833.777	2.540.099	2.481.764	2.253.492	-9%	8%
Taxi en Quito	1.279.128	2.208.722	2.270.192	2.023.573	-11%	8%
Compras de bienes	1.622.591	1.933.105	1.771.307	2.474.440	40%	9%
Transporte aéreo interno	1.158.553	502.965	930.433	317.950	-66%	1%
Servicios culturales	430.565	375.184	244.512	231.636	-5%	1%
Transporte interprovincial	361.815	267.120	332.266	287.799	-13%	1%
Alquiler de vehículos	242.993	264.113	511.535	282.182	-45%	1%
Otros	4.556.712	2.796.871	3.588.548	1.553.457	-57%	6%
Transporte	3.042.489	3.242.919	4.044.426	2.911.504	-28%	11%
<b>Total</b>	<b>25.186.128</b>	<b>28.627.508</b>	<b>32.528.941</b>	<b>26.677.909</b>	<b>-18%</b>	<b>100%</b>
		<b>14%</b>	<b>14%</b>	<b>-18%</b>		

Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2015: perfil agosto 2015

La distribución de gastos del turista en el Distrito Metropolitano de Quito hace referencia a los distintos bienes y servicios que se consideran prioritarios durante su estadía en la ciudad.

### **Grafico 20 - Distribución del Gasto del Turista del Distrito Metropolitano de Quito**



Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2015: perfil agosto 2015

El rubro de mayor porcentaje es alimentación con un 34%, seguido del alojamiento con el 21%, lo que se considera lógico dada su condición de turista extranjero.

En orden descendente se encuentran otras opciones como por ejemplo la adquisición de artesanías (9%), compra de bienes (9%), entretenimiento (8%), transporte en taxi (8%) y otros gastos (6%).

En un menor porcentaje se encuentran variables como el transporte aéreo interno, servicios culturales, transporte interprovincial y alquiler de vehículos, cada uno de ellos con el 1% del total de gastos.

Es importante señalar que si se efectúa una comparación entre los datos disponibles de los años 2014 y 2015, existe un decrecimiento en el consumo del turista de aproximadamente el 18%, influenciado por la disminución en gastos como el alojamiento, compra de artesanías, entretenimiento y el transporte (taxi, aéreo interno, interprovincial y alquiler). Esta situación se produce por varios factores como el tema político, falta de apoyo a la seguridad del visitante y sobre todo el incremento arbitrario de precios por parte de comerciantes inescrupulosos.

## 2.7 Cifras clave

**Tabla 11 Cifras clave turismo Distrito Metropolitano de Quito**

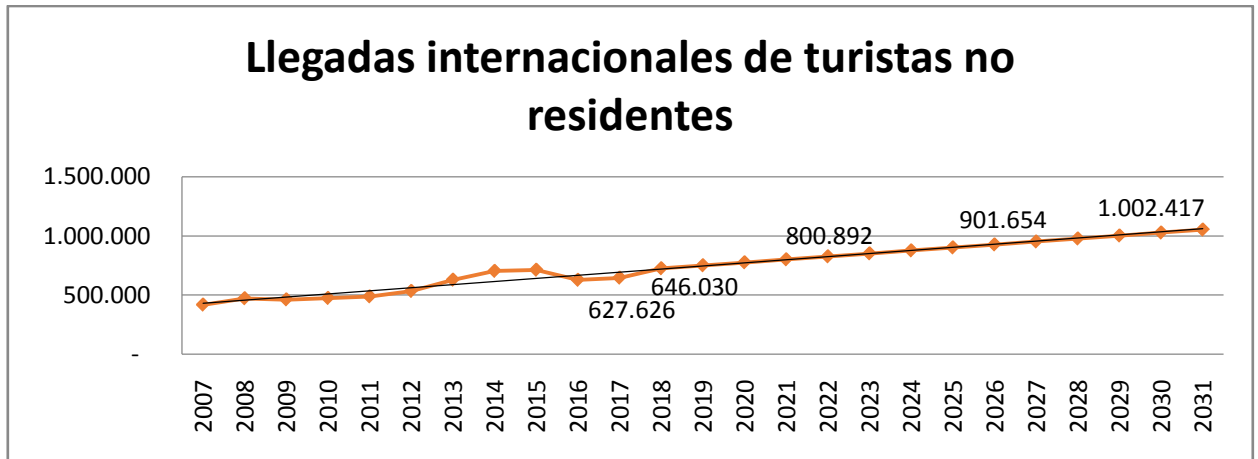
Llegadas internacionales de turistas no residentes (#)	Tasa de ocupación hotelera (TOH) - (%)	Estancia media hotelera DMQ (noches)	Estadía promedio en ciudad del turismo de recreación en estancia corta y media (1 a 15 días)		
			Estancia ciudad (días)	Gasto medio diario (USD)	Gasto medio turista (USD)
<b>2015</b>	<b>2015</b>	<b>2015</b>	<b>agosto 2015</b>	<b>agosto 2015</b>	<b>agosto 2015</b>
712.877	52,65	1,59	5,92	75,00	446,00
<b>2016</b>	<b>2016</b>	<b>2016</b>	<b>mes 2016</b>	<b>mes 2016</b>	<b>mes 2016</b>
627.626	46,51	1,56			
<b>2017 (e)</b>	<b>2017 (e)</b>	<b>2017 (e)</b>	<b>mes 2017</b>	<b>mes 2017</b>	<b>mes 2017</b>
646.030	46,61	1,55			

Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2015: perfil agosto 2015

El análisis de estas cifras establece una proyección realista en temas relacionados con la llegada de turistas, ocupación de hoteles, permanencia en el destino seleccionado y los gastos diarios, los mismos que se detallan a continuación.

### 2.7.1 Llegadas

#### Grafico 21 - Llegadas internacionales de turistas no residentes

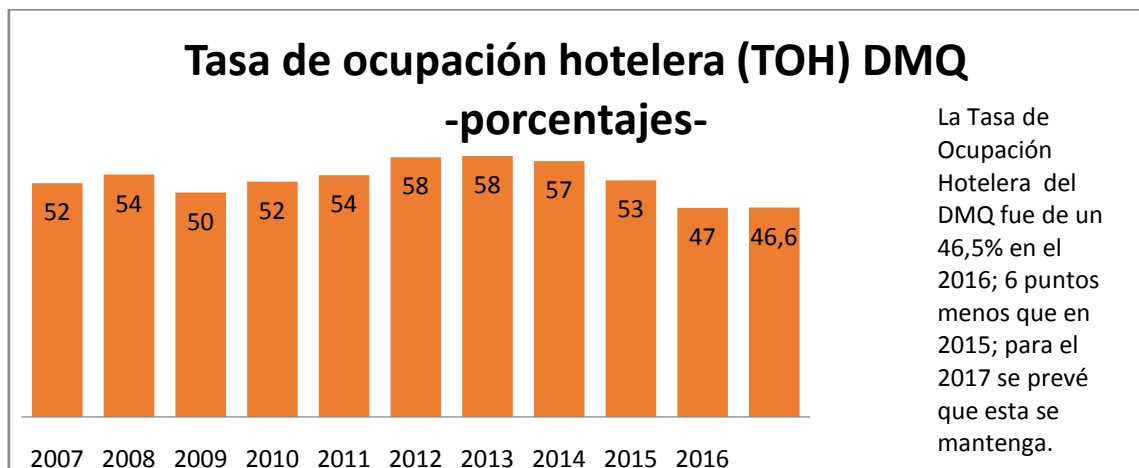


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos – 2016 / 2017

Entre los años 2007 y 2011 se ha mantenido una media de 400 mil turistas que han arribado al país, en tanto que a partir del año 2012 este promedio se ha incrementado exponencialmente hasta el período 2015 con 700 mil turistas, cifra que para 2016 decreció a 600 mil viajeros y se espera que en el presente año se mantenga estable. Por otro lado, las perspectivas estadísticas sugieren un incremento sustancial en los próximos años de más de un millón de visitantes hasta el año 2031 si las políticas en el área se mantienen y mejoran de manera sustancial.

### 2.7.2 Tasa de ocupación hotelera (TOH)

Grafico 22 - Tasa de ocupación hotelera



Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos – 2007 / 2017

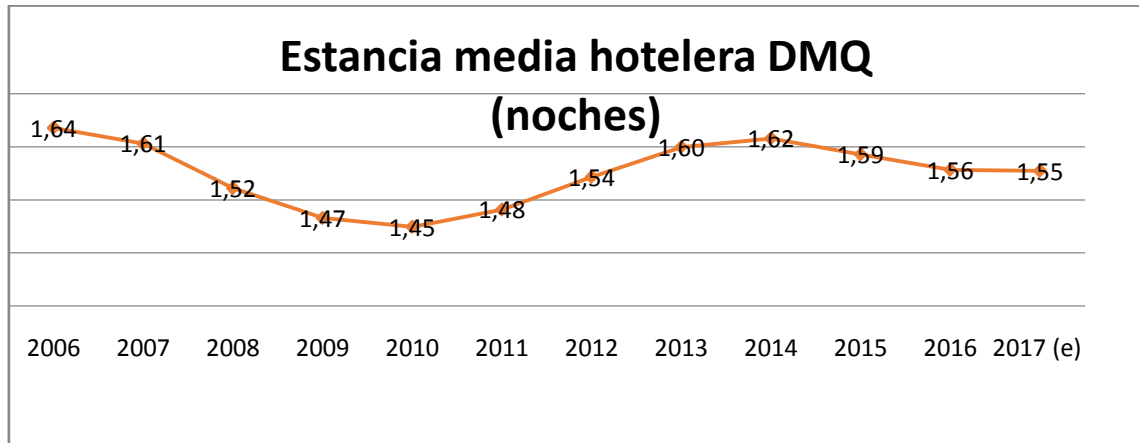
La tasa de ocupación hotelera (TOH) en el Distrito Metropolitano de Quito se ha mantenido estable durante el período 2007 – 2015 con un promedio del 54%, mientras que en el año 2016 descendió al 47% y se espera que en 2017 la tendencia



baja se mantenga. En los próximos años, la variación de esta tasa puede estar relacionada por un factor esencial: las políticas económicas del gobierno central, que indudablemente afectan no solo al Municipio capitalino sino a las principales ciudades que funcionan como ejes turísticos del Ecuador.

### 2.7.3 Estancia hotelera

**Grafico 23 - Estancia hotelera**

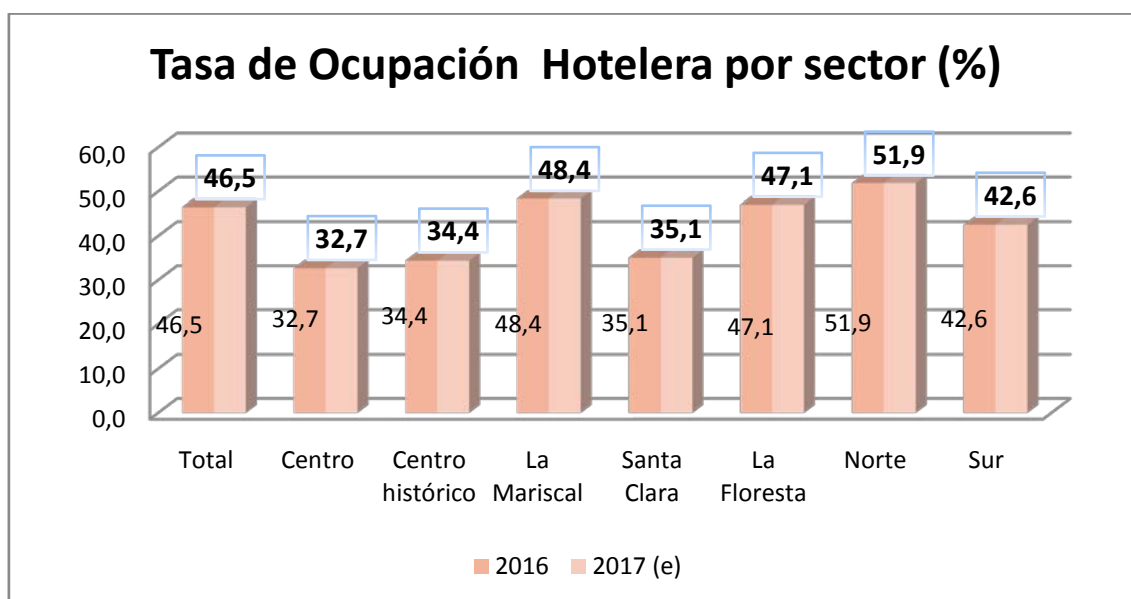


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos – 2016; Quito Turismo

Por estancia hotelera se hace referencia al número de días que el turista permanece en una ciudad determinada, en este caso, de Quito. Este índice se mantiene estable durante la década objeto del análisis (2006 – 2016), ya que se determina que el turista pernocta en la ciudad un promedio de 1,56 noches (se estima que en lo que resta del año 2017 este índice se mantenga). Esta tendencia se mantiene en los principales destinos turísticos del país, ya que la idea del visitante es recorrer la mayor parte de sitios, para lo cual no requiere que un día como máximo para proseguir su camino. Por un lado resulta contraproducente para las expectativas de los hoteles, pero a la vez se presenta como una oportunidad para que el turista fomente el nacimiento de nuevas iniciativas en este sentido. Las nuevas tendencias en el ámbito del hospedaje como las residencias familiares por ejemplo son el núcleo alrededor del cual gira esta actividad y donde el ámbito de influencia de los grandes sectores hoteleros necesita buscar alternativas de costo y calidad si quiere mantenerse durante los próximos 10 años como mínimo.

### 2.7.4 Ocupación hotelera por sector geográfico

**Grafico 24 - Ocupación hotelera por sector geográfico**

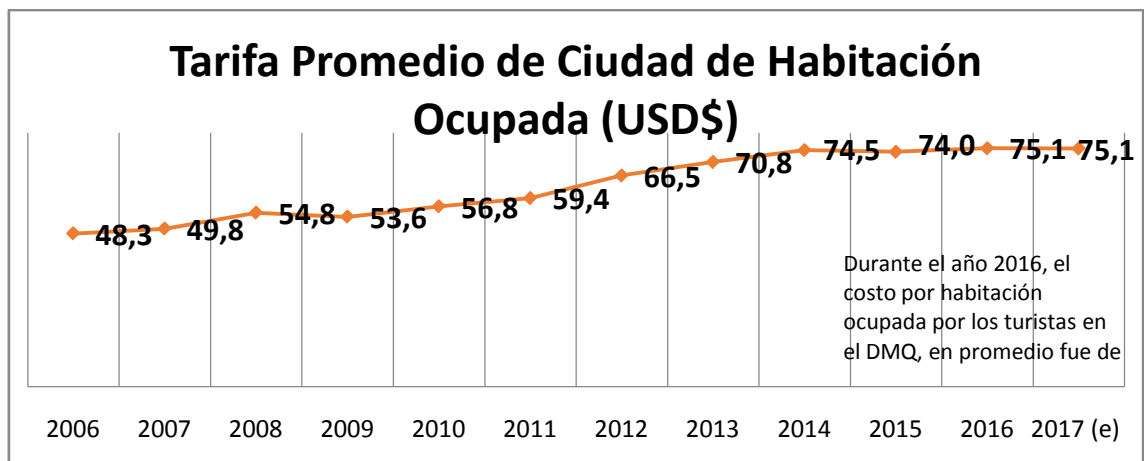


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos – 2016 / 2017

El tema de la ocupación hotelera por sector se encarga de establecer la preferencia del turista extranjero para alojarse en un determinado sector de la ciudad de Quito en el hotel elegido para el efecto. El análisis ha determinado que en el año 2015 el visitante prefería hospedarse en establecimientos de La Floresta (57.7%), en 2016 en la zona norte (51.9%) y se estima que en 2017 se mantenga la tendencia por ocupar los hoteles de este sector de la ciudad. La construcción del nuevo aeropuerto no ha alterado esta tendencia, ante la escasez de sitios apropiados o similares en sus inmediaciones. El hecho que el porcentaje de turistas mayoritario prefiera una zona como La Floresta que no se caracteriza precisamente por su oferta hotelera debido a la ausencia de una infraestructura importante señala la tendencia ya mencionada respecto al alojamiento de tipo familiar que el visitante busca en estos días y que es la alternativa visible para los próximos años.

### **2.7.5 Tarifa promedio habitación ocupada**

**Grafico 25 - Tarifa promedio habitación ocupada**

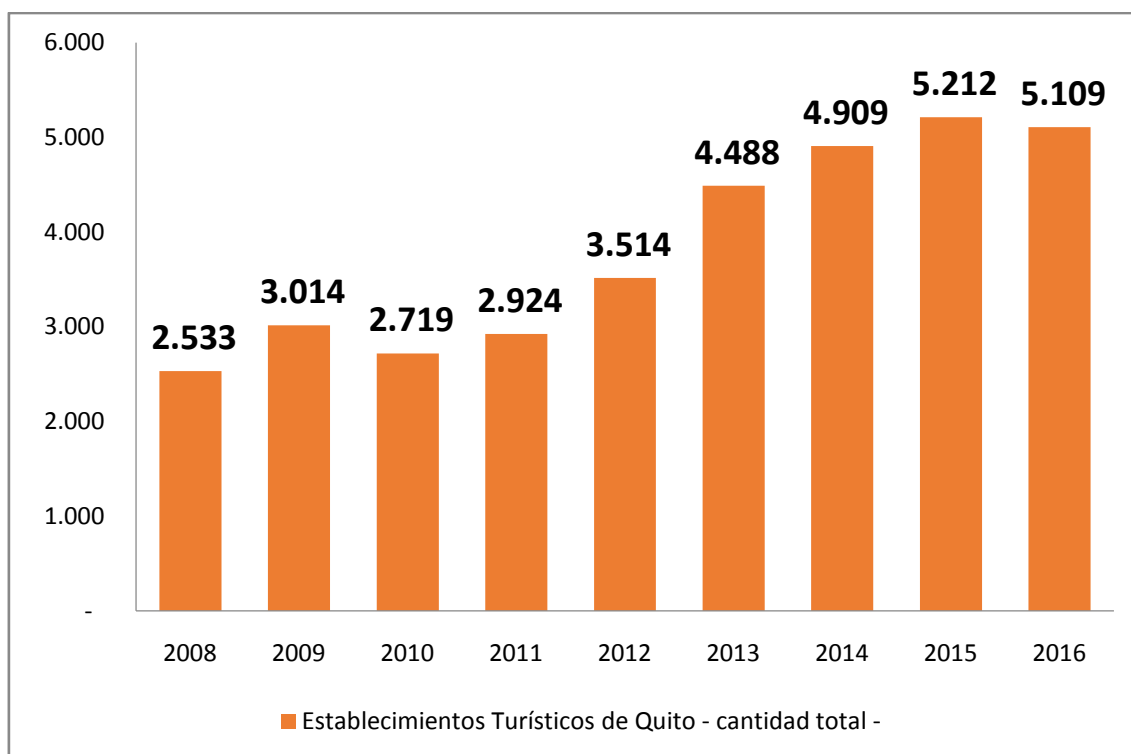


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2016

La tarifa promedio de habitación ocupada es el precio cancelado por el turista extranjero para alojarse en el hotel de su preferencia, valor que se ha incrementado exponencialmente desde el año 2006 (USD \$48.3) hasta el año 2016 (USD \$75.1) debido a factores inflacionarios y cubre el servicio de alojamiento únicamente. Generalmente, esos incrementos se producen de manera arbitraria y sin el debido control por parte de organismos de control como la Intendencia o la Cámara de Turismo de Pichincha, lo que finalmente termina por perjudicar al hotelero que respeta las leyes y al visitante extranjero (o nacional en algunos casos). Esta variable se modificará en los próximos años como consecuencia de la necesidad por parte del sector hotelero de competir efectivamente con alternativas como el alojamiento familiar ya mencionado, o bien justificar costos onerosos con servicios adicionales que solo una cadena hotelera debidamente establecida y con trayectoria temporal es capaz de ofrecer.

#### 2.7.6 Establecimientos Quito

#### Grafico 26 - Establecimientos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito

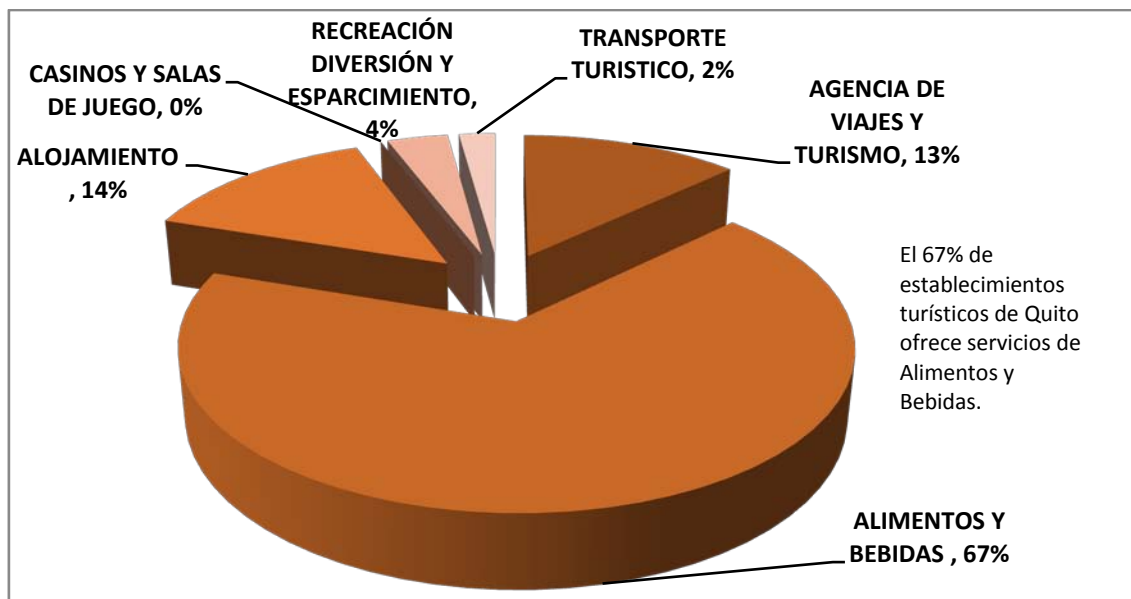


Fuente: Dirección de calidad y asistencia técnica 2015: 8dic2015; 2016.- 07 dic2016

El número de establecimientos turísticos en la ciudad de Quito ha mantenido su crecimiento desde el año 2008, llegando a las más de 5000 entidades relacionadas con esta actividad. Sin embargo, en el año 2016 la cifra disminuyó ligeramente como consecuencia de la falta de apoyo al sector, reflejado en la adquisición de insumos con altas tasas arancelarias. El desmontaje paulatino de estos impuestos supone un importante cambio en las políticas de estos establecimientos con miras a la recuperación efectiva de este sector, considerando que PLANDETUR mira hacia el año 2020 como la fecha de despegue para el turismo en el Ecuador como una fuente de ingresos sustentable y capaz de imponerse como un ejemplo de cambio en la matriz productiva de la actualidad.

### 2.7.7 Actividades económicas de turismo

#### Grafico 27 - Actividades económicas de turismo en el Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: Dirección de calidad y asistencia técnica 2015: 8dic2015; 2016.- 07 dic2016

Las actividades económicas dedicadas a la industria turística se encuentran encabezadas por los alimentos y bebidas con el 67%, un porcentaje elevado en comparación con los demás componentes como el alojamiento (14%), agencias de viaje (13%), recreación (4%) y transporte turístico (2%), según cifras del año 2016, lo que demuestra la fortaleza del sector alimenticio y la falta de iniciativas y oportunidades en los demás componentes analizados. La diversificación y el apoyo por parte del sector público y privado a otros sectores complementarios es una de las opciones a futuro para que el turista nacional y extranjero cuente con una gama completa de donde escoger y según su necesidad (sector alimenticio, alojamiento y recreación principalmente).

### 2.7.8 Perfil más visitado 2015

#### Grafico 28 - Lugares más visitados por los turistas

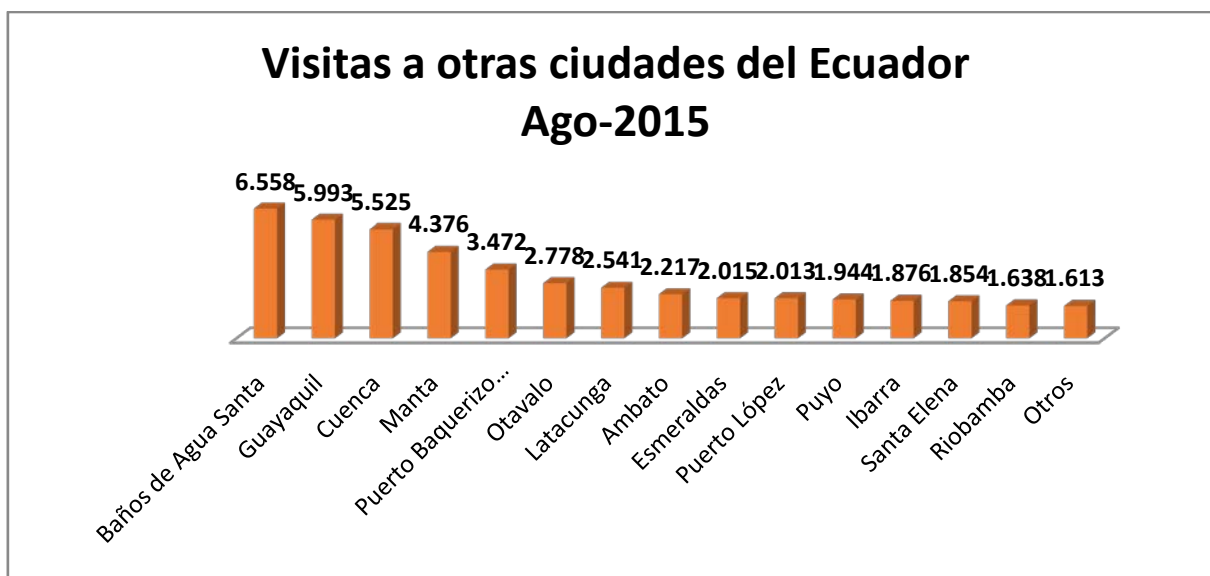


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2015: perfil agosto 2015

Es indudable que el Centro Histórico es el sitio más emblemático de Quito en lo referente a destinos turísticos, gracias a sus iglesias, museos, plazas, etc. Debido al movimiento nocturno, el sector de La Mariscal se constituye en otro punto de visita obligatorio para el turista que gusta de visitar bares, restaurantes y discotecas un poco más modernas, sobre todo en la zona conocida como Plaza Foch. Esta última, ha decrecido notoriamente su movimiento comercial debido a la influencia de factores negativos como el tráfico de drogas y el auge de la delincuencia, por lo que una alternativa válida constituye potenciar los atractivos existentes del Centro Histórico y recuperar la mencionada Plaza en trabajo conjunto con autoridades policiales (la recuperación de espacios asociados a la construcción del Metro de Quito es una opción para los próximos 10 años).

## 2.7.9 Perfil otras ciudades 2015

Grafico 29 - Visitas a otras ciudades del Ecuador

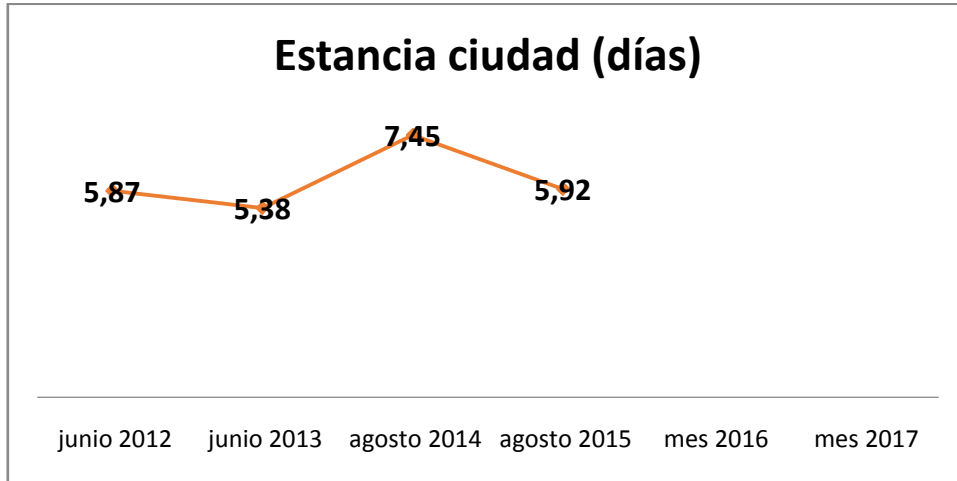


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2015: perfil agosto 2015

Luego de la ciudad de Quito, existen otros destinos turísticos importantes en el país que concitan la atención del visitante extranjero como Baños de Agua Santa (6.14%), reconocido internacionalmente debido a múltiples atractivos como sus piscinas de aguas termales y sobre todo el volcán Tungurahua (actualmente en proceso de erupción). Siguen ciudades como Guayaquil (5.61%), Cuenca (5.17%), Manta, Puerto Baquerizo Moreno (provincia de Galápagos), Otavalo, Latacunga, entre otras, que se encuentran entre las preferidas para el turista. Para que la ciudad mantenga e incremente el flujo anual de visitantes nacionales y extranjeros es necesario que en el mediano y largo plazo las políticas turísticas cambien en función de las necesidades del individuo, sobre todo en lo relacionado al aspecto económico ya que alrededor de este factor giran otras variables como la alimentación, alojamiento, movilización e incluso el entretenimiento.

## 2.7.10 Estancia gasto ciudad

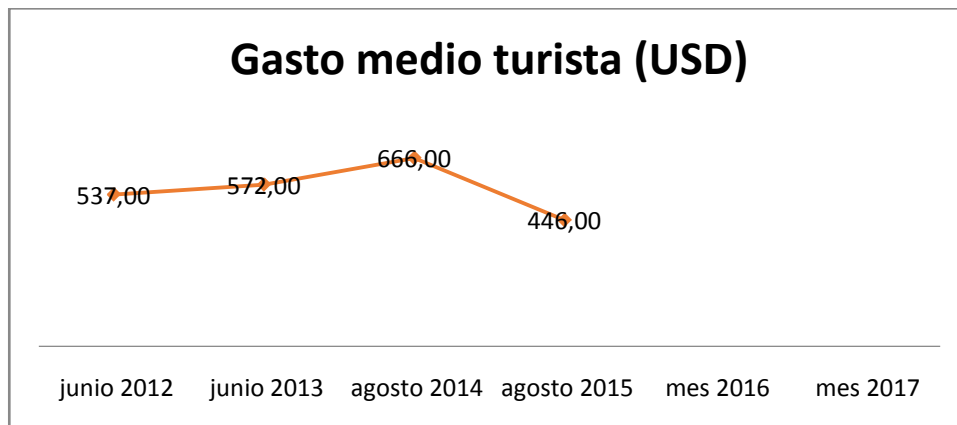
**Grafico 30 - Estancia del turista en el Distrito Metropolitano de Quito**



Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2016

Desde el mes de junio del año 2012 hasta agosto de 2015, el promedio de estadía en Quito se ha mantenido en 6 días aproximadamente, lo que habla de una importante predilección del turista para visitar la capital durante más tiempo, debido a los múltiples atractivos de los que dispone, ya que se concentran en lugares cercanos entre sí. Para que el turista tenga predisposición a quedarse por más tiempo, es importante que la ciudad ofrezca otro tipo de alternativas no solo recreacionales sino académicas e incluso laborales, factor último que puede resultar decisivo en la generación y acumulación de capital para una inversión mucho mayor.

**Grafico 31 - Gasto medio total del turista en el Distrito Metropolitano de Quito**

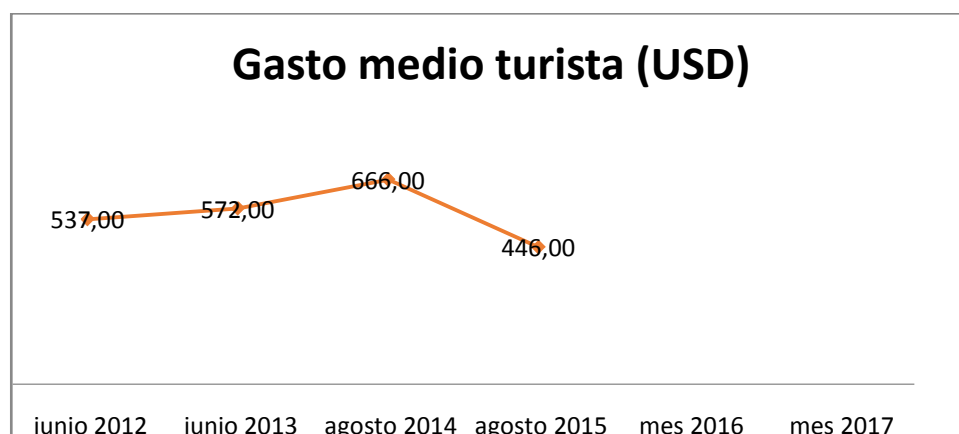


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2016



En lo referente al gasto medio del turista durante el período junio 2012 a agosto 2015, se registra un pico mensual elevado de USD \$666 en agosto de 2014, valor que disminuyó de manera considerable en agosto de 2015 con un promedio de USD \$446, esto debido a las regulaciones que en materia de servicios fue promovida por las autoridades municipales. Ahora bien, esta medida deberá ser revisada de manera forzada y generar un esquema detallado con el que se pueda promover ciertos productos a precios módicos pero que de ninguna manera puedan perjudicar a los pequeños y medianos comerciantes.

### **Grafico 32 - Gasto medio diario del turista en el Distrito Metropolitano de Quito**

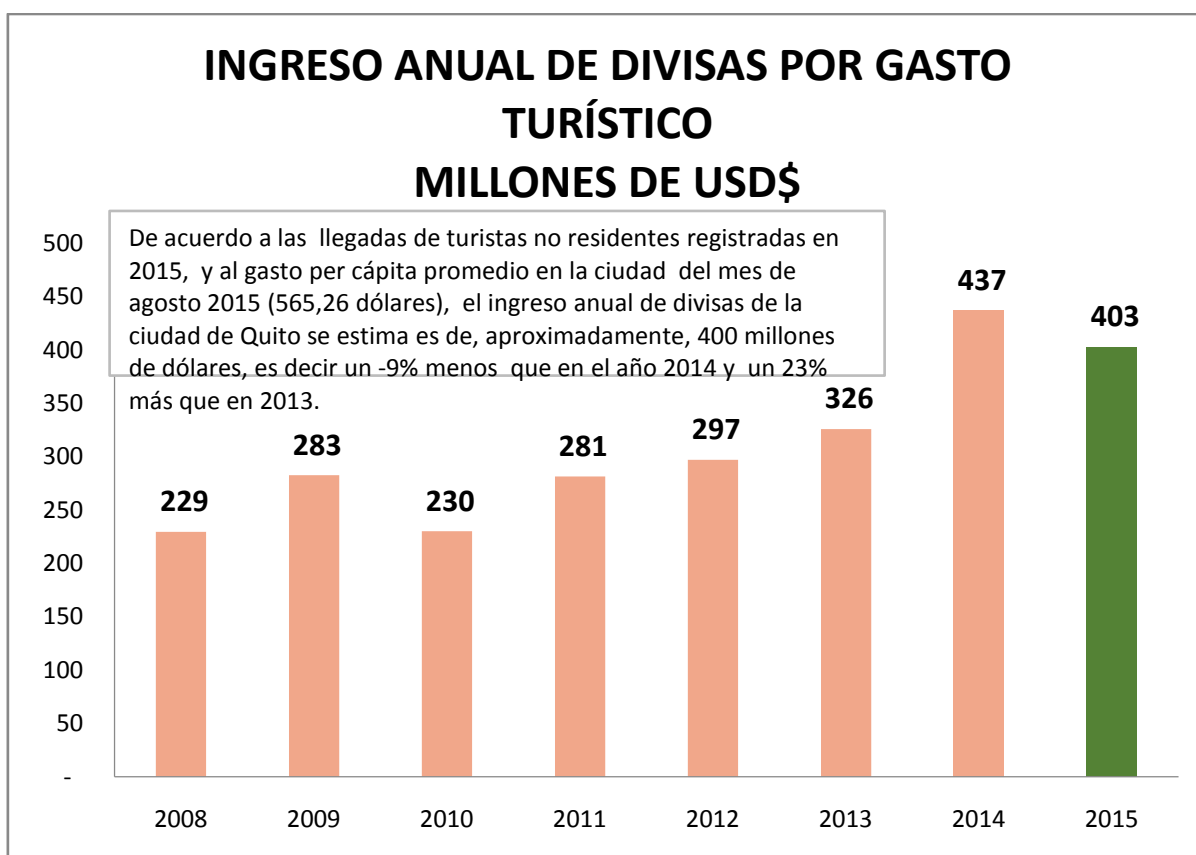


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2016

El gasto diario de un turista en la ciudad de Quito se incrementó en junio de 2013 a USD \$106, valor que disminuyó a USD \$75 en agosto de 2015, debido a la diversificación de la oferta que provocó una caída en los precios de diversos artículos de uso diario. Se estima que en los próximos años esta oferta de productos sean innovadores y con potencial real para que resulten atractivos a los ojos del turista nacional o extranjero, para lo cual una feria dedicada a este mercado resulta una alternativa funcional, sin necesidad que sea el mes de diciembre, época propicia para todo tipo de emprendimientos por las festividades de la ciudad y fin de año.

## 2.7.11 Perfil ingreso divisa 2015

Grafico 33 - Perfil ingresos de divisas 2015



Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos - 2015: perfil agosto 2015

Como consecuencia de las campañas publicitarias para promocionar los atractivos turísticos de la ciudad de Quito, los ingresos anuales se mantuvieron estables sin un crecimiento notable entre el año 2008 y 2013, donde este último año registró una cifra de USD \$326 millones de dólares como ingresos por este concepto. En 2014 se produce un repunte importante de USD \$437 millones de dólares, que desciende de manera poco considerable en 2015 hasta llegar a USD \$ 403 millones de dólares, es decir, en promedio son necesarios de 300 a 400 millones de dólares anuales para justificar las inversiones públicas tendientes a promover el turismo e incrementar el flujo anual de visitantes nacionales y extranjeros.

## **CAPITULO TRES: PERSPECTIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR**

### **3.1 Políticas del Turismo PLANDETUR 2020**

Conocido también como el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador, este programa “plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta ha reconocido la necesidad de aunar esfuerzos para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador” (Ministerio de Turismo 2007).

Considerada como una política de Estado vital por el entonces nuevo presidente de la república Ec. Rafael Correa Delgado, este programa fue presentado oficialmente en el mes de diciembre de 2007 como “una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo de turismo sostenible en el Ecuador, para mejorar los recursos y beneficiar a los pueblos” (Ecuador Inmediato 2007).

Este plan buscaba posicionar en los siguientes años al turismo como una actividad capaz de generar ingresos económicos atractivos para el fisco, crear puestos de trabajo directo e indirecto, estabilizar la balanza comercial del país y aportar en el cambio de la matriz productiva.

Para lograr este objetivo, PLANDETUR 2020 se apoya en una visión, misión y objetivo delimitados claramente, consecuentes con la realidad nacional e internacional en materia de turismo:

#### **Visión.**

“Ser reconocido como líder en el desarrollo de turismo sostenible en la región andina y consolidar el éxito de la actividad turística en el Ecuador mediante un modelo de gestión pública descentralizado, efectivo y eficiente” (Ministerio de Turismo 2007).

#### **Misión.**

“Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador” (Ministerio de Turismo 2007).

### **Objetivos.**

1. “Consolidar el turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana.
2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible.
3. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo.
4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva.
5. Incrementar el volumen del turismo interno.
6. Atraer una demanda turística internacional selectiva.
7. Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado.
8. Posicionar al país como un destino turístico sostenible” (Diario La Hora 2007).

Para garantizar el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de este programa, el Ministerio de Turismo y la Subsecretaría de Desarrollo Turístico, como entes encargados de su ejecución, debían observar valores institucionales que avalen su gestión:

- “Ética y transparencia
- Responsabilidad
- Vocación de servicio
- Compromiso con el desarrollo sostenible del sector
- Conservación del ambiente y patrimonio cultural
- Mejoramiento continuo de la calidad de los servicios
- Revalorización de la identidad ecuatoriana y de su diversidad cultural
- Concentración interinstitucional e intersectorial
- Trabajo de equipo
- Creatividad e innovación
- Pro actividad
- Equidad social y de género” (Ministerio de Turismo 2007)

De igual manera y como un complemento, este programa contempla apoyarse en otro tipo de estrategia como alianzas público / privadas, capacitación y desarrollo, participación ciudadana, eficiencia institucional, fortalecimiento de la identidad ecuatoriana, entre otros.

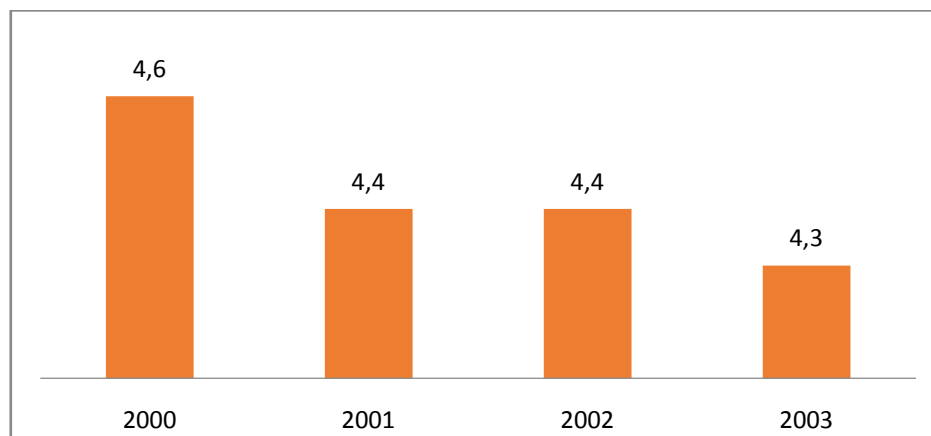
### 3.2 Políticas Económicas

“La coyuntura actual está marcada por la globalización en sus diferentes expresiones a nivel internacional. El turismo se puede considerar como una de estas expresiones. Promovida, de forma agresiva, como una Actividad Económica, especialmente en la última década en una mayoría de países del llamado Tercer Mundo, hoy hace parte importante de los programas de gobierno de casi todos los países que destacan su rentabilidad y generación de divisas necesarias para el desarrollo nacional” (Reyes Ávila Bercial 2002) .

Tal como se ha mencionada anteriormente, un número importante de países de esta parte del continente se apoyan en el turismo como un ente generador de ingresos, por ende esta actividad se encuentra ubicada como la segunda o tercera de las políticas gubernamentales capaces de generar divisas.

En el Ecuador, la actividad turística representa algo más del 4.4% del Producto Interno Bruto y es en conjunto con los sectores petrolero, bananero y florícola los principales gestores de la economía en el país. A escala internacional, el porcentaje mencionado no resulta significativo, ya que en otros países este porcentaje alcanza un valor promedio de 10.9% del PIB.

#### Grafico 34 - Turismo en el PIB



Fuente: (Ministerio de Turismo 2007)

Algo que es evidente en el anterior gráfico de barras es que a partir del año 2002 el porcentaje de participación del PIB turístico con relación al PIB total ha mantenido en el 4.4% se ha mantenido en rangos promedio sin mayores variaciones.

El PLANDETUR 2020 contempla la gestión y creación de 22 programas generales y 78 proyectos como una estrategia participativa de cara a los cambios que en materia de turismo se produzcan a nivel nacional e internacional, apoyado en ámbitos claves para el desarrollo del plan como el “fortalecimiento de la gobernanza y gobernabilidad, la cooperación pública, privada y comunitaria, la competitividad, las cadenas de valor y las modalidades turísticas” (Ecuador Inmediato 2007).

En líneas generales, los programas principales son los siguientes:

1. Programa de Organización y Fortalecimiento Institucional del sector turístico
2. Programa de Fortalecimiento a la Descentralización Turística
3. Programa de Coordinación Interinstitucional para el Turismo Sostenible
4. Programa de Desarrollo y Consolidación de la Normativa de Turismo Sostenible
5. Programa de Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador
6. Programa de Consolidación de la Seguridad Integral en Turismo
7. Programa Ordenamiento para el Turismo Sostenible
8. Programa de Facilitación Turística
9. Programa de Desarrollo de Destinos Turísticos
10. Programa de Infraestructura Turística
11. Programa de Turismo Sostenible en Áreas Protegidas
12. Programa de Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario y Patrimonio
13. Programa de Turismo de Naturaleza y Comunitario
14. Programa de Innovación de Productos Turísticos
15. Programa de Fortalecimiento del Marketing Turístico del Ecuador
16. Programa de Educación y Formación en Turismo Sostenible
17. Programa de Desarrollo de Capacidades de RR.HH para el Turismo Sostenible
18. Programa de Fondo de Desarrollo Turístico Sostenible
19. Programa de Apoyo a la Microempresa Turística Sostenible y Cadenas de Valor
20. Programa de Responsabilidad Social Corporativa en el Sistema Turístico
21. Programa de Medidas Transversales de Turismo para la Gestión Socio Cultural
22. Programa de Medidas Transversales de Turismo en la Gestión Ambiental

“El 16 de abril de 2016 un terremoto de magnitud 7,8 (escala Richter) azotó las costas del noroccidente ecuatoriano. Su epicentro estuvo localizado cerca del pueblo de Muisne, 170 Km al noroeste de la capital de la república, Quito. Aun cuando el epicentro tuvo lugar en un área rural remota, varios pueblos en las provincias costeras se vieron afectados. Se han registrado más de 300 réplicas.

Las áreas más afectadas son las provincias de Manabí, Esmeraldas, Santa Elena, Guayas, Santo Domingo y Los Ríos, mismas que fueron declaradas por el Gobierno como en “estado de emergencia”. La provincia más afectada fue Manabí; uno de sus cantones, Pedernales (55.000 habitantes), se ha declarado como “zona de desastre”, con acceso limitado” (Reliefweb 2016).

Tras las consecuencias económicas de este evento natural ocurrido en el año 2016, se consideró potenciar el turismo en la zona de Manabí como una de las alternativas visibles para la reactivación de la zona por medio de una ruta cultural para la promoción y desarrollo local. Una de las ideas promovidas ha sido el rescate de las tradiciones de la localidad y sus alrededores, reivindicación de la memoria ancestral y difusión del valor curativo de productos autóctonos, los mismos que son valorados y apreciados en destinos como España por ejemplo.

Al respecto, el Instituto Español de Comercio Exterior, principal organismo de negocios internacionales, “hace hincapié en que el turismo puede convertirse en una de las principales fuentes de ingresos de Ecuador” (Diario El Universo 2017). Un informe de la mencionada entidad analiza las industrias que dependen de esta actividad como el alojamiento, transporte, alimentación, entre otras, así como la legislación vigente y las oportunidades de inversión que se pueden detectar en el mercado ecuatoriano (Instituto Español de Comercio Exterior 2016).

El año 2017 ha sido matizado por las elecciones presidenciales correspondientes a este período, por lo que no ha sido extraño que entre los múltiples ofrecimientos de campaña por parte de los candidatos se incluya el sector turístico con la finalidad de captar potenciales votantes.

Uno de los candidatos más opcionados, el oficialista Lenin Moreno, ha ofrecido un importante contingente para este sector, ya que mencionó que “en mi gobierno tenemos planificado un fondo de \$ 500 millones para créditos casi exclusivos para el sector turístico” (Diario El Universo 2017).

Ahora bien, el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador contempla 22 programas de diversos tipos y 78 proyectos, siempre relacionados con el sector turístico, por lo que la cantidad sugerida por el candidato Lenin Moreno en el tema de créditos resulta insuficiente por la gran cantidad de planes necesarios para una consolidación completa de cada programa.

### **3.3 Competencia Turística de Ecuador**

Colombia y Perú son competencia directa de Ecuador en materia de turística ya sea por compartir casi los mismos atractivos o por su cercanía, son los países a tomar en cuenta y analizar sus políticas y desarrollo de sus destinos.

A cada uno de esos países llegan algo más de 3 millones de turistas anuales. La cifra se triplica en proporción con los turistas que llegan al Ecuador. (Ministerio de Turismo 2015)

#### **Colombia**

Colombia a través de su Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ente de regulación y control, ha venido realizando esfuerzos importantes para fomentar e incrementar el turismo en el país.

Al igual que en Ecuador, Colombia dirige sus política al desarrollo de diferentes productos como, turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, cruceros, de eventos y convenciones.

Las distintas campañas publicitarias, seguidas de la inversión en servicios turísticos han hecho que Colombia tenga los siguientes resultados:

- Colombia creció un 10% en el año 2009.
- Los mercados que crecieron sus llegadas fueron: USA, Argentina, Panamá y España.
- Colombia se orientó con fuerza en el 2009 hacia el mercado de incentivos y corporativo
- Desarrolló con fuerza el turismo de cruceros en Santa Martha y Cartagena.
- Colombia ha buscado posicionarse como un destino de alto nivel para ejecutivos.
- La campaña "el riesgo es que te quieras quedar" tuvo una amplísima difusión.



- Colombia ha emprendido una promoción online muy agresiva, a través de su web, redes sociales, y acceso a información desde teléfonos.

## **Perú**

Las cifras en materia de turismo del país vecino de Perú, son positivas, ya que se ha realizado un trabajo importante en explotación y posicionamiento de destinos como Machu Picchu, y potenciar los tipos de turismo ya sea tradicional, o de las nuevas tendencias.

Es así que en Perú, Durante los últimos cinco años, la llegada de turistas extranjeros al Perú ha crecido a una tasa de 8% anual. En tanto, las divisas generadas por dichos turistas se han incrementado a un ritmo de 9% anual en el quinquenio. (PromPeru 2017).

Los segmentos explotados por Perú en turismo son:

- Los mercados que crecieron sus llegadas fueron: Argentina, Brasil, Colombia y España
- Los segmentos definidos fueron: RISE (Congresos y Eventos, Locaciones de audiovisuales, Programa Perú Mucho Gusto, Y Segmentos de Naturaleza, Cultura.
- Estrategia fuerte de Página Web y Redes sociales Presstrips, Workshops, Ferias.

### **3.4 Estrategias a los ejes de cambio de la Matriz de Transformación Productiva de Turismo**

“Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa” (Antonio Borello 1994).

Si bien es cierto este concepto está desarrollado para la empresa privada, es perfectamente aplicable para establecer los elementos positivos y neutralizar los efectos

de los factores negativos en el sector turístico, cumpliendo con los estamentos de la Constitución de la República del Ecuador.

Para el tema en estudio, es posible determinar las características y funciones de cada elemento FODA:

- **Fortalezas:** corresponde a aquellas características propias de la entidad que la colocan por encima de similares
- **Oportunidades:** se designa de esta manera a las situaciones favorables en el entorno de la empresa
- **Debilidades:** esta denominación corresponde a los “puntos débiles” en los que es necesario trabajar para ser competitivo
- **Amenazas:** son aquellas situaciones adversas de tipo externo, sobre las cuales hay que tomar las precauciones del caso

Es importante que antes de plantear un conjunto de estrategias a los ejes de cambio de la Matriz de Transformación Productiva de Turismo se definan los elementos FODA de este sector como un soporte a futuro.

**a) Fortalezas**

- “Gran diversidad natural y paisajística del país.
- Multiculturalidad en la vida cotidiana de la población
- Alto nivel de hospitalidad del pueblo ecuatoriano
- Patrimonios naturales de la humanidad: Parques Nacionales Galápagos y Sangay
- Patrimonios culturales de la humanidad: Quito, Cuenca.
- Potencialidad de las playas con entornos naturales aprovechados con baja intensidad de uso

- Notable regularidad climática durante todo el año.
- Tamaño del país con fácil accesibilidad que permite visitar sus regiones en un mismo viaje.
- Notoriedad internacional de las Islas Galápagos, los Andes y Amazonia
- Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que alcanza el 18,5% del territorio nacional con una gran diversidad natural.
- Buen estado de mantenimiento de sus principales ciudades coloniales
- Vertiginosa regeneración urbana de Guayaquil: malecones, puentes, etc.
- Desarrollo notable de la oferta de turismo rural comunitario en el país, contando con una organización nacional específica
- Mejora de la vialidad en Sierra Norte, Amazonía Norte y Costa Centro, con alta densidad vial y alto porcentaje de vías asfaltadas
- Existencia de aeropuertos en los principales destinos turísticos urbanos y en comunidades
- Buena organización de los principales operadores turísticos receptivos, con calificación y fortaleza económica destacadas
- Buen nivel de satisfacción de los turistas actuales
- Existencia de un Plan de Marketing competitivamente adecuado
- Proceso de descentralización de las competencias turísticas
- Fondo Mixto de Promoción Turística, con su Consejo Directivo
- Ley de Turismo: promoción, incentivos y fomento del sector
- Organización nacional de los sectores privado y comunitario” (Ministerio de Turismo 2007)

#### **b) Oportunidades**

- “Buenas perspectivas económicas en los principales mercados emisores.
- Persistencia de conflictos y epidemias en regiones potencialmente competidoras: Oriente Medio, Asia y África.
- Buenas perspectivas de crecimiento en los mercados internacionales.
- Interés de los operadores por nuevos destinos y productos turísticos.

- Tendencia creciente de los segmentos de naturaleza, cultura y aventura.
- Mercado norteamericano en recuperación para destinos fuera de su territorio.
- Recuperación mundial del turismo de reuniones, congresos e incentivos.
- Fuerte crecimiento actual de la demanda turística hacia América del Sur.
- Crecimiento sostenido de los viajes de latinoamericanos dentro de su región” (Ministerio de Turismo 2007).

**c) Debilidades**

- “Agresión contra ambientes naturales que disminuye el atractivo turístico.
- Actividades y acciones incoherentes con la imagen y posicionamiento del país, como marca y producto
- Coste relativamente alto de los vuelos desde Europa y Estados Unidos, así como frecuencias y conexiones comparativamente reducidas.
- Falta de agua potable apta para el consumo humano y disposición adecuada de desechos sólidos y líquidos en diversos atractivos.
- Disposición inadecuada de desechos sólidos en los destinos turísticos.
- Insuficiencia de los depósitos de combustible para aviones.
- Malas condiciones de mantenimiento en algunas secciones de la red vial en Sierra Sur, Amazonía Sur, Costa Sur y Costa Norte.
- Insuficiente señalización turística en las carreteras y destinos.
- Reducida oferta de capacitación en puestos operacionales del sector (Estudio de Misión Francesa sobre capacitación y formación turística).
- Insuficiente cobertura de los servicios sanitarios para el turismo
- Falta de un sistema de información sectorial para la gestión turística.
- Insuficiente financiamiento crediticio para muchas actividades turísticas.

- Insuficiente capacitación de los recursos humanos operacionales y gerenciales del sector turístico.
- Deficiente gestión turística en los destinos con turismo masivo nacional de playa.
- Falta de un sistema de calidad turística de los servicios y destinos.
- Insuficiente calidad de buena parte de los establecimientos turísticos.
- Insuficiente información turística en buena parte de los destinos.
- Insuficiente conectividad telemática del sector turístico nacional.
- Reducida cooperación promocional con las líneas aéreas externas.
- Escasa información, promoción y comercialización a través de Internet.
- Presupuesto del Fondo de Promoción Turística (8,5 millones en el 2006), que se considera bajo respecto a los países vecinos, especialmente Perú (21 millones en el 2006), teniendo en cuenta que Ecuador está poco posicionado en el mercado.
- Falta de capacitación y especialización de los medios de comunicación y líderes de opinión en materia turística. Los medios de comunicación no manejan adecuadamente la información o noticias que podrían afectar el normal desarrollo y posicionamiento de destinos turísticos.
- Insuficiencia de las estadísticas.
- Falta de adecuación de la reglamentación de los establecimientos y actividades turísticas.
- Falta de coordinación adecuada entre MAE y MINTUR.
- Insuficiente coordinación en la descentralización de la gestión del turismo” (Ministerio de Turismo 2007).
- Saturación de las islas Galápagos como único destino visible del Ecuador, a diferencia de países como Colombia, Chile y Perú que han sabido diversificar su oferta turística.

- Ausencia de políticas estatales capaces de promocionar con fuerza nuevos atractivos para el turista extranjero y falta de apoyo económico privado para infraestructura, capacitación y tecnología aplicada a la actividad.

#### **d) Amenazas**

- “Conflicto colombiano influye en la percepción de inseguridad en Ecuador.
- Importante desarrollo de la promoción turística internacional del Perú, especialmente hacia Estados Unidos y Europa.
- Importante promoción de Costa Rica por productos e imagen del país, con importante cooperación del sector privado.
- Captación de importantes flujos de turistas ecuatorianos por Colombia.
- Importante alza de la promoción colombiana con el apoyo de PROEXPORT.
- Impulso de la promoción de Venezuela y apertura oficinas en el exterior.
- Futuro lanzamiento turístico internacional de la Amazonía por Brasil.
- Precios más baratos en países vecinos en cuanto a productos y servicios” (Ministerio de Turismo 2007)
- Adecuado manejo de mensajes promocionales en países como Colombia y Perú, así como la generación de productos turísticos innovadores

Es necesario indicar que de esta serie de amenazas enmarcadas en el modelo FODA, la promoción de Venezuela como destino turístico se ha visto afectada por los sucesos de tipo político / social que afectan a dicha nación.

Con estos antecedentes y en concordancia con los objetivos del Plan de Turismo 2020, es posible definir las siguientes estrategias:

1. “Fortalecimiento de la actividad turística sostenible de Ecuador en los ámbitos económicos, sociales, institucionales y políticos del país.
2. Establecimiento de un sistema adecuado de gobernanza turística mediante el fortalecimiento institucional, la coordinación interinstitucional pública, privada y comunitaria, el adecuado manejo territorial, la gestión descentralizada, la mejora de procesos y la generación y aplicación de normas claras para todos los actores.

3. Transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera a través de un proceso gradual de inclusión de criterios de sostenibilidad en sus actividades y a todo nivel, que fortalezcan el patrimonio social y natural.
4. Instrumentalización de la actividad turística para contribuir en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que permita extender los beneficios de la actividad a las empresas, comunidades e instituciones turísticas y relacionadas, y a la sociedad ecuatoriana para el disfrute de la recreación y el turismo social; con la integración de productos y servicios locales en la cadena de valor del turismo, fomento de la equidad de género, la reducción de la pobreza, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la generación de sinergias para la sostenibilidad.
5. Desarrollo, equipamiento y dotación de elementos necesarios para la creación, mejora y consolidación de los destinos turísticos de Ecuador, como componentes de productos turísticos competitivos.
6. Innovación de productos turísticos, planificación de mercadeo estratégico y operativo y gestión integrada de la comercialización para la mejora continúa de la competitividad.
7. Fortalecimiento de la microempresa, pequeñas empresas, de redes de MIPE's y comunidades turísticas y proveedoras de suministros y servicios complementarios para la industria turística.
8. Desarrollo de inteligencia e información estratégica y operativa permanente, tanto del mercado como de la gestión del turismo, para el desarrollo eficiente del turismo sostenible en Ecuador.
9. Fortalecimiento y sistematización de la gestión de promoción y mercadeo turístico de Ecuador, que facilite el acceso eficaz a los mercados principales nacionales e internacionales; que incluya la colaboración de los actores del sector, y realice seguimiento y evaluación de los resultados de la gestión.

10. Capacitación y formación integral en turismo sostenible, tanto a nivel de sensibilización de la sociedad civil en general como en la adquisición de conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo.
11. Establecimiento de mecanismos de consecución de fondos, incentivos económicos y mecanismos financieros y no financieros, sistemas de micro-crédito y de dinamización empresarial adecuados que permitan viabilizar la ejecución de los programas para el turismo sostenible definidos en el PLANDETUR 2020” (Ministerio de Turismo 2007).

Sin embargo, y a pesar de identificarse plenamente las debilidades y amenazas del sector turístico en temas sensibles respecto a la permeabilidad de la frontera norte y la influencia del narcotráfico en zonas turísticas como la provincia de Manabí, en ninguna de las estrategias anteriormente mencionadas se otorga la importancia del caso a este tema, a tal punto que incluso “la Policía reconoce que Manta es usada como tránsito para el envío de droga a través de lanchas pesqueras hacia Centroamérica” (El Diario 2017).

Por otro lado, una de las principales amenazas es la agresión al medio ambiente y lugares naturales de gran atractivo turístico como el Parque Yasuní (PY), ubicado en territorio amazónico y que ha sido considerado “de acuerdo con estudios científicos la región de mayor diversidad biológica del planeta. Fue declarado Parque Nacional en 1979, y en 1989 la UNESCO lo declaró Reserva de la Biosfera. Además, en 1999 la parte sur del PY junto a la Reserva Étnica Huaorani fueron declaradas como Zona Intangible de Conservación vedada a perpetuidad a todo tipo de actividad extractiva, al tratarse de territorio habitado por grupos étnicos en aislamiento voluntario” (Ecologistas en Acción 2010).

A pesar de estos antecedentes, el gobierno del Ec. Rafael Correa lanzó un proyecto en 2007 que pretendía recaudar USD \$3.600 millones de dólares a cambio de no explotar las importantes reservas petroleras que se encuentran al interior de este parque. Al no cumplir con su cometido, “Correa firmó el decreto No.74 en el que establece que solicitará a la Asamblea Nacional la declaratoria de interés nacional al aprovechamiento del petróleo en el Yasuní, que afectará a menos del uno por mil del parque, el cual tiene en total más de un millón de hectáreas” (Diario El Universo 2013). Se espera que en un



futuro cercano se planteen estrategias más cercanas a la realidad del país y sobre todo a las verdaderas necesidades del sector turístico.

### 3.5 Ingresos de Turistas 2016 – 2020

**Tabla 12 Ingresos de turistas**

Concepto	2002	2003	2004	2005	2006	2010	2016	2020
Llegadas turistas internacionales	682.962	760.776	818.927	859.888	841.001	1.153.799	1.958.764	2.029.722
Porcentaje de variación anual	6,62	11,39	7,64	5,00	-2,19	37,19	69,77	3,62

Fuente: Ministerio de Turismo  
Elaboración: Ing. Marco Ávila

En este análisis se ha considerado la información disponible desde el año 2002 respecto a la llegada de turistas internacionales al país hasta el año 2016 y el porcentaje de variación anual respectivo.

Durante los años 2002 y 2003 se registra un incremento de 6.62% a 11.39%, en tanto que en 2014 se produce un decrecimiento del 7.64%, tendencia que se mantiene en los siguientes dos años (incluso en el años 2006 hay un decrecimiento del -2.19%).

Siguiendo con esta correlación, entre 2006 y 2010 se produce un incremento significativo de 37.19%, situación que ocurre también en el período 2010 – 2016 con un 69.77%. Es significativo que entre 2016 y 2020 el incremento es el más bajo registrado desde el inicio de la serie en el año 2002.

Si bien es cierto el incremento porcentual en el lapso de tiempo comprendido entre los años 20106 y 2020 es mínimo comparado con los otros períodos, lo que no se refleja en otros indicadores como generación de divisas, gasto por visitante internacional y llegada de turistas internacionales, como se detallará en un anexo aparte de este trabajo investigativo.

### 3.5.1 Llegadas visitas internacionales

**Tabla 13 - Llegadas visitantes internacionales**

	2006	2010	2016	2020
Llegadas visitantes internacionales	840.001	1.153.799	1.958.764	2.029.722

Fuente: (Ministerio de Turismo 2007)

Si bien es cierto que ha existido un aumento moderado de visitas internacionales en los períodos de tiempo mencionados (2006, 2010, 2016), se espera que para el año 2020 esta cifra se duplique y logre pasar los dos millones de visitantes, lo que favorecería al aumento de ingresos por concepto de venta de bienes y servicios al turista extranjero.

Para cumplir con este objetivo, la implementación del nuevo aeropuerto de Quito desde hace 3 años garantiza que el turista disponga de una moderna infraestructura aeroportuaria y sus vías de acceso / salida cumplen con la función de agilizar su desplazamiento

### 3.5.2 Generación de divisas

**Tabla 14- Generación de divisas**

	2006	2010	2016	2020
Generación de Divisas (en miles)	499.400	683.995	1.236.309	1.837.778

Fuente: (Ministerio de Turismo 2007)

El crecimiento sostenido de esta variable no es proporcional al número de visitantes que arriban a la ciudad de Quito sino a la capacidad de generar bienes y servicios de calidad capaces de satisfacer las necesidades del turista extranjero. Cabe mencionar que la producción de una línea específica de productos se encuentra relacionada con el tipo de destino y su ubicación geográfica (en palabras de la Organización Mundial de Turismo, influyen los aspectos ambientales en proyectos sostenibles y con proyecciones en el largo plazo). Sobre este último particular, se espera que la construcción del sistema de

transporte rápido denominado Metro de Quito concluya dentro de los plazos establecidos sin ningún tipo de complicación, a fin de que la ciudad disponga de un medio moderno y que a la vez se proyecte como un nuevo atractivo turístico por el solo hecho de desplazarse a lo largo de la difícil topografía de la capital.

### 3.5.3 Gasto por visitante internacional

**Tabla 15- Gasto por visitante internacional**

	2006	2010	2016	2020
Gasto por visitante internacional (por estancia)	594,52	609,92	733,13	967,68

Fuente: (Ministerio de Turismo 2007)

Este rubro es considerado de gran importancia, ya que indica la capacidad de adquisición del turista durante su estancia y la forma en que distribuye su dinero en servicios como hotelería, alimentación, desplazamientos internos, cantonales y provinciales, adquisición de artesanías u otro tipo de artículos, entre los más representativos.

Para que el gasto del turista se incremente exponencialmente según el gráfico anterior, se requiere de políticas económicas claves como el mantenimiento del sistema de dolarización y proyectar la imagen de un país seguro para la inversión, lo que no ha ocurrido en la actualidad debido a factores de tipo electoral y la incertidumbre de conocer a ciencia cierta cuáles serán las disposiciones en este sentido por parte del nuevo presidente de la república.

### 3.5.4 Turismo Interno

**Tabla 16- Turismo interno**

	2006	2010	2016	2020
Turismo interno	903.695	1.355.543	1.717.021	1.987.760

Fuente: (Ministerio de Turismo 2007)

### 3.6 Metas 2020

“El 40% de los participantes de un evento internacional regresa al destino por placer y regularmente acompañado, de acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo. El Municipio de Quito está apostando a este segmento de la industria de reuniones como un sector importante dentro del turismo para movilizar la economía de la urbe” (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico 2015).

Una de las consecuencias de estos eventos es el impacto mediático que causa a nivel internacional este tipo de visitas y la promoción indirecta que efectúan los asistentes a estas reuniones en sus países de origen que van desde una reseña generosa hasta los ingresos económicos derivados del uso de hoteles, restaurantes, servicios de transporte, adquisición de artesanías, entre otros.

En el caso particular de la ciudad de Quito, durante el año 2020 “se han confirmado 33 eventos internacionales que tendrán como sede la capital. El cálculo de ingresos para la urbe se calcula en más de USD 10 millones” (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico 2015). En este contexto, el evento denominado Hábitat III, desarrollado del 17 al 20 de octubre de 2016, fue una magnífica oportunidad para evaluar el comportamiento de la ciudad ante un programa internacional de esta magnitud.

Entre los programas a desarrollarse hasta el año 2020, se encuentran los siguientes:

- Congreso Latinoamericano de Cirugía Pediátrica, que se llevará a cabo del 01 al 03 de junio de 2017
- XXV Conferencia Internacional de Osos, a efectuarse del 12 al 17 de noviembre de 2017
- Congreso de la Liga Panamericana de la Asociación de Neurología, programado para el año 2020 en fecha por definir

En el supuesto de cumplirse a cabalidad con los programas y proyectos que conforman el PLANDETUR 2020, las metas a este año se encuentran plasmadas en estas consideraciones:

- “Ha consolidado al turismo sostenible como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país.
- Genera oportunidades de empleo y de mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, comunidades y territorios bajo un marco legal e institucional moderno y eficaz.
- Está posicionado como un destino turístico sostenible líder altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad en el ámbito internacional.
- Garantiza la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; con conectividad, infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo” (Ministerio de Turismo 2007).

Si se toma como referencia los objetivos planteados en el PLANDETUR 2020, a la fecha poco o nada se ha avanzado en su consecución, como por ejemplo la consolidación del turismo como un eje dinamizador de la economía, lo que no se ha cumplido en parte por las consecuencias del sismo que afectó a la zona costera del país en abril del año 2016 y por la negligencia y lentitud de las autoridades pertinentes en promover la reconstrucción de infraestructura turística a la brevedad posible.

El turismo interno se ha visto favorecida parcialmente por el decreto numero 858 expedido por el presidente Rafael Correa con fecha 28 de diciembre de 2015, que “establece, entre otras cosas, el traslado de los feriados que coincidan con un fin de semana (sábado y domingo) o un día entre semana (martes, miércoles o jueves) a los días lunes o viernes” (Diario El Comercio 2016), el mismo que se encuentra esquematizado hasta el año 2020, a pesar que aún no se ha desarrollado un modelo de gobernanza para esta actividad, con su debida autonomía, financiamiento y sustentabilidad.

“El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor” (Organización Mundial del Comercio 2017).

En apenas 10 años, contados a partir del año 2006, el turismo interno ha crecido en aproximadamente un 50% debido a muchos factores como las políticas tendientes a estimular los desplazamientos entre regiones del país por ejemplo, donde ha intervenido de manera decisiva el gobierno con campañas publicitarias alusivas.

Al respecto, la campaña promovida por el gobierno nacional denominada Viaja Primero Ecuador se especializa en desarrollar paquetes turísticos en función del destino del viajero y su presupuesto, lo que sirve para dinamizar la economía en zonas vulnerables pero ricas en atractivos turísticos.

Con respecto al año 2016, acontecimientos varios afectaron el desplazamiento del ciudadano a destinos internos en los feriados dispuestos por las autoridades como “la influencia del virus del zika, la actividad del volcán Cotopaxi, el terremoto del 16 de abril y los sismos de diciembre en Esmeraldas que afectaron directamente el feriado de Navidad y Año Nuevo” (Ministerio de Turismo 2017).

A pesar de estas circunstancias, el fomento del turismo interno ha experimentado un crecimiento importante entre los años 2011 y 2016 en cuanto a recaudación, sin embargo se requiere de políticas especializadas para que estos ingresos se repartan equitativamente y no en función de intereses personales.

El Municipio de Quito, a través del Departamento de Mercadeo de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (Quito Turismo), ha emprendido una campaña a nivel nacional para fomentar el turismo interno hacia la capital bajo la denominación “Mucho más por descubrir” (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico 2015).

El objetivo principal es movilizar a los turistas provenientes de ciudades cercanas a la capital como Ibarra, Latacunga y Ambato para que consideren a la capital como un importante destino turístico en cualquier época del año y no solamente en el mes de diciembre con motivo de las fiestas de fundación de la ciudad, donde la afluencia de visitantes provienen de Guayaquil y Cuenca.

La iniciativa busca también motivar al turista interno para que considere a la ciudad de Quito no solo como un destino prioritario sino que permanezca la mayor cantidad de días posibles gracias a las alternativas que la capital es capaz de proporcionarle para su

sano esparcimiento, lo que también influye en la dinamización de la economía local en todo ámbito (Radio Pichincha Universal 2017).

Con el fin de resaltar los atractivos de la ciudad, el plan incluye actividades temáticas relacionadas con el Centro Histórico, Arte Cultural y Patrimonial, la Mitad del Mundo y Parroquias Rurales e incluye una guía completa de restaurantes y sitios de alojamiento, así como una agenda actualizada de eventos a desarrollarse en la capital durante el transcurso del año, información y material turístico, noticias de realce, entre otras (Quito Turismo 2017).

Para que este contenido se encuentre al alcance del turista interno que desea planificar su visita a Quito y busca alternativas de entretenimiento se usa las nuevas tecnologías digitales y plataformas virtuales como la página web Quito Turismo ([www.quito.com.ec](http://www.quito.com.ec)) y su apoyo en redes sociales de dominio público como Facebook, Twitter, Instagram y Vine.

Considerada la puerta de entrada al país desde el punto de vista turístico, “Quito busca consolidarse como segundo destino turístico de Ecuador, después de las Islas Galápagos, y que esta actividad aumente al 5% su aportación al PIB de la ciudad en 2020” (La República 2017), lo que significan ingresos sobre los 300 millones de dólares (Diario El Telégrafo 2014) que aportan de manera decisiva a la economía local y nacional.

Con estos antecedentes, es posible establecer una relación de tipo cualitativo / cuantitativo entre los objetivos del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador y los productos y recursos que ofrece la ciudad de Quito, desde la siguiente perspectiva:

- a) PLANDETUR ha segmentado a los atractivos turísticos en función de su valor potencial, donde el producto estrella considerado son las Islas Galápagos debido a su repercusión internacional en temas de ecoturismo, deportes y actividades de aventura.
- b) En este ranking se ha ubicado como Producto A a la ciudad de Quito en consideración de sus atractivos culturales (Patrimonio Cultural de la Humanidad, mercados artesanales, turismo religioso, turismo urbano y destino preferencial para eventos, convenciones y congresos).

- c) La geografía del país es rica, variada y muy apropiada para la práctica de actividades al aire libre, donde Quito se encuentra hasta cierto punto restringida debido a su crecimiento como capital del país pero que ha sabido preservar y promocionar los lugares culturales más emblemáticos.
- d) Desde el punto de vista general, es posible que la ciudad de Quito se integre a un posible desarrollo de circuitos nacionales que integren a los diferentes destinos turísticos en el país, donde la capital es el punto de salida y punto de llegada para cada recorrido propuesto.

### 3.6.1 PLANDETUR VS QUITO





Un factor positivo que se ha logrado en el tema de inversión turística es atraer a las grandes cadenas hoteleras como Accor, Hilton, Wyndham e Intercontinental apuestan por invertir en Ecuador, es por eso que se estima que invertirán aproximadamente USD 700 millones en los próximos dos años para proyectos turísticos en Quito y Guayaquil, según manifestó el presidente de la Conferencia Sudamericana de Inversión en Hotelería y Turismo (Sahic). (HostelTur 2014)

Así por ejemplo, Wyndham Hotel Group, la empresa hotelera más grande del mundo con más de 7.500 hoteles, anunció la firma de un acuerdo de franquicia para el Wyndham Quito Airport Gran Cónдор, la primera propiedad de Wyndham Hotels and Resorts en la capital del Ecuador. (Ministerio de Turismo 2014)

Entre otras importantes inversiones en hoteles dentro del territorio nacional, constan Karibao en Guayas (US \$ 700 millones), Las Olas en Guayas (US\$ 550 millones), Torres Elite en Pichincha (US\$ 250 millones), San Juanito en Galápagos (US\$ 100 millones) y Swissotel en Guayas (US\$ 75 millones), así lo mencionó la Dirección de Fomento Turístico del Ministerio de Turismo del Ecuador. (HostelTur 2014)

**Tabla 17 - Proyectos Hoteleros a desarrollarse en el País**

2014			Nacional	Extranjero	Fecha Inicio	Fecha Finalización	Observaciones	
1	Karibao	9.000.000	Guayas	9.000.000		2015	2022	El proyecto tiene previsto iniciarse en el tercer trimestre del 2015, sin embargo en estudios, tierras, etc., ya han invertido \$9 M.
2	Las Olas (1ra. etapa)	15.000.000,00	Guayas		15.000.000	2013	2024	Ya se está desarrollando. Monto total \$250 M, 60% capital extranjero, 40% capital nacional. \$15 M invertidos hasta el momento.
3	Best Western Sail Plaza Manta	5.000.000,00	Manabí	5.000.000		2014	2016	Monto total del proyecto: \$20 M
4	Montecristi Golf Club & Villas	20.000.000,00	Manabí	20.000.000				
5	Hotel Wyndham Grand Cónдор	5.000.000,00	Pichincha	5.000.000		2014	2015	Monto total del proyecto: \$19 M
6	Swissotel Gye. (1ra. Etapa)	5.000.000,00	Guayas	5.000.000		2014	2018	Primera etapa (\$80 M) hasta fines de 2017 (incluye el hotel). Segunda etapa empieza en el 2016 hasta el 2018, por un monto de \$ 40 M La inversión total, \$120 M, es netamente hotelera (hotel y departamentos hoteleros). \$5 M invertidos hasta el momento.
7	Hotel Parque Histórico (Oro Verde)	6.000.000,00	Guayas	6.000.000		2014	2015	
8	Sheraton Cuenca	3.000.000,00	Azuay	3.000.000		2014	2016	Monto total del proyecto: \$13 M
9	Holiday Inn Airport Quito	22.000.000,00	Pichincha	22.000.000		2014	2017	No se pudo averiguar la inversión 2014, la persona a cargo no contestó. El monto total es de \$22 M.
10	Eurobuiding	4.000.000,00			4.000.000,00	2014	2017	Monto total del proyecto: \$20 M

Fuente: Ministerio de Turismo, Subsecretaría de Fomento Turístico.

### **3.6.2 Balance de la Campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR**

Otra forma de dar empuje al turismo fue la campaña “All you need is Ecuador” que fue lanzada, en el 2014, estuvo presente en 19 destinos alrededor del mundo, incluido un recorrido por siete ciudades del país, al promocionarse con letras gigantes que formaban la frase ‘All You Need is Ecuador’. La segunda fase se realizó en un evento deportivo multitudinario desarrollado en los Estados Unidos de Norteamérica con la finalidad de promocionar la imagen del país en el exterior y así atraer al turismo internacional, el resultado no se ha complementado con una infraestructura adecuada para ofrecer una experiencia única y un servicio de calidad al visitante, además que no todas las empresas dedicadas a la actividad turística poseen su certificación de calidad correspondiente.

Esta campaña se ha constituido hasta la fecha como el esfuerzo turístico más importante de los últimos años debido a su contenido y características: impactante, novedosa y sobre todo su poder de recordación en la mente del potencial consumidor. Este nombre fue seleccionado como una clara referencia a la canción del grupo de música pop rock británico The Beatles, debido a su reconocimiento a nivel internacional y la capacidad de atraer la atención del público, con la finalidad de enviarle un mensaje y una invitación a conocer personalmente el potencial turístico del Ecuador.

Esta campaña le valió al país reconocimientos internacionales en materia visual y aproximadamente 450 millones de personas la captaron en su primera parte.

Los resultados obtenidos según el Ministerio de Turismo fueron los siguientes:

- a) Se logró más de 100 millones de impresiones publicitarias a nivel mundial
- b) La cuenta de twitter @AllYouNeedIsEcuador logró alrededor de 500.000 seguidores
- c) Se cubrió la inversión realizada (9 millones) en los primeros 12 meses de la campaña
- d) Se percibió \$1,7 de (ROI) por cada dólar invertido en esta primera fase de la campaña.
- e) Las llegadas de turistas crecieron 2,8 puntos porcentuales
- f) \$ 15 millones fue la utilidad neta de esta campaña.

## CAPITULO 4: CONCLUSIONES

### 4.1 Conclusiones

Una vez analizado el aporte del Distrito Metropolitano de Quito al desarrollo del turismo en el país y su relación con el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020), es pertinente emitir las conclusiones respectivas del análisis efectuado.

El turismo en el Ecuador es un sector potencialmente atractivo para su explotación en el corto y mediano plazo, además de generar empleo directo e indirecto y contribuir con la economía del país, mucho más en los actuales momentos en que el nuevo gobierno insiste en el denominado Cambio de la Matriz Productiva, donde esta actividad debería considerarse una piedra angular indispensable.

La riqueza turística natural del Ecuador es abundante y poco explotada, tanto en la Costa como en la Sierra, la Amazonía y la región Insular, lo que sugiere la necesidad de implementar programas turísticos respetuosos con el medio ambiente, participativos y sostenibles en el tiempo. En este rubro no sería prudente considerar el tema Yasuní ITT, dadas las condiciones avanzadas de explotación a la que se encuentra sometido este parque, salvo que el nuevo gobierno disponga la marcha atrás del este proyecto.

En comparación con destinos de mayor tradición en América y que destacan por su gran cantidad de atractivos turísticos, históricos y culturales como México para citar un ejemplo, el Ecuador es un destino nuevo en comparación con este tipo de países, lo que genera la posibilidad de aprovechar la experiencia de esos mercados y aplicar conceptos exitosos en esta área, considerando las bondades del país en cuanto a clima, biodiversidad, cultura e historia.

En cuanto al tema de la infraestructura turística a nivel nacional, se ha presentado una notable mejoría en los últimos 20 años (excepto la provincia de Manabí, que se encuentra recuperándose del terremoto de abril de 2016), quedando por mejorar la capacidad de los municipios locales como coordinadores de políticas locales necesarias para el normal desenvolvimiento de actividades individuales y las que deben acoplarse a políticas estatales.

Es una prioridad para los sectores productivos y cámaras de comercio relacionadas con la actividad turística que se gestione con la nueva administración presidencial el cumplimiento de las ofertas de campaña para el sector del turismo, en especial la asignación de recursos económicos para el fortalecimiento de los programas en curso y los proyectos a futuro.

En términos de economía, existe una relación sólida entre las variables “entrada de viajeros nacionales e internacionales” y “Producto Interno Bruto” (PIB), lo que significa que a mayor número de visitantes, mayores ingresos para la ciudad de Quito. Sin embargo, esta relación se encuentra sujeta a varios factores de tipo macroeconómico como los índices de desempleo, subempleo, pleno empleo, oferta, demanda, etc. (se espera que el turismo sea declarado oficialmente como una política de estado prioritaria para el desarrollo socio económico de la capital y del país).

En los próximos años Quito ya podrá contar con un nuevo atractivo y que a su vez servirá como un medio de transporte moderno: el Metro, mismo que afectará la configuración de varios sitios emblemáticos de la capital como la plaza de San Francisco en el Centro Histórico pero a cambio le añadirá un toque distintivo y eminentemente atractivo tanto para el visitante local y nacional como extranjero en el marco de una política adecuada de turismo receptivo.

La situación económica del país es una de las más complejas desde finales de los años noventa (crisis del sistema financiero, quiebre de bancos, rotación de presidentes, dolarización, migración forzada, etc.) y los recursos para apoyar todo tipo de iniciativas relacionadas con el turismo son escasas. En estos temas, se requiere generar y apoyar iniciativas de trabajo conjunto entre Municipio de Quito y sector privado, a través de la figura de alianzas estratégicas, de tal manera que se garanticen por un lado la sostenibilidad operativa de proyectos y por el otro el financiamiento adecuado en el mediano y largo plazo (de ser necesario, recurrir al apoyo internacional de fundaciones afines con experiencia en el manejo de esta temática).

Como destino turístico interno, nacional e internacional, Quito ofrece muchas alternativas de esparcimiento para el visitante en los más diversos ámbitos naturales, arquitectónicos, religiosos y gastronómicos durante todo el año y no precisamente

en una época determinada como son las fiestas de fundación española de la capital solo para mencionar un ejemplo.

En época de verano es muy común la aparición de incendios forestales espontáneos o provocados, en la mayoría de los casos imposibles de controlar por los bomberos debido al tamaño de las llamas y la rápida propagación como consecuencia de las plantas secas propias de la estación. Este problema sugiere la creación de un cuerpo de élite experto en este tipo de desastres naturales, especializado en el exterior, con personería jurídica propia y autonomía de funciones, como una especie de fusión entre los que es los bomberos y el servicio de guarda parques, sin fines de lucro y con una constitución de empresa mixta (público / privada), dedicada exclusivamente a vigilar las áreas más vulnerables de la capital, sobre todo si se encuentra en zonas turísticas como parques, reservas ecológicas, franjas biodiversas, etc.

La implementación del calendario de feriados nacionales supone una atractiva oportunidad para generar espacios de recreación y esparcimiento susceptibles de ser compartidos con el turista interno, nacional y extranjero. La Alcaldía de Quito, a través de su Agencia Pública de Noticias, genera información de tipo cultural y turístico en concordancia con el mencionado calendario, de tal manera que el visitante dispone de varias opciones a considerar en los feriados propuestos.

Un inconveniente bastante común en los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales, municipales e incluso provinciales es la falta de un área o departamento especializado en el manejo de recursos turísticos. En este caso, el Municipio de Quito cuenta con la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico como un organismo competente cuya función principal es desarrollar y promover a la ciudad como un destino turístico de excepción, basado en criterios de calidad, sostenibilidad e innovación.

El PLANDETUR 2020 surgió en el año 2007 como un documento guía para la planificación de programas y proyectos en materia turística, el mismo que no ha sido actualizado desde su creación, por lo que evidentemente diez años después ya no es útil para cumplir a cabalidad su objetivo principal. Visto de esta manera, urge la creación de una comisión especializada para que sea revisado, enmendado y aumentado, de tal manera que pueda cumplir su función a cabalidad.

A pesar de la existencia de un organismo especializado como es el Ministerio de Turismo para ofrecer al público en general cualquier tipo de información escrita referente a este sector con solo visitar sus instalaciones a cualquier hora de un día laborable, es necesario solicitar a las autoridades pertinentes que el nuevo PLANDETUR se encuentre debidamente digitalizado y a disposición del ciudadano en una plataforma virtual, capaz de generar reportes físicos sobre cualquier tipo de tema relacionado con esta dependencia gubernamental.

Producto de las necesidades y urgencias económicas a las que se encuentra sometido el país, surge una iniciativa conocida como el Cambio de la Matriz Productiva, que busca entre otras cosas nuevas alternativas para la entrada de divisas al país de manera independiente a las fuentes tradicionales, por lo que la actividad turística se presenta como una opción viable capaz de generar ingresos y crear nuevas fuentes de empleo directo e indirecto.

Es necesario recalcar que antes de la publicación de PLANDETUR 2020 la ausencia de planes sostenibles en materia de turismo era evidente, por lo que se espera que sea el instrumento de planificación que se necesita para impulsar este sector.

Tomando como referencia el caso citado del Cambio de la Matriz Productiva, en el Ecuador no existen estudios especializados sobre la importancia del turismo en la economía del país, así como su impacto cualitativo, para efectuar este tipo de operaciones a nivel macro en beneficio de la ciudadanía. Resulta hasta cierto punto contraproducente que este tipo de información sea difícil de encontrar en el caso ecuatoriano, ya que a excepción del PLANDETUR 2020 la documentación de este tipo resulta casi que inexistente en las dependencias públicas especializadas.

Como ya se mencionó en párrafos anteriores, es necesaria y urgente una actualización del PLANDETUR 2020, ya que debe revisarse y modificarse en base a información actualizada proveniente de los seis Consejos Sectoriales y de la Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), esto con el fin de disponer de un documento con cifras actualizadas y que sea susceptible de acoplarse a las nuevas necesidades del sector turístico.

Una práctica llamada a convertirse en obligatoria para fines estadísticos y de control ambiental es la zonificación de áreas turísticas vulnerables de acuerdo al sitio geográfico donde se encuentren ubicadas, ya sea Costa, Sierra, Amazonía o Región

Insular. A fin de validar esta delimitación, se requiere adjuntar toda la documentación de respaldo correspondiente (informes de campo, archivos gráficos, cuadros estadísticos, etc.) con un solo propósito: generar políticas de protección en temas generales y específicos según el tipo de área, región y nivel de riesgo.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Agencia de atracción de Inversiones. *www.inversiones.quito.com.ec*. 21 de Diciembre de 2016. <http://inversiones.quito.com.ec/estadisticas-2/> (último acceso: 11 de Abril de 2017).
- Agencia EFE. *www.efe.com*. 27 de Agosto de 2016. <http://www.efe.com/efe/america/economia/quito-quiere-elevar-de-4-5-a-8-el-peso-del-turismo-en-su-economia-para-2021/20000011-3024499#> (último acceso: 10 de Abril de 2017).
- Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica. *www.andes.info.ec*. 23 de Septiembre de 2015. <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-sera-centro-gastronomico-mundo-durante-festival-latitud-cero.html> (último acceso: 04 de Marzo de 2017).
- Antonio Borello. *El plan de negocios - guía de gestión de la pequeña empresa*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, 1994.
- BBC Mundo. *www.bbc.com*. 10 de Abril de 2017. <http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-39555347> (último acceso: 27 de Junio de 2017).
- Blogitravel. *www.blogitravel.com*. 05 de Marzo de 2017. <http://www.blogitravel.com/2009/11/tipos-de-turismo-%C2%BFque-clases-de-turismo-existen/> (último acceso: 05 de Marzo de 2017).
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. *www.cepal.org.es*. 30 de Abril de 2001. <http://www.cepal.org/es/publicaciones/5876-turismo-la-economia-ecuatoriana-la-situacion-laboral-perspectiva-genero> (último acceso: 02 de Abril de 2017).
- Cómo Hacer Para. *www.comohacerpara.com*. 06 de Marzo de 2017. [http://comohacerpara.com/como-hacer-turismo-historico\\_11596s.html](http://comohacerpara.com/como-hacer-turismo-historico_11596s.html) (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- Diario El País. *www.elpais.com*. 17 de Enero de 2017. [http://economia.elpais.com/economia/2017/01/17/actualidad/1484658232\\_824886.html](http://economia.elpais.com/economia/2017/01/17/actualidad/1484658232_824886.html) (último acceso: 26 de Junio de 2017).
- Diario El Telégrafo. *www.eltelegrafo.com.ec*. 16 de Julio de 2015. <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/las-pymes-aportan-el-25-del-pib-no-petrolero> (último acceso: 04 de Abril de 2017).
- . *www.eltelegrafo.com.ec*. 31 de Diciembre de 2014. <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/los-ingresos-por-turismo-aportan-para-quito-el-5-de-su-producto-interno-bruto-anual-infografia> (último acceso: 12 de Junio de 2017).



- Diferencia Entre. *www.diferencia-entre.com*. 14 de Abril de 2017.  
<http://www.diferencia-entre.com/diferencia-entre-teleferico-y-funicular/> (último acceso: 14 de Abril de 2017).
- Ecologistas en Acción. *www.ecologistasenaccion.org*. 31 de Marzo de 2010.  
<http://www.ecologistasenaccion.org/article18132.html> (último acceso: 05 de Mayo de 2017).
- Economía, finanzas y bolsa de valores. *www.economia.com.mx*. 09 de Abril de 2017.  
[http://www.economia.com.mx/producto\\_interno\\_bruto.htm](http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm) (último acceso: 09 de Abril de 2017).
- Ecuador Inmediato. *www.ecuadorinmediato.com*. 15 de Diciembre de 2012.  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=187511](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=187511) (último acceso: 04 de Marzo de 2017).
- . *www.ecuadorinmediato.com*. 19 de Diciembre de 2007.  
[http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news\\_user\\_view/plandetur\\_2020\\_fija\\_el\\_norte\\_del\\_turismo\\_en\\_el\\_ecuador--67370](http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/plandetur_2020_fija_el_norte_del_turismo_en_el_ecuador--67370) (último acceso: 17 de Abril de 2017).
- Ecuador Turístico. *www.ecuador-turistico.com*. 06 de Marzo de 2017.  
<http://www.ecuador-turistico.com/2012/07/un-paseo-por-el-centro-historico-de.html> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- Ecuavisa. *www.ecuavisa.com*. 22 de Octubre de 2014.  
<http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/internacionales/85681-crean-catedra-universidad-espanola-promover-gastronomia> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- El Ciudadano. *www.elciudadano.gob.ec*. 29 de Octubre de 2015.  
<http://www.elciudadano.gob.ec/el-columpio-del-fin-del-mundo-tiene-gemelo/> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- . *www.elciudadano.gob.ec*. 01 de Diciembre de 2016.  
<http://www.elciudadano.gob.ec/cuenca-celebra-17-anos-como-patrimonio-cultural-de-la-humanidad/> (último acceso: 15 de Marzo de 2017).
- El Diario. *www.eldiario.ec*. 09 de Mayo de 2017. <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/432413-5-unidades-contra-el-narcotrafico-en-manabi/> (último acceso: 29 de Abril de 2017).
- El Economista. *www.eleconomista.com.mx*. 10 de Abril de 2017.  
<http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/04/10/10-paises-mas-competentes-turismo> (último acceso: 27 de Junio de 2017).
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. *www.quito-turismo.gob.ec*. 07 de Mayo de 2015. <https://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/579-mayo2015> (último acceso: 12 de Junio de 2017).

- . *www.quito-turismo.gob.ec*. 27 de Diciembre de 2015. <https://www.quito-turismo.gob.ec/component/k2/item/2083-quito-se-posiciona-como-sede-de-eventos-mice-en-2016-y-2017> (último acceso: 20 de Abril de 2017).
- Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. *www.quito-turismo.gob.ec*. 01 de Julio de 2016. [www.quito-turismo.gob.ec](http://www.quito-turismo.gob.ec) (último acceso: 05 de Abril de 2017).
- FRANCES, VALLS JOSEP. *GESTION DE DESTINOS TURISTICOS SOSTENIBLES*. BARCELONA: EDICIONES GESTION, 2007.
- Francisco Muñoz de Escalona y Lafuente. *El turismo explicado con claridad*. Madrid: Libros en Red, 2003.
- Hoy Digital . *www.hoy.com.do*. 26 de Junio de 2004. <http://hoy.com.do/que-es-la-inflacion-como-se-mide-y-cuales-son-sus-causas/> (último acceso: 12 de Abril de 2017).
- INEC. *www.inec.com*. 16 de Septiembre de 2014. [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Encuesta\\_Servicios/Servicios\\_2015/Presentacion%20Industriales%202015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Servicios/Servicios_2015/Presentacion%20Industriales%202015.pdf) (último acceso: 04 de Marzo de 2017).
- Instituto Español de Comercio Exterior. *www.icex.es*. 30 de Noviembre de 2016. <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2016681409.html> (último acceso: 19 de Abril de 2017).
- Instituto Metropolitano de Patrimonio. *www.patrimonio.gob.ec*. 07 de Septiembre de 2016. <http://www.patrimonio.quito.gob.ec/index.php/difusion/calendario-patrimonial/icalrepeat.detail/2016/09/07/282/-/quito-primer-patrimonio-cultural-de-la-humanidad> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- La República. *www.larepublica.ec*. 02 de Marzo de 2017. <http://www.larepublica.ec/blog/sociedad/2017/03/02/quito-muestra-en-colombia-el-potencial-economico-de-su-actividad-turistica/> (último acceso: 12 de Junio de 2017).
- Ministerio de Turismo. *www.turismo.gob.ec*. 06 de Marzo de 2017. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/Decreto-Feridos-2016-2020.pdf> (último acceso: 04 de Marzo de 2017).
- . *www.turismo.gob.ec*. 28 de Marzo de 2014. <http://www.turismo.gob.ec/cientificos-internacionales-visitaron-la-provincia-de-orellana/> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- . *www.turismo.gob.ec*. 09 de Junio de 2015. <http://www.turismo.gob.ec/turismo-religioso-una-oportunidad-para-promover-el-turismo-en-ecuador/> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).

- . *www.turismo.gob.ec*. 29 de Diciembre de 2014. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf> (último acceso: 19 de Marzo de 2017).
  - . *www.turismo.gob.ec*. 13 de Abril de 2017. <http://www.turismo.gob.ec/ejes-estrategicos/> (último acceso: 13 de Abril de 2017).
  - . *www.turismo.gob.ec*. 26 de Septiembre de 2007. <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf> (último acceso: 17 de Abril de 2017).
  - . *www.turismo.gob.ec*. 21 de Abril de 2017. <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/feriados-nacionales/282> (último acceso: 21 de Abril de 2017).
- Organización Mundial de Turismo. *www2.unwto.org*. 06 de Marzo de 2017. <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas> (último acceso: 04 de Marzo de 2017).
- Organización Mundial del Comercio. *www.wto.org*. 06 de Marzo de 2017. [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/tourism\\_s/tourism\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/tourism_s/tourism_s.htm) (último acceso: 03 de Marzo de 2017).
- Organización Mundial del Turismo OMT. *www2.unwto.org/es*. 01 de Abril de 2017. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (último acceso: 04 de Abril de 2017).
- Organización Mundial del Turismo. *www.unwto.org*. 20 de Abril de 2017. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (último acceso: 20 de Abril de 2017).
- . *www2.unwto.org*. 06 de Marzo de 2017. <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo> (último acceso: 03 de Marzo de 2017).
- Pasos del método científico. *www.pasosdelmetodocientifico.com*. 10 de Abril de 2014. <http://pasosdelmetodocientifico.com/que-es-un-funicular> (último acceso: 14 de Abril de 2017).
- Quito Turismo. *www.quito.com.ec*. 06 de Marzo de 2017. <http://www.quito.com.ec/que-visitacar-centro-historico#> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- . *www.quito-turismo.gob.ec*. 30 de Marzo de 2017. <http://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/prensa/967-quito-va-en-busca-de-otro-oscar> (último acceso: 06 de Abril de 2017).
  - . *www.quito-turismo.gob.ec*. 01 de Febrero de 2014. <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/JUNIO/PLAN%20ESTRATEGICO%20Quito%20Turismo%202012-2015.pdf> (último acceso: 12 de Abril de 2017).
  - . *www.quito-turismo.gob.ec*. 14 de Abril de 2017. [http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion\\_referencial/B%20QuitoCifras.pdf](http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/B%20QuitoCifras.pdf) (último acceso: 14 de Abril de 2017).

- Radio Pichincha Universal. *www.pichinchauniversal.com.ec*. 23 de Junio de 2015.  
<http://www.pichinchauniversal.com.ec/index.php/inicio/item/33664-turismo-de-aventura-producto-priorizado-en-el-ecuador> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- Radio Pichincha Universal. *www.pichinchauniversal.com.ec*. 12 de Junio de 2017.  
<http://www.pichinchauniversal.com.ec/index.php/inicio/item/32492-muchomas-por-descubrir-nueva-campana-de-fomento-del-turismo-interno> (último acceso: 12 de Junio de 2017).
- Real Academia Española. *www.rae.es*. 06 de Marzo de 2017.  
<http://dle.rae.es/?id=axaWB7V> (último acceso: 04 de Marzo de 2017).
- Reliefweb. *www.reliefweb.int*. 04 de Mayo de 2016.  
<http://reliefweb.int/report/ecuador/ecuador-llamamiento-terremoto-ocurrido-el-16-de-abril-de-2016-periodo-abril-julio-de> (último acceso: 19 de Abril de 2017).
- Renato Quesada Castro. *Elementos del turismo*. San José: EUNED, 2007.
- Revista Hosteltour. *www.hosteltour.com*. 17 de Marzo de 2015.  
[https://www.hosteltour.com/110225\\_turismo-aventura-crecimiento-vista-tendencias.html](https://www.hosteltour.com/110225_turismo-aventura-crecimiento-vista-tendencias.html) (último acceso: 05 de Marzo de 2017).
- Revista Líderes. *www.lideres.ec*. 10 de Abril de 2017.  
<http://www.revistalideres.ec/lideres/ventas-pymes-mueven-economia.html>  
(último acceso: 10 de Abril de 2017).
- . *www.revistalideres.ec*. 17 de Marzo de 2017.  
<http://www.revistalideres.ec/lideres/malecon-2000-inversion-privada-utilidad.html> (último acceso: 15 de Marzo de 2017).
- . *www.revistalideres.ec*. 09 de Abril de 2017.  
<http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-mipymes-pleno-crecimiento.html>  
(último acceso: 09 de Abril de 2017).
- Reyes Ávila Bercial. *Turismo sostenible*. Madrid: Iepala Editorial, 2002.
- Secretaría de Turismo de México. *www.sectur.gob.mx*. 14 de Mayo de 2015.  
<http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- Servicio de Rentas Internas. *www.sri.gob.ec*. 08 de Abril de 2017.  
<http://www.sri.gob.ec/de/32> (último acceso: 08 de Abril de 2017).
- Turismo Sostenible. *www.comerciointernacionalturismo.blogspot.com*. 07 de Julio de 2009. <http://comerciointernacionalturismo.blogspot.com/2009/05/turismo-sostenible-un-caso-de-exito.html> (último acceso: 06 de Marzo de 2017).
- Vicepresidencia de la República del Ecuador. *www.vicepresidencia.gob.ec*. 07 de Abril de 2017. <http://www.vicepresidencia.gob.ec/objetivo-general-objetivos-estrategicos-y-entorno-para-el-cambio-2/> (último acceso: 03 de Abril de 2017).

## ANEXOS

### Anexo 1 - Calendario de feriados nacionales 2017

CALENDARIO FERIADOS NACIONALES ECUADOR 2017			
<b>ENERO</b> <b>Año Nuevo</b> 1 de enero Sábado 31 de diciembre, domingo 1 y lunes 2 de enero	<b>FEBRERO</b> <b>Carnaval</b> 27 y 28 de febrero Sábado 25, domingo 26, lunes 27 y martes 28 de febrero	<b>ABRIL</b> <b>Viernes Santo</b> 14 de abril Viernes 14, sábado 15 y domingo 16 de abril	<b>MAYO</b> <b>Día del Trabajo</b> 01 de mayo Sábado 29, domingo 30 de abril y lunes 1 de mayo <b>Batalla de Pichincha</b> 24 de mayo Viernes 26, sábado 27 y domingo 28 de mayo
<b>AGOSTO</b> <b>Primer Grito de Independencia</b> 10 de agosto Viernes 11, sábado 12 y domingo 13 de agosto	<b>OCTUBRE</b> <b>Independencia de Guayaquil</b> 9 de octubre Sábado 7, domingo 8 y lunes 9 de octubre	<b>NOVIEMBRE</b> <b>Difuntos e Independencia de Cuenca</b> 2 y 3 de noviembre Jueves 2, viernes 3, sábado 4 y domingo 5 de noviembre	<b>DICIEMBRE</b> <b>Navidad</b> 25 de diciembre Sábado 23, domingo 24 y lunes 25 de diciembre



## Anexo 2 - Ingreso por turismo internacional y llegadas internacionales

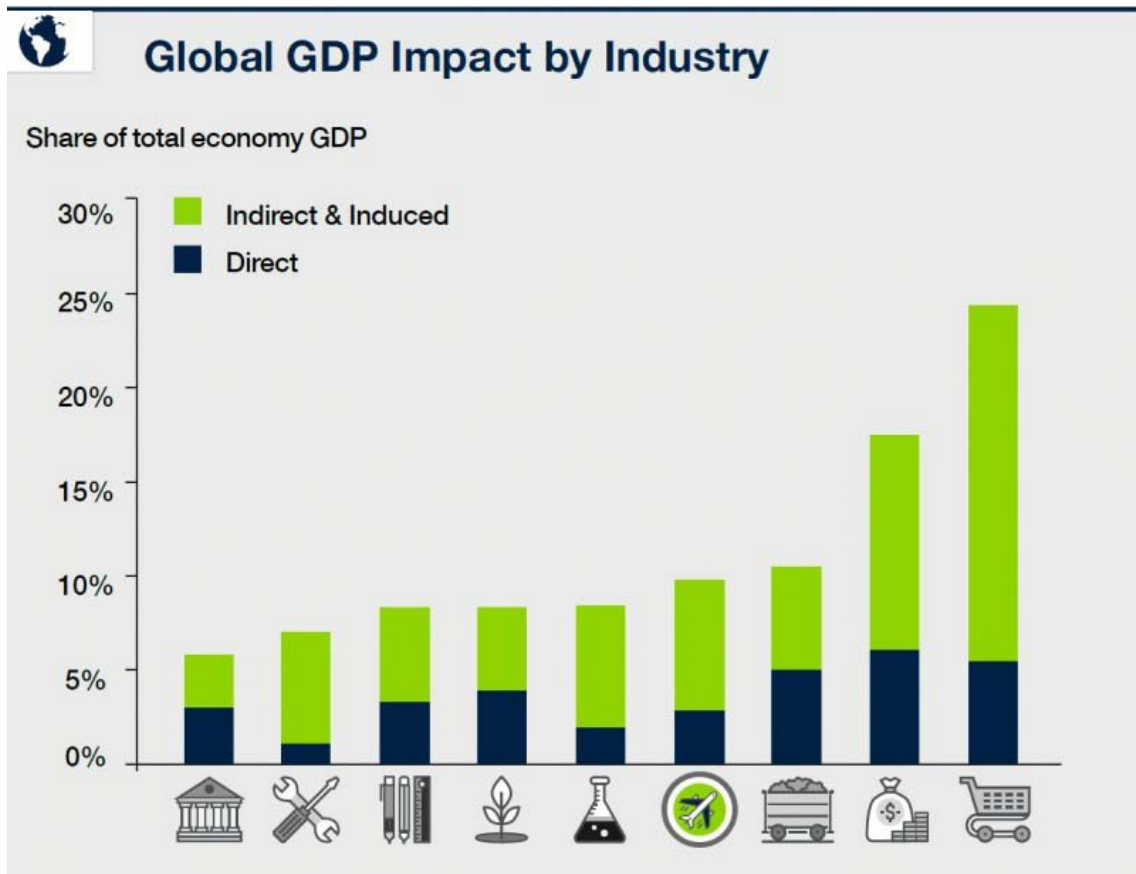
### Ingresos por Turismo Internacional y Llegadas Internacionales por (Sub)Regiones

	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL (MILLONES)			LLEGADAS POR TURISMO INTERNACIONAL (MILLONES)		
	2014	2015	Part. %	2014	2015	Part. %
MUNDO	1.309	1.260	100	1.134	1.186	100
Economías avanzadas <sup>1</sup>	829	774	61,4	622	653	55,0
Economías emergentes <sup>1</sup>	481	486	38,6	512	533	45,0
Por regiones de la OMT:						
Europa	513,5	450,7	35,8	580,2	607,7	51,2
Europa del Norte	82,5	78,4	6,2	70,8	75,9	6,4
Europa Occidental	173,7	146,4	11,6	174,4	180,0	15,2
Eur. Central/Oriental	58,2	50,1	4,0	120,2	126,6	10,7
Eur. Meridional/Medit	199,2	175,8	14,0	214,8	225,2	19,0
- de los cuales UE - 28	427,3	373,4	29,6	454,1	478,4	40,3
Asia y el Pacífico	420,1	418,3	33,2	264,3	279,2	23,5
Asia del Nordeste	238,0	236,7	18,8	136,3	142,1	12,0
Asia del Sudeste	108,1	108,3	8,6	97,3	104,6	8,8
Oceanía	44,6	41,9	3,3	13,3	14,2	1,2
Asia Meridional	29,4	31,4	2,5	17,5	18,3	1,5
Américas	288,0	303,7	24,1	181,9	192,6	16,2
América del Norte	225,0	238,5	18,9	120,9	127,6	10,8
El Caribe	26,7	28,1	2,2	22,3	23,9	2,0
América Central	10,6	11,5	0,9	9,6	10,3	0,9
América del Sur	25,7	25,6	2,0	29,1	30,8	2,6
Africa	35,5	36,4	2,9	55,3	53,5	4,5
África del Norte	10,6	8,6	0,7	20,4	18,0	1,5
África Subsahariana	25,5	24,5	1,9	34,9	35,4	3,0
Oriente Medio	51,6	54,4	4,3	52,4	53,3	4,5

Fuente: UNWTO Tourism Highlights - Jul 2016 Edition

<sup>1</sup>Classification based on the International Monetary Fund (IMF), see the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016, page 146.

### Anexo 3 - El peso del turismo en la economía mundial



## Anexo 4 - Pilares del turismo en Ecuador





## Anexo 5

### Ficha técnica recolección de información.

#### Perfil Turista Extranjero

Sujeto de la encuesta	Preguntas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitante extranjero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edad, sexo, nacionalidad, país de residencia</li> <li>El viaje se realiza solo o en grupo (de familiares o de amigos)</li> <li>Ocupación, ingreso en el año precedente.</li> <li>Motivo y frecuencia del viaje.</li> <li>Gasto total y por tipo de bien.</li> <li>Evaluación de los principales servicios utilizados.</li> <li>Imagen del destino Quito y de parroquias.</li> </ul>
Lugar	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aeropuerto Mariscal Sucre</li> </ul>	
Marco Muestral	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirección Nacional de Migración</li> <li>Turista NO residentes mayores de 18 años</li> </ul>	<h3>Formula</h3> $n = \frac{K^2 * N * p * q}{K^2 pq + N(e)^2} * DEF$

#### Perfil turista Interno

Sujeto de la encuesta	Tamaño de la Muestra
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hombres y mujeres mayores de edad que comprenden entre los 18 a 65 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>N = 2.360.243 personas mayores de edad que se encuentren en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ambato y Santo Domingo</li> </ul>
Lugar	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ambato y Santo Domingo</li> </ul>	