

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tesis previa la obtención del título de: Ingeniero en Contabilidad y
Auditoría

TEMA

INVESTIGACIÓN DE LA INCIDENCIA DE LOS RECURSOS MONETARIOS QUE EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO HA PUESTO A DISPOSICIÓN DE LA INICIATIVA PRIVADA Y PÚBLICA PARA LA GENERACIÓN DE TURISMO EN EL CANTÓN QUITO, PARA EL PERÍODO 2006 – 2011.

AUTORA (s):

SANDRA GABRIELA FLORES ALVEAR
ROSA NATALI GONZÁLEZ SÁNCHEZ

DIRECTOR:

RÓMULO EDUARDO MENA CAMPAÑA

Quito, noviembre del 2012.

CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Flores Alvear Sandra Gabriela y González Sánchez Rosa Natali**,
declaramos ser autoras exclusivas de la presente investigación y que esta es original,
auténtica y personal.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente
investigación, serán de nuestra responsabilidad.

Quito, 5 de noviembre del 2012.

.....
Flores Alvear Sandra Gabriela

.....
González Sánchez Rosa Natali

DEDICATORIA

“Este trabajo es la recompensa de todo nuestro empeño, dedicación y perseverancia”.

Queremos dedicar nuestro esfuerzo en primer lugar a Dios, quien es el ser supremo que siempre nos acompañó y bendijo a lo largo de nuestra vida, además, de darnos la oportunidad de pertenecer a la Universidad Politécnica Salesiana, institución que nos ha formado no solo en el aspecto académico sino también en el aspecto espiritual y personal.

En segundo lugar a quienes nos enseñaron todo lo bueno y malo de la vida con su amor y confianza, a los que realmente se han sacrificado por nosotras, quienes a pesar de las adversidades y dificultades que nos pone la vida, piensan en una sola cosa; el porvenir de cada uno de sus hijos, nuestros padres.

Y en tercer lugar, a la Ing. Patricia Suarez y al Lic. Rómulo Mena quienes nos brindaron su amistad, nos guiaron y apoyaron en el desarrollo de este trabajo de investigación; además, a todas aquellas personas que siempre nos brindaron su cariño y ayuda para surgir en la vida y así cumplir con nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darnos el maravilloso regalo que es la vida y permitirnos crecer en una familia unida, concedernos salud, inteligencia, sabiduría y la fuerza de luchar para poder sobresalir y enfrentar cualquier adversidad que se presentó durante nuestra vida estudiantil y ser personas de bien.

A nuestros padres, por su amor incondicional, su paciencia, los valores inculcados, por ser los guías y amigos en nuestra vida y darnos la oportunidad de seguir estudiando para alcanzar una carrera profesional, que nos permita continuar con el cumplimiento de nuestros sueños y forjar un futuro exitoso.

Y por último, a quienes compartieron sus conocimientos durante estos 5 años; nuestros maestros, a los cuales siempre recordaremos con respeto y cariño; y a quienes siempre estuvieron junto a nosotras, quienes lloraron y rieron en nuestros fracasos y éxitos; todo esto no hubiera sido posible sin la ayuda y la comprensión de ustedes, ¡mil gracias y bendiciones!

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
OBJETIVOS.....	5
General	5
Específicos.....	5

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE FINANCIAMIENTO Y TURISMO

1.1. Recursos monetarios

1.1.1. Incidencia	7
1.1.2. Origen.....	7
1.1.3. Concepto	8
1.1.4. Funciones del dinero	8
1.1.4.1. Medio de circulación	8
1.1.4.2. Medida del valor	8
1.1.4.3. Medio de acumulación o de atesoramiento.....	9
1.1.4.4. Medio de pago	9
1.1.5. Tipos de recursos monetarios.....	9

1.2. Sistema financiero

1.2.1. Concepto	10
1.2.2. Elementos del sistema financiero.....	11
1.2.3. Funciones del sistema financiero	12
1.2.4. Sistema financiero ecuatoriano	12
1.2.4.1. Historia del sistema financiero ecuatoriano.....	12
1.2.4.2. Concepto del sistema financiero ecuatoriano	17
1.2.4.3. Estructura del sistema financiero ecuatoriano	18
1.2.4.3.1. Directorio del Banco Central	19
1.2.4.3.2. Banco Central del Ecuador	20
1.2.4.3.3. Junta Bancaria.....	20
1.2.4.3.4. Superintendencia de Bancos y Seguros	21

1.2.4.3.5. Bancos.....	22
1.2.4.3.6. Mutualistas.....	22
1.2.4.3.7. Cooperativas de ahorro y crédito.....	23
1.2.4.3.8. Compañías de servicios financieros.....	24
1.2.4.4. Flujo de fondos del sistema financiero ecuatoriano.....	25
1.2.4.5. Financiamiento.....	26
1.2.4.5.1. Financiamiento indirecto.....	26
1.2.4.5.2. Financiamiento directo.....	27
1.2.4.6. El crédito.....	29
1.2.4.6.1. Funciones del crédito:.....	30
1.2.4.6.2. Líneas de crédito.....	30
1.2.4.6.2.1. Crédito de consumo.....	31
1.2.4.6.2.2. Crédito comercial.....	31
1.2.4.6.2.3. Crédito hipotecario.....	31
1.2.4.6.2.4. Microcrédito.....	31
1.2.4.6.3. Clasificación de crédito.....	32
1.2.4.6.3.1. Según el destino financiero.....	32
1.2.4.6.3.2. Según el plazo.....	33
1.2.4.6.3.3. Según seguridades del crédito.....	33
1.2.4.6.3.4. Según la entidad prestamista.....	33
1.2.4.6.3.5. Según el territorio.....	34
1.2.4.6.3.6. Según la moneda en que el crédito se concede.....	34
1.2.4.6.4. Calificación del crédito.....	34
1.2.4.6.4.1. Créditos comerciales.....	35
1.2.4.6.4.2. Créditos de consumo.....	38
1.2.4.6.4.3. Créditos para la vivienda.....	40
1.2.4.6.4.4. Microcréditos.....	40
1.2.4.6.4.5. Créditos de entidades en liquidación y saneamiento.....	41
1.3. El turismo	
1.3.1. Concepto.....	42
1.3.2. Historia del turismo.....	42
1.3.3. Turistas.....	43
1.3.4. Tipos de turismo.....	45
1.3.4.1. Turismo recreacional.....	45

1.3.4.2.	Turismo científico.....	46
1.3.4.3.	Ecoturismo	46
1.3.4.4.	Turismo de aventura	47
1.3.4.5.	Turismo histórico y cultural.....	47
1.3.4.6.	Turismo religioso	48
1.3.4.7.	Turismo gastronómico	49
1.3.5.	Turismo en el Ecuador	50
1.3.5.1.	Iniciativa turística pública.....	51
1.3.5.2.	Iniciativa turística privada	52
1.3.5.3.	Organismos de promoción, regulación y control.....	52
1.3.5.3.1.	Ministerio de Turismo	52
1.3.5.3.2.	Cámara Provincial de Turismo de Pichincha	54
1.3.5.3.3.	Empresa Pública Metropolitana de gestión de destino turístico	55
1.3.5.4.	Intervención del sistema financiero en el turismo	55

CAPÍTULO II

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE LA INICIATIVA PÚBLICA Y PRIVADA PARA LA GENERACIÓN DE TURISMO EN EL CANTÓN QUITO, PARA EL PERÍODO 2006 – 2011

2.1.	Hipótesis y variables.....	60
2.2.	Tipo de investigación.....	60
2.2.1.	Tipo de investigación no experimental	61
2.2.2.	Métodos de investigación.....	61
2.3.	Población y muestra	63
2.4.	Fuentes de recolección.....	71
2.5.	Técnicas de recolección de información	71
2.5.1.	Análisis de la información	72
2.6.	Recolección de datos.....	79
2.6.1.	Sistema financiero ecuatoriano	79
2.6.2.	Promotores turísticos.....	79
2.6.3.	Turistas.....	79

CAPÍTULO III
TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS
OBTENIDOS

3.1. Codificación y tabulación de datos	81
3.2. Gráficos estadísticos y análisis e interpretación de datos	81
3.2.1. Análisis del sistema financiero ecuatoriano	81
3.2.2. Análisis del turismo	95
3.2.2.1. Factor económico.....	178
3.2.2.2. Factor político	181
3.2.2.3. Factor social	182
3.2.2.4. Factor ambiental	184
3.3. Comprobación de hipótesis.....	184

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	188
Recomendaciones.....	190

GLOSARIO	191
BIBLIOGRAFÍA GENERAL.....	198
ANEXOS	208

Anexo 1. Promotores turísticos del Cantón Quito, objetos de estudio.....	208
---	------------

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Estructura del sistema financiero ecuatoriano	18
Gráfico No. 2: Entrada de turistas internacionales al Cantón Quito	44
Gráfico No. 3: Distribución de entidades financieras por sector	82
Gráfico No. 4: Distribución de entidades financieras por tipo de créditos	83
Gráfico No. 5: Distribución de entidades financieras por tipos de créditos dirigidos al sector turístico	84
Gráfico No. 6: Distribución de créditos dirigidos al sector turístico	85
Gráfico No. 7: Distribución de entidades financieras según requisitos solicitados para la otorgación de créditos	87
Gráfico No. 8: Distribución de entidades financieras por tipo de garantías solicitadas para la otorgación de créditos	88
Gráfico No. 9: Distribución de entidades financieras por autoridad encargada para la aprobación de créditos	89
Gráfico No. 10: Monto máximo de los créditos que las entidades financieras ofrecen al sector turístico	90
Gráfico No. 11: Monto promedio de los créditos que ofrecen al sector turístico	91
Gráfico No. 12: Tasa promedio de los créditos dirigidos al sector turístico por entidad financiera	92
Gráfico No. 13: Plazos promedio de los créditos dirigidos al sector turístico (meses) ..	93
Gráfico No. 14: Distribución de entidades financieras por frecuencia de otorgación de créditos al sector turístico	94
Gráfico No. 15: Distribución de agencias turísticas por servicios turísticos	96
Gráfico No. 16: Distribución de agencias turísticas creadas por período de años	97
Gráfico No. 17: Distribución de agencias turísticas por sector	98
Gráfico No. 18: Distribución de agencias turísticas que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades	99
Gráfico No. 19: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades	100
Gráfico No. 20: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades	101
Gráfico No. 21: Distribución de agencias turísticas que consideran a su negocio rentable	102

Gráfico No. 22: Distribución de agencias turísticas que realizaron modificaciones en los últimos 6 años	103
Gráfico No. 23: Distribución de agencias turísticas por tipo de modificación.....	104
Gráfico No. 24: Distribución de agencias turísticas que solicitaron recursos para financiar las modificaciones	105
Gráfico No. 25: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar las modificaciones.....	106
Gráfico No. 26: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos invertidos en las modificaciones.....	107
Gráfico No. 27: Distribución de paquetes turísticos que ofrecen las agencias turísticas.....	108
Gráfico No. 28: Distribución y porcentaje de agencias turísticas que ofrecen paquetes turísticos a nivel nacional	109
Gráfico No. 29: Distribución de agencias turísticas según nivel de ventas de paquetes turísticos.....	110
Gráfico No. 30: Distribución de paquetes turísticos vendidos cada día por las agencias turísticas	111
Gráfico No. 31: Paquetes turísticos vendidos cada día por agencia turística	112
Gráfico No. 32: Distribución de paquetes turísticos vendidos en feriados por las agencias turísticas	113
Gráfico No. 33: Distribución promedio de paquetes turísticos vendidos en feriados por agencia turística.....	114
Gráfico No. 34: Distribución de agencias turísticas según medios de comunicación que utilizan dar a conocer sus servicios.....	115
Gráfico No. 35: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones.....	116
Gráfico No. 36: Distribución de agencias turísticas según los materiales que utilizan para la prestación de servicios	117
Gráfico No. 37: Distribución de agencias turísticas según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios.....	118
Gráfico No. 38: Empleados que laboran en las agencias turísticas	119
Gráfico No. 39: Distribución de agencias turísticas que capacitan a los empleados	119
Gráfico No. 40: Distribución de agencias turísticas según el tipo de capacitación a los empleados.....	120

Gráfico No. 41: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de capacitación a los empleados.....	121
Gráfico No. 42: Distribución de agencias turísticas que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito.....	122
Gráfico No. 43: Agencias turísticas que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades.....	123
Gráfico No. 44: Distribución de agencias turísticas que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades	124
Gráfico No. 45: Distribución de promotores turísticos de sitio por servicios turísticos	125
Gráfico No. 46: Promotores turísticos de sitio creados por período de años.....	126
Gráfico No. 47: Distribución de promotores turísticos de sitio por sector	127
Gráfico No. 48: Promotores turísticos de sitio que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades	128
Gráfico No. 49: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades.....	129
Gráfico No. 50: Promotores turísticos de sitio que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades	130
Gráfico No. 51: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran a su negocio rentable.....	131
Gráfico No. 52: Distribución de promotores turísticos de sitio que realizaron modificaciones en los últimos 6 años	132
Gráfico No. 53: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de modificación	133
Gráfico No. 54: Distribución de promotores turísticos de sitio que solicitaron recursos para financiar las modificaciones	134
Gráfico No. 55: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar las modificaciones.....	135
Gráfico No. 56: Distribución de promotores turísticos de sitio por período de tiempo en el que recuperaron los recursos invertidos en las modificaciones	136
Gráfico No. 57: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio cada día	137
Gráfico No. 58: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio durante los feriados	138

Gráfico No. 59: Distribución de promotores turísticos de sitio según medios de comunicación que utilizan para dar a conocer sus servicios	139
Gráfico No. 60: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones	140
Gráfico No. 61: Distribución de promotores turísticos de sitio según los materiales que utilizan para la prestación de servicios	141
Gráfico No. 62: Distribución de promotores turísticos de sitio según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios	142
Gráfico No. 63: Distribución de empleados que laboran en los promotores turísticos de sitio.....	143
Gráfico No. 64: Distribución de promotores turísticos de sitio que capacitan a los empleados	144
Gráfico No. 65: Distribución de promotores turísticos de sitio según el tipo de capacitación a los empleados.....	145
Gráfico No. 66: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de capacitación a los empleados.....	147
Gráfico No. 67: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito	148
Gráfico No. 68: Promotores turísticos de sitio que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades.....	149
Gráfico No. 69: Distribución de promotores turísticos de sitio que tienen certificación ambiental.....	150
Gráfico No. 70: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de certificación ambiental.....	151
Gráfico No. 71: Distribución de promotores turísticos de sitio que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades.....	152
Gráfico No. 72: Distribución de turistas encuestados por lugar turístico	153
Gráfico No. 73: Distribución de turistas nacionales por ciudad de origen	154
Gráfico No. 74: Distribución de turistas extranjeros por país de origen.....	156
Gráfico No. 75: Distribución de turistas por tipo de turismo.....	157
Gráfico No. 76: Distribución de turistas según medio de comunicación a través del cual conocieron la existencia del lugar turístico	158
Gráfico No. 77: Distribución de turistas nacionales por motivo de visita al lugar turístico	160

Gráfico No. 78: Distribución de turistas extranjeros por motivo de visita al lugar turístico	161
Gráfico No. 79: Distribución de turistas por forma de visita al lugar turístico.....	162
Gráfico No. 80: Distribución de turistas nacionales por tiempo de estadía en el lugar turístico	163
Gráfico No. 81: Distribución de turistas extranjeros por tiempo de estadía en el lugar turístico	164
Gráfico No. 82: Distribución de turistas nacionales según presupuesto para la estadía en el lugar turístico	165
Gráfico No. 83: Distribución de turistas extranjeros según presupuesto para la estadía en el lugar turístico	166
Gráfico No. 84: Distribución de turistas por frecuencia de visita al lugar turístico	167
Gráfico No. 85: Distribución de turistas que observan modificaciones en el lugar turístico	168
Gráfico No. 86: Distribución de turistas por tipo de modificación realizado en el lugar turístico	169
Gráfico No. 87: Distribución de turistas según calificación de la infraestructura del lugar turístico	170
Gráfico No. 88: Distribución de turistas según calificación de la limpieza del lugar turístico	171
Gráfico No. 89: Turistas que consideran que existen los suficientes recolectores de desechos en el lugar turístico	172
Gráfico No. 90: Distribución de turistas según calificación del servicio recibido en el lugar turístico	173
Gráfico No. 91: Distribución de turistas según calidad de la atención del personal que labora en el lugar turístico.....	174
Gráfico No. 92: Distribución de turistas según apreciación de precios del servicio recibido en el lugar turístico	175
Gráfico No. 93: Distribución de turistas que recomendarían a otras personas visitar el lugar turístico	176
Gráfico No. 94: Distribución de turistas que consideran que se han desarrollado otros proyectos turísticos en el Cantón Quito	177

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Reporte financiero del sistema financiero ecuatoriano (05/10/2012)	14
Tabla No. 2: Instituciones financieras de Ecuador (05/10/2012).....	16
Tabla No. 3: Instituciones financieras del Cantón Quito (05/10/2012)	16
Tabla No. 4: Flujo de fondos (5/10/2012)	25
Tabla No. 5: Valor de los activos (05/10/2012).....	28
Tabla No. 6: Calificación de los activos de riesgo (22/02/2012).....	35
Tabla No. 7: Calificación para créditos comerciales (22/02/2012)	36
Tabla No. 8: Créditos de dudoso recaudo (23/02/2012)	37
Tabla No. 9: Calificación de los créditos de consumo (23/02/2012).....	39
Tabla No. 10: Calificación de los créditos de consumo - detecta debilidades (23/02/2012).....	39
Tabla No. 11: Calificación créditos para la vivienda (23/02/2012).....	40
Tabla No. 12: Calificación de los microcréditos (24/02/2012).....	41
Tabla No. 13: Calificación de los créditos de entidades en liquidación y saneamiento (24/02/2012).....	41
Tabla No. 14: Entrada de turistas internacionales al Cantón Quito (25/02/2012)	44
Tabla No. 15: Bancos privados (05/01/2012)	64
Tabla No. 16: Bancos públicos (05/01/2012)	64
Tabla No. 17: Mutualistas (05/01/2012).....	65
Tabla No. 18: Cooperativas de ahorro y crédito (05/01/2012)	65
Tabla No. 19: Promotores turísticos (05/01/2012).....	66
Tabla No. 20: Población y muestra (07/01/2012)	68
Tabla No. 21: Cronograma de visita a las parroquias del Cantón Quito (24/04/2012)...	74
Tabla No. 22: Planificación de la recolección de datos por parroquia (24/04/2012).....	77
Tabla No. 23: Distribución de entidades financieras por sector (06/06/2012)	82
Tabla No. 24: Distribución de entidades financieras por tipo de créditos (06/06/2012).....	83
Tabla No. 25: Distribución de entidades financieras por tipos de créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012).....	84
Tabla No. 26: Distribución de créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012)	85
Tabla No. 27: Distribución de entidades financieras según requisitos solicitados para la otorgación de créditos (06/06/2012)	86

Tabla No. 28: Distribución de entidades financieras por tipo de garantías solicitadas para la otorgación de créditos (06/06/2012)	88
Tabla No. 29: Distribución de entidades financieras por autoridad encargada para la aprobación de créditos (06/06/2012)	89
Tabla No. 30: Monto máximo de los créditos que las entidades financieras ofrecen al sector turístico (06/06/2012)	90
Tabla No. 31: Monto promedio de los créditos ofrecidos al sector turístico (06/06/2012).....	91
Tabla No. 32: Tasa promedio de los créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012).....	92
Tabla No. 33: Plazos promedio de los créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012).....	93
Tabla No. 34: Distribución de entidades financieras por frecuencia de otorgación de créditos al sector turístico (06/06/2012)	94
Tabla No. 35: Distribución de agencias turísticas por servicios turísticos (07/06/2012).....	96
Tabla No. 36: Distribución de agencias turísticas creadas por período de años (07/06/2012).....	97
Tabla No. 37: Distribución de agencias turísticas por sector (07/06/2012).....	98
Tabla No. 38: Distribución de agencias turísticas que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades (07/06/2012).....	99
Tabla No. 39: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades (07/06/2012)	100
Tabla No. 40: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades (07/06/2012)	101
Tabla No. 41: Distribución de agencias turísticas que consideran a su negocio rentable (07/06/2012).....	102
Tabla No. 42: Distribución de agencias turísticas que realizaron modificaciones en los últimos 6 años (07/06/2012).....	103
Tabla No. 43: Distribución de agencias turísticas por tipo de modificación (07/06/2012).....	104
Tabla No. 44: Distribución de agencias turísticas que solicitaron recursos monetarios para financiar las modificaciones (07/06/2012).....	105

Tabla No. 45: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar las modificaciones (07/06/2012).....	106
Tabla No. 46: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos invertidos en las modificaciones (07/06/2012).....	107
Tabla No. 47: Distribución de paquetes turísticos que ofrecen las agencias turísticas (07/06/2012).....	108
Tabla No. 48: Distribución de agencias turísticas que ofrecen paquetes turísticos a nivel nacional (07/06/2012)	109
Tabla No. 49: Distribución de agencias turísticas según nivel de ventas de paquetes turísticos (07/06/2012)	110
Tabla No. 50: Distribución de paquetes turísticos vendidos cada día por las agencias turísticas (07/06/2012)	111
Tabla No. 51: Paquetes turísticos vendidos cada día por agencia turística (07/06/2012).....	112
Tabla No. 52: Distribución de paquetes turísticos vendidos en feriados por las agencias turísticas (07/06/2012)	113
Tabla No. 53: Distribución promedio de paquetes turísticos vendidos en feriados por agencia turística (07/06/2012)	114
Tabla No. 54: Distribución de agencias turísticas según medios de comunicación que utilizan dar a conocer sus servicios (07/06/2012).....	115
Tabla No. 55: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones (07/06/2012)	116
Tabla No. 56: Distribución de agencias turísticas según los materiales que utilizan para la prestación de servicios (07/06/2012)	117
Tabla No. 57: Distribución de agencias turísticas según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios (07/06/2012).....	118
Tabla No. 58: Empleados que laboran en las agencias turísticas (07/06/2012).....	118
Tabla No. 59: Distribución de agencias turísticas que capacitan a los empleados (07/06/2012).....	119
Tabla No. 60: Distribución de agencias turísticas según tipo de capacitación a los empleados (07/06/2012)	120
Tabla No. 61: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de capacitación a los empleados (07/06/2012).....	121

Tabla No. 62: Distribución de agencias turísticas que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito (07/06/2012).....	122
Tabla No. 63: Agencias turísticas que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades (07/06/2012).....	123
Tabla No. 64: Distribución de agencias turísticas que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades (07/06/2012)	124
Tabla No. 65: Distribución de promotores turísticos de sitio por servicios turísticos (08/06/2012).....	125
Tabla No. 66: Promotores turísticos de sitio creados por período de años (08/06/2012).....	126
Tabla No. 67: Distribución de promotores turísticos de sitio por sector (08/06/2012)	127
Tabla No. 68: Promotores turísticos de sitio que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades (08/06/2012).....	128
Tabla No. 69: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades (08/06/2012).....	129
Tabla No. 70: Promotores turísticos de sitio que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades (08/06/2012)	130
Tabla No. 71: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran a su negocio rentable (08/06/2012)	131
Tabla No. 72: Distribución de promotores turísticos de sitio que realizaron modificaciones en los últimos 6 años (08/06/2012)	132
Tabla No. 73: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de modificación (08/06/2012).....	133
Tabla No. 74: Distribución de promotores turísticos de sitio que solicitaron recursos para financiar las modificaciones (08/06/2012).....	134
Tabla No. 75: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar las modificaciones (08/06/2012).....	135
Tabla No. 76: Distribución de promotores turísticos de sitio por período de tiempo en el que recuperaron los recursos invertidos en las modificaciones (08/06/2012)	136
Tabla No. 77: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio cada día (08/06/2012)	137
Tabla No. 78: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio durante los feriados (08/06/2012)	138

Tabla No. 79: Distribución de promotores turísticos de sitio según medios de comunicación que utilizan para dar a conocer sus servicios (08/06/2012).....	139
Tabla No. 80: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones (08/06/2012)	140
Tabla No. 81: Distribución de promotores turísticos de sitio según los materiales que utilizan para la prestación de servicios (08/06/2012)	141
Tabla No. 82: Distribución de promotores turísticos de sitio según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios (08/06/2012)	142
Tabla No. 83: Distribución de empleados que laboran en los promotores turísticos de sitio (08/06/2012).....	143
Tabla No. 84: Distribución de promotores turísticos de sitio que capacitan a los empleados (08/06/2012)	144
Tabla No. 85: Distribución de promotores turísticos de sitio según el tipo de capacitación a los empleados (08/06/2012)	145
Tabla No. 86: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de capacitación a los empleados (08/06/2012)	146
Tabla No. 87: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito (08/06/2012)	147
Tabla No. 88: Promotores turísticos de sitio que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades (08/06/2012).....	148
Tabla No. 89: Distribución de promotores turísticos de sitio que tienen certificación ambiental (08/06/2012).....	149
Tabla No. 90: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de certificación ambiental (08/06/2012).....	150
Tabla No. 91: Distribución de promotores turísticos de sitio que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades (08/06/2012).....	151
Tabla No. 92: Distribución de turistas encuestados por lugar turístico (11/06/2012) ..	153
Tabla No. 93: Distribución de turistas nacionales por ciudad de origen (11/06/2012)	154
Tabla No. 94: Distribución de turistas extranjeros por país de origen (11/06/2012)....	155
Tabla No. 95: Distribución de turistas por tipo de turismo (11/06/2012).....	157
Tabla No. 96: Distribución de turistas según medio de comunicación a través del cual conocieron la existencia del lugar turístico (11/06/2012).....	158
Tabla No. 97: Distribución de turistas nacionales por motivo de visita al lugar turístico (04/0/2012)	159

Tabla No. 98: Distribución de turistas extranjeros por motivo de visita al lugar turístico (04/0/2012)	160
Tabla No. 99: Distribución de turistas por forma de visita al lugar turístico (11/06/2012).....	161
Tabla No. 100: Distribución de turistas nacionales por tiempo de estadía en el lugar turístico (11/06/2012)	163
Tabla No. 101: Distribución de turistas extranjeros por tiempo de estadía en el lugar turístico (11/06/2012)	164
Tabla No. 102: Distribución de turistas nacionales según presupuesto para la estadía en el lugar turístico (11/06/2012).....	165
Tabla No. 103: Distribución de turistas extranjeros según presupuesto para la estadía en el lugar turístico (11/06/2012).....	166
Tabla No. 104: Distribución de turistas por frecuencia de visita al lugar turístico (11/06/2012).....	167
Tabla No. 105: Distribución de turistas que observan modificaciones en el lugar turístico (11/06/2012)	168
Tabla No. 106: Distribución de turistas por tipo de modificación realizado en el lugar turístico (11/06/2012)	169
Tabla No. 107: Distribución de turistas según calificación de la infraestructura del lugar turístico (11/06/2012)	170
Tabla No. 108: Distribución de turistas según calificación de la limpieza del lugar turístico (11/06/2012)	171
Tabla No. 109: Turistas que consideran que existen los suficientes recolectores de desechos en el lugar turístico (11/06/2012)	172
Tabla No. 110: Distribución de turistas según calificación del servicio recibido en el lugar turístico (11/06/2012)	173
Tabla No. 111: Distribución de turistas según calidad de la atención del personal que labora en el lugar turístico (11/06/2012).....	174
Tabla No. 112: Distribución de turistas según apreciación de precios del servicio recibido en el lugar turístico (11/06/2012)	175
Tabla No. 113: Distribución de turistas que recomendarían a otras personas visitar el lugar turístico (11/06/2012)	176
Tabla No. 114: Distribución de turistas que consideran que se han desarrollado otros proyectos turísticos en el Cantón Quito (11/06/2012).....	177

RESUMEN

Esta investigación evaluó la participación que tuvo el sistema financiero ecuatoriano en el desarrollo de proyectos turísticos públicos y privados, en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011.

El tipo de investigación aplicado, es el no experimental transeccional, ya que no se realizó la manipulación de ninguna variable, únicamente se las observó en su contexto natural para obtener datos de un momento determinado y realizar el respectivo análisis; los métodos de investigación utilizados fueron: método exploratorio, método descriptivo y método correlacional-causal.

Para esta investigación se consideró una población finita constituida por entidades financieras y promotores turísticos (agencias turísticas, restaurantes, hoteles, complejos, centros ecológicos y museos/iglesias), ubicados en el Cantón Quito; y una población infinita conformada por turistas nacionales y extranjeros que se encuentran en los distintos lugares turísticos del Cantón Quito.

Como resultados de la investigación se obtuvo que existe poca asignación de recursos al sector turístico por parte del sistema financiero ecuatoriano, ya que los promotores turísticos financian sus actividades con recursos propios, y que dicha asignación se realizó a través de microcréditos otorgados por las cooperativas de ahorro y crédito; también, se evidenció que del total de paquetes turísticos vendidos a turistas nacionales y extranjeros, apenas el 20% son destinados a lugares turísticos del Cantón Quito (City Tours y Mitad del Mundo); además, se observó que existe un mayor desarrollo turístico en la zona centro y sur, a diferencia de la zona norte donde a pesar de tener grandes atractivos naturales no se han emprendido proyectos turísticos significativos, dando como resultado que en estos últimos 6 años la evolución del turismo en el Cantón Quito sea lento.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo permitirá determinar los niveles de asignación de recursos monetarios que realiza el sistema financiero ecuatoriano a las iniciativas públicas y privadas para la generación de turismo en el período 2006 – 2011.

El turismo al igual que otras actividades económicas, permite que a partir de los atractivos y servicios turísticos existentes se generen alternativas económicas que ayuden a renovar y diversificar la oferta turística con la que cuenta el país.

Esta necesidad de diversificación de la oferta turística ha sido planteada por la iniciativa turística pública y privada del Ecuador; para lograr la consolidación, la buena imagen del centro turístico y el posicionamiento del sector en el Cantón Quito.

El turismo se ha convertido en una de las mayores fuentes de divisas para la población, además, de generar nuevas plazas de empleo y mejorar la economía del país; sin embargo en los últimos 6 años no se ha explotado en su total potencial, debido a la falta de asignación de recursos suficientes por parte del sistema financiero, lo que ha frenado las iniciativas turísticas.

Debido a que el Ecuador es un país en el que se reconoce la biodiversidad de las diferentes regiones y la diversidad cultural; la canalización de recursos monetarios a las iniciativas públicas y privadas para la generación de turismo es una de las alternativas para el crecimiento económico y desarrollo sostenible, la misma que se hace a través de créditos para la microempresa, cuyas actividades estén orientadas al turismo.

La responsabilidad de la Superintendencia de Bancos y Seguros es la supervisión y control de las operaciones que realizan las entidades que conforman el sistema financiero ecuatoriano público y privado a fin de precautelar el buen manejo de los recursos financieros de los depositantes.

En el sistema financiero ecuatoriano todavía la mayor parte del total del microcrédito concedido la canalizan los bancos privados especializados en dichas operaciones “52,1%” (ONU, 2010), seguidos de las cooperativas de ahorro y crédito “37,2%” (ONU, 2010) y a mucha distancia por la banca pública “8,6%” (ONU, 2010); en el cual los recursos asignados a las iniciativas públicas y privadas de generación de turismo representa un porcentaje mínimo del total de créditos otorgados.

Consciente de esta realidad, tanto en las iniciativas públicas y privadas existe la necesidad de estudiar la incidencia de los recursos monetarios asignados por el sistema financiero ecuatoriano, en el cual se puede palpar la inexistencia de una rama específica para esta actividad, debido a que se encuentra contabilizada y dispersa en varias cuentas nacionales como: comercio, artesanías, hoteles, bares y restaurantes, transporte, comunicaciones, entre otros; en efecto, el turismo abarca una amplia gama de actividades y servicios como: entretenimiento, cultura, aventura, gastronomía, deporte, hospedaje, entre otros; que se desarrollan prácticamente en todos los sectores de la economía.

En el período 2001 – 2006, en el Ecuador, el turismo se desarrollaba de manera espontánea, con muy poca o ninguna planificación; es decir, cualquier actividad que se desarrolle en áreas naturales, compatible con el desarrollo sostenible; estos últimos implican permanencia y aprovechamiento de los recursos, integración de la población local, preservación y mejoramiento del entorno.

En el Cantón Quito; el turismo recreacional ha ido creciendo en algunos ámbitos como: el deportivo, cultural, ecoturismo y aventura; pero por falta de una organización y regulación del mismo, empezó a generar impactos negativos en el medio ambiente, el medio social, la cultura y los propios negocios turísticos, razón por la cual en el período comprendido 2007 – 2011, el Ministerio de Turismo, con el apoyo del Gobierno Nacional, comenzó a asignar recursos tanto a la iniciativa privada como pública, además, de diseñar planes y programas; como por ejemplo: “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador PLANDETUR 2008 - 2020, el Programa de Negocios Turísticos Productivos y el Programa de Turismo para Todos” (Ministerio_de_Turismo, 2007); lo que evidencia la

preocupación por fomentar el turismo nacional y el desarrollo sostenible comunitario.

El Plan Nacional de Turismo planteado por el Ministerio de Turismo es una herramienta de planificación estratégica que busca generar un desarrollo sostenible del turismo en el Ecuador para lograr un adecuado uso de los recursos; teniendo como objetivo principal: “crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país” (Ministerio_de_Turismo, 2007).

La iniciativa pública en el Cantón Quito se encuentra en crecimiento, debido a que se está realizando proyectos y publicidad de los principales lugares turísticos del Cantón, logrando dar más importancia al turismo local; sin embargo se debe considerar que el Cantón Quito se encuentran entre los estilos contemporáneo y colonial; además, está rodeada por los volcanes Pichincha, Antisana, Cotopaxi, y Cayambe que conforman el contorno andino. Por esta belleza física, sus tradiciones, rincones de religiosidad y leyendas, su capital Quito fue declarada por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad, en noviembre de 1978.

La iniciativa privada en el Cantón Quito, al igual que la iniciativa pública, se encuentra en crecimiento; pero, la diferencia radica en que existe mayor asignación de recursos monetarios para la misma debido a la gestión realizada por particulares que han emprendido la actividad turística comunitaria, que consiste en la participación solidaria y activa de la comunidad, basada en el principio de equidad en la distribución de los beneficios locales; para el cual han buscado financiamiento en las instituciones del sistema financiero ecuatoriano.

Esta investigación está enfocada a evaluar la iniciativa pública y privada en el sector turístico del Cantón Quito, lo que permitirá identificar las principales necesidades en dicho sector, entre las cuales, se citan las siguientes:

- * Ampliación y mejoramiento de la infraestructura turística.
- * Mejoramiento de la calidad de los productos y servicios turísticos.

- * Implementación de sistemas de información turística.
- * Concientización de la actividad turística a nivel político, financiero, social y ambiental.
- * Estimulación de la inversión nacional directa para las actividades turísticas.
- * Asignación de recursos monetarios al turismo.
- * Creación de una cultura turística.

Como resultado, la investigación proporcionará una guía metodológica y práctica del proceso a seguir en la realización de un trabajo investigativo en el sector turístico; misma que servirá como instrumento mentor tanto para docentes como para los estudiantes y realzar el prestigio del área investigativa de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Politécnica Salesiana.

La clave para el fortalecimiento de la iniciativa pública y privada radica en una mejor distribución de los recursos monetarios, la cual se logrará con el establecimiento de políticas adecuadas en el sistema financiero ecuatoriano. Por ello, esta investigación aparte de identificar las principales necesidades, servirá como base para tomar futuras medidas de acción en el sector turístico.

OBJETIVOS

General:

Investigar la incidencia de los recursos monetarios que el sistema financiero ecuatoriano ha puesto a disposición de la iniciativa privada y pública para la generación de turismo en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011.

Específicos:

- * Identificar y documentar conceptos, criterios generales y normas relacionadas con los recursos monetarios para la generación de turismo en el Cantón Quito.
- * Conocer y evidenciar la situación de la iniciativa pública y privada en la generación de turismo en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011.
- * Sintetizar e interpretar los resultados obtenidos mediante la estrategia de investigación aplicada.
- * Determinar conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE FINANCIAMIENTO Y TURISMO

En este capítulo se describe la parte científica que sustentará el desarrollo del tema investigado, desde la evolución del sistema financiero ecuatoriano y su participación en la iniciativa pública y privada para la generación de turismo en el Cantón Quito.

Así mismo, se hará referencia a las iniciativas turísticas tanto públicas como privadas desarrolladas dentro del Cantón Quito y los diferentes tipos de turismo que se realizan en el mismo; los cuales permitirán conocer el turismo que con mayor frecuencia practican los turistas tanto nacionales como extranjeros.

También se hace referencia a los organismos de control y vigilancia que cumplen un rol importante en la promoción turística tanto a nivel nacional como internacional de los diferentes lugares y atractivos turísticos del Cantón.

1.1. Recursos monetarios

1.1.1. Incidencia

La incidencia es un concepto estadístico básico que refleja el número de nuevos casos en un período de tiempo. “Es un índice dinámico que requiere seguimiento en el tiempo de la asignación de recursos monetarios en la población de interés” (Scientific_European_Federation_of_Osteopaths, 2012).

Se puede decir que la incidencia es una magnitud que determina el nivel de ocurrencia de un evento particular en una población dada. Habitualmente, la población está formada por turistas y los eventos son el número de visitas a los lugares turísticos, pero esto es sólo uno de los posibles casos que se pueden dar.

1.1.2. Origen

A medida que el hombre ha ido evolucionando y conformando sociedades se dio la necesidad de intercambiar los bienes obtenidos como fruto de su esfuerzo por otros; dando así lugar al sistema del trueque. Pero este sistema no era eficiente porque no respondía a los requerimientos de cada individuo en cada momento, siendo un trámite lento y difícil de adaptarse a las urgencias inmediatas de los mismos.

Sin embargo, como los resultados no eran eficientes, se vio en la necesidad de crear el dinero metálico, el mismo que se lo representó en monedas. “Los principales metales aceptados fueron el bronce, plata, y oro, con los cuales se acuñaron las primeras monedas” (Álvarez, Fernández, & Gutiérrez, 1989).

En la Edad Media se depositaba oro en las orfebrerías y a cambio se daba un papel que certificaba el valor del mismo; posteriormente, se dio lugar al dinero papel, mismo que es aceptado por todos ya que tiene poco peso para portarlos, excelente divisibilidad y un respaldo total del estado de los metales preciosos.

1.1.3. Concepto

Los recursos monetarios o también denominado dinero, es la cantidad total existente en circulación en la economía de un país y está constituido por billetes, monedas, cheques y otros activos.

Los recursos monetarios o dinero es “cualquier objeto que por consenso general se le asigna el papel de medio pago, en cuyos términos se expresa el valor de cambio de todas las mercancías” (Ortíz O. L., 2001).

1.1.4. Funciones del dinero

El dinero en la economía cumple las siguientes funciones:

- * Medio de circulación.
- * Medida de valor.
- * Medio de acumulación o atesoramiento.
- * Medio de pago

1.1.4.1. Medio de circulación

La función del dinero consiste en servir de intermediario en el proceso de circulación de bienes o servicios; lo que significa que una vez realizado dicho cambio, inmediatamente empieza a servir para realizar otra operación; a través del dinero en efectivo.

1.1.4.2. Medida del valor

Esta función permite interactuar del presente al futuro transfiriendo el poder adquisitivo que posee el mismo; proporcionando el material para expresar el valor de todos los bienes o servicios, y permitiendo que se pueda comparar cuantitativamente entre sí, bienes o servicios diversos. El valor de los bienes o servicios expresados en dinero es su precio.

1.1.4.3. Medio de acumulación o de atesoramiento

El dinero o recursos monetarios es el equivalente de todos los bienes o servicios, y por ende puede ser acumulado en cualquier cantidad y momento dado; cuando el dinero acumulado se incrementa se evidencia una acumulación de poder, para adquirir un determinado bien o servicios en cualquier momento.

1.1.4.4. Medio de pago

Actúa como medio de pago cuando la compra venta de bienes o servicios se efectúa a crédito, es decir, con un plazo de pago del bien o servicio; lo que significa que el dinero entra en circulación cuando vence dicho plazo de pago, pero ya no como medio de circulación, sino como medio de pago; permitiendo la liquidación recíproca de las obligaciones deudoras y economizar el dinero efectivo.

1.1.5. Tipos de recursos monetarios

Existen diversos tipos de recursos monetarios, de los cuales a continuación se señalan los siguientes:

Dinero signo: representado por las monedas y billetes fraccionarios; cuyo valor como dinero, difiere del valor del material con el que se elaboró. En el caso de este tipo de dinero; su valor es otorgado por la entidad que lo respalda y emite.

Dinero mercancía: este dinero puede utilizarse como mercancía destinada al consumo o al comercio, o bien, para utilizarla como medio de cambio; que posee el mismo valor (Krugman, 2007).

Dinero de curso legal: es también conocido como el dinero nacional, que es aceptable para cancelar deudas y también como medio de pago en un determinado gobierno; y tiene la posibilidad de ser aceptado en la mayoría de los intercambios.

Dinero bancario: es el dinero que se genera de los depósitos bancarios y está compuesto por: depósitos a plazo, depósitos de ahorro y los depósitos a la vista (Cassen, y otros, 2001).

Dinero pagaré: es el dinero que representa la deuda de alguna institución de crédito y se genera cuando un individuo firma un cheque; lo que hace que la deuda sea transferida al banco, mismo que le entregará el dinero al individuo que posee el cheque.

Dinero electrónico: es el dinero que sólo se intercambia electrónicamente, por medio de una computadora e internet, lo que significa que el usuario nunca entra en contacto físico con él.

Dinero crediticio: este consiste en un papel avalado por el emisor, ya sea un banco o gobierno, para pagar el valor equivalente en metal.

Dinero mundial: actúa como dinero universal en el mercado mundial y en el sistema de pagos entre los diversos países, bajo la forma natural; es decir, como lingotes de metales preciosos.

1.2. Sistema financiero

1.2.1. Concepto

“El sistema financiero de cualquier país es el conjunto de mercados e instituciones que canalizan recursos desde las unidades económicas poseedoras de ahorros a las que son deficitarias” (Soley, 2000). Por tal motivo es claro mencionar que el sistema financiero constituye el motor de la economía de un país.

El sistema financiero constituye uno de los sectores más importantes de la economía, ya que permite realizar servicios de pagos y movilizar el ahorro, la inversión productiva, tomando en cuenta las necesidades y motivaciones de ahorristas e inversores de un sector a otro; entre las instituciones que prestan estos servicios se

encuentran: bancos, mutualistas y cooperativas de ahorro y crédito, mismos que son utilizados por personas naturales, empresas o gobiernos.

1.2.2. Elementos del sistema financiero

Un sistema financiero interrelaciona dos tipos diferentes de agentes económicos¹: (Vilariño, 2001)

- * ***Los oferentes de recursos financieros (prestamistas–ahorradores)***: grupo constituido por quienes han gastado en bienes de consumo e inversión, una cantidad inferior a la que han obtenido como renta, cuya diferencia puede prestarse al grupo de inversores o consumidores.
- * ***Los demandantes de recursos financieros (prestatarios–inversores o consumidores)***: son aquellos agentes económicos que deciden gastar, tanto en bienes de consumo como de inversión, una cantidad mayor de la que han obtenido como renta, necesitando para ello que los ahorradores les presten fondos, de forma temporal.

Cualquier persona a lo largo del tiempo puede pasar de posiciones acreedoras a deudoras, e incluso mantener ambas de forma simultánea. En el primer agente económico se puede establecer que es un grupo de prestamistas involucrados con las economías domésticas y el sector exterior; mientras que el segundo agente económico, capta recursos financieros para las empresas y el sector público.

Existen muchos instrumentos o productos financieros que permiten interrelacionar la inversión y el ahorro; como por ejemplo: acciones, préstamos, cuentas corrientes, bonos, etc., que son intercambiados por la entrega de dinero. Estos instrumentos se formalizan mediante contratos, que garantizan la operación financiera, y establecen las obligaciones y derechos tanto para los emisores como para los adquirentes.

¹ Pueden ser personas naturales o jurídicas, que realizan actividades económicas; es decir, en el caso de las personas naturales hacen el papel de oferentes de mano de obra y consumidores de bienes y servicios, mientras que las personas jurídicas son oferentes de bienes y servicios, y demandantes de trabajo.

Así mismo, en la transferencia de recursos no sólo se requiere de contratos que garanticen la operación financiera; sino también de lugares o intermediarios que pongan en contacto a ahorradores y prestatarios, los cuales son:

- * ***Mercados financieros***, permiten el contacto entre ahorradores y deudores para el intercambio de productos financieros² emitidos por los prestatarios a cambio de recursos monetarios entregados por los prestamistas, además de definir los precios y las condiciones de compra venta (Vilariño, 2001).
- * ***Intermediarios financieros***, son aquellos que no sólo ponen en contacto a ahorradores y prestatarios, sino que también intervienen modificando las condiciones negociadas en las transacciones (Pachón, Acosta, & Milazzo, 1999).

1.2.3. Funciones del sistema financiero

El sistema financiero constituye la base de la economía, porque cumple con múltiples funciones (Vilariño, 2001), entre ellas se citan las siguientes:

- * Captar y proponer el ahorro para luego canalizarlo de una forma correcta hacia los diferentes agentes económicos.
- * Facilitar el intercambio de bienes y servicios entre las partes, de tal forma que le permita ser más eficiente.
- * Buscar el crecimiento económico de la población.
- * Apoyar para que la política monetaria sea más eficiente y de esta manera contribuir al desarrollo local.

1.2.4. Sistema financiero ecuatoriano

1.2.4.1. Historia del sistema financiero ecuatoriano

(Banco Central del Ecuador, 2012)

En 1999, el sistema financiero ecuatoriano se enfrentó a una recesión económica, cierre de líneas de crédito del exterior, fuga de capitales, altas tasas de interés,

² Es un título por el cual el comprador de dicho título adquiere el derecho de recibir un ingreso futuro de parte del vendedor; también conocido como activo financiero.

morosidad del Estado en el pago de deuda externa, reestructuración de la deuda interna, fuerte depreciación de la moneda que ocasionó la solvencia de deudores privados e inestabilidad política y desconfianza generalizada de la banca.

En 1998 y 1999 se dio las quiebras bancarias y las nuevas instituciones financieras se sujetaron al control de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD). Durante enero los bancos Financorp, Finagro y Azuay fueron liquidados; mientras que durante febrero y marzo las financieras Amerca, Finannova y el Banco del Occidente fueron liquidadas por parte de la AGD. La iliquidez del sistema financiero aumentó, ya que la restricción y escases de líneas de crédito internacionales se mantuvieron; en marzo de 1999 aumentó la desconfianza en la banca; situación que llevó a las autoridades a decretar un feriado bancario forzoso, en el que se dispuso la reprogramación de los depósitos del sistema financiero nacional; ocasionando que a fines de este mes el Banco del Progreso decida cerrar sus puertas, debido a que no podía seguir cumpliendo con sus depositantes por la crisis económica. Sin embargo, los problemas de la entidad se dieron por la mala administración (alta concentración de créditos y créditos que registraban un nivel de riesgo muy elevado); esta situación llevo a que las autoridades sometieran al banco a un proceso de reestructuración y recapitalización, mismo que no pudo ser concretado por los accionistas y la magnitud de la insolvencia de la misma.

En el mes de mayo, el gobierno ecuatoriano, buscando reparar el sistema bancario contrató auditorías internacionales para determinar si las instituciones financieras pueden seguir o no realizando sus operaciones. Los resultados de la auditoría fueron presentados a fines de julio, en el que recomendaron que se realice únicamente un proceso de fortalecimiento para dichas instituciones y determinaron que 19 bancos del total de bancos examinados tenían un patrimonio técnico mayor al 9%; 4 bancos, Pacífico, Popular, Previsora y Cofiec, tenían un patrimonio inferior al 9% y por lo que debieron capitalizarse en un plazo de un año y seguir operando a través de un crédito subordinado otorgado por Filanbanco; y 2 bancos, Unión y Crédito, tenían un patrimonio negativo y fueron considerados como no factibles para seguir operando.

En el segundo semestre difundieron los resultados de las auditorías y el Superintendente de Bancos informó que no se cerrarán otros bancos, esto hizo

recuperar la confianza del público en el sistema financiero, pero los problemas de los bancos Popular, Previsora y Pacífico empeoraron. En septiembre el banco Popular fue sometido a liquidación abierta y el banco La Previsora fue fusionado por absorción a Filanbanco. A fines de junio se dio una nueva crisis de confianza y el gobierno anunció el no pago parcial de las obligaciones de los Bonos Brady y Euro bonos, lo que afectó el acceso al sistema de las líneas de crédito internacionales y la reestructuración de la deuda interna convenida a fines de octubre; aumentando el nivel de iliquidez del sistema financiero, ocasionando el alza del tipo de cambio y el derrumbe de los mercados financieros.

Durante el cuarto trimestre del año 1999, las autoridades monetarias elevaron las tasas de interés para enfrentar la interacción de diferentes factores: desconfianza, emisión de dinero y devaluación. Sin embargo, el alza del tipo de cambio continuó lo que debilitó más la situación financiera de la banca debido al alto posicionamiento de activos en dólares y el deterioro de solvencia de los deudores, cuyas obligaciones estaban en dólares mientras sus ingresos se pagaban en sucres.

Existieron varios factores que provocaron la crisis financiera en el Ecuador: demora y débil supervisión bancaria, constante violación del marco legal, falta de transparencia de la información particularmente de las actividades *offshore*, ineficiencia financiera, administración inadecuada de los riesgos (crédito, liquidez, tasas de interés, entre otros); mal manejo bancario relacionado con operaciones fraudulentas como préstamos vinculados, excesivo número de instituciones financieras en un reducido tamaño del mercado y el deterioro del entorno macroeconómico.

Tabla No. 1: Reporte financiero del sistema financiero ecuatoriano (05/10/2012)

		En millones de dólares			
		Bancos privados	Cooperativas de ahorro y crédito	Mutualistas	Bancos públicos
2006	Activos	11.890,16	986,39	463,28	243,98
	Pasivos	10.654,42	775,14	420,51	676,08
	Patrimonio	1.235,74	211,25	42,77	567,90

		En millones de dólares			
		Bancos privados	Cooperativas de ahorro y crédito	Mutualistas	Bancos públicos
2007	Activos	13.734,99	1.323,69	532,32	1.671,11
	Pasivos	12.297,09	1.081,10	484,62	822,87
	Patrimonio	1.437,90	242,59	47,70	848,24
2008	Activos	16.423,84	1.619,62	396,67	2.189,02
	Pasivos	14.724,06	1.337,31	360,20	1.091,24
	Patrimonio	1.699,78	282,31	36,47	1.097,78
2009	Activos	17.525,59	1.936,79	385,59	3.383,18
	Pasivos	15.655,92	1.606,72	347,35	2.227,01
	Patrimonio	1.869,67	330,07	38,24	1.156,17
2010	Activos	20.595,28	2.471,86	456,33	4.049,69
	Pasivos	18.511,14	2.087,77	415,44	2.754,66
	Patrimonio	2.084,14	384,09	40,89	1.295,03
2011	Activos	23.865,86	3.183,59	510,59	4.389,69
	Pasivos	21.383,02	2.717,35	465,07	3.002,78
	Patrimonio	2.482,84	466,24	45,52	1.386,91

Fuente: (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2009)

Elaborado: Flores, González.

Tabla No. 2: Instituciones financieras de Ecuador (05/10/2012)

	2006			2007			2008		
	No. entidades	ROE	ROA	No. entidades	ROE	ROA	No. entidades	ROE	ROA
Bancos privados	24	24,0%	2,0%	24	20,9%	2,0%	25	19,96%	1,72%
Cooperativas de ahorro y crédito	37	7,4%	1,5%	38	8,0%	1,4%	36	9,14%	1,56%
Mutualistas	5	15,5%	1,2%	5	6,4%	0,6%	4	3,66%	0,32%
Bancos públicos	4	4,7%	2,1%	4	4,6%	2,2%	4	-0,49%	-0,25%

	2009			2010			2011		
	No. entidades	ROE	ROA	No. entidades	ROE	ROA	No. entidades	ROE	ROA
Bancos privados	25	13,14%	1,24%	25	14,31%	1,27%	26	0,19%	0,02%
Cooperativas de ahorro y crédito	37	9,35%	1,46%	37	10,23%	1,44%	40	11,35%	1,73%
Mutualistas	4	4,73%	0,46%	4	6,72%	0,63%	4	8,83%	0,77%
Bancos públicos	4	5,09%	1,66%	4	4,95%	1,51%	4	5,70%	1,70%

Fuente: (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2009)

Elaborado: Flores, González.

Tabla No. 3: Instituciones financieras del Cantón Quito (05/10/2012)

	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Bancos privados	20	18	18	18	18	17
Cooperativas de ahorro y crédito	14	14	12	13	12	22
Mutualistas	3	3	2	2	2	2
Bancos públicos	2	2	2	2	2	2

Fuente: (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2009)

Elaborado: Flores, González.

La **tabla No. 2** muestra que del año 2006 al 2007 en el Cantón Quito el Banco Centromundo es absorbido por el Banco Pichincha, mientras que el Banco Andes entró en un proceso de liquidación; y en el año 2011 se liquida el Lloyds Bank.

En el caso de las cooperativas de ahorro y crédito del año 2007 al 2008 se liquida la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jesús del Gran Poder y la Cooperativa Previsión, Ahorro y Desarrollo; para el año 2009 se creó la Cooperativa Cámara de Comercio de Ambato; en el año 2010 se liquida la Cámara de Comercio de Quito y para el año 2011 ha habido un incremento de cooperativas de ahorro y crédito como: Cooperativa de Ahorro y Crédito Puéllaro, Cooperativa de Ahorro y Crédito Crecer Wiñary, Cooperativa de Ahorro y Crédito La Carolina, Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan de Salinas, Cooperativa de Ahorro y Crédito Cacha, Cooperativa de Ahorro y Crédito Musuck Yaya, Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Taboada, entre otras; esto ha hecho que existan más alternativas de financiamiento para los distintos sectores deficitarios del Cantón Quito

En cuanto a las mutualistas, entre el año 2007 y 2008 se liquida la Mutualista Benalcazar; mientras que los bancos públicos se han mantenido por el hecho de tener como principal accionista al Estado.

1.2.4.2. Concepto del sistema financiero ecuatoriano

El sistema financiero ecuatoriano está constituido por un conjunto de principios y normas jurídicas que se basan en un instrumento y documentos especiales, que permiten canalizar el ahorro y la inversión de los diferentes sectores hacia otros que lo necesitan, logrando el desarrollo de la economía.

Las instituciones que conforman el sistema financiero ecuatoriano son las siguientes:

- * Bancos privados y públicos
- * Cooperativas de ahorro y crédito
- * Mutualistas
- * Casas de cambio
- * Sociedades financieras

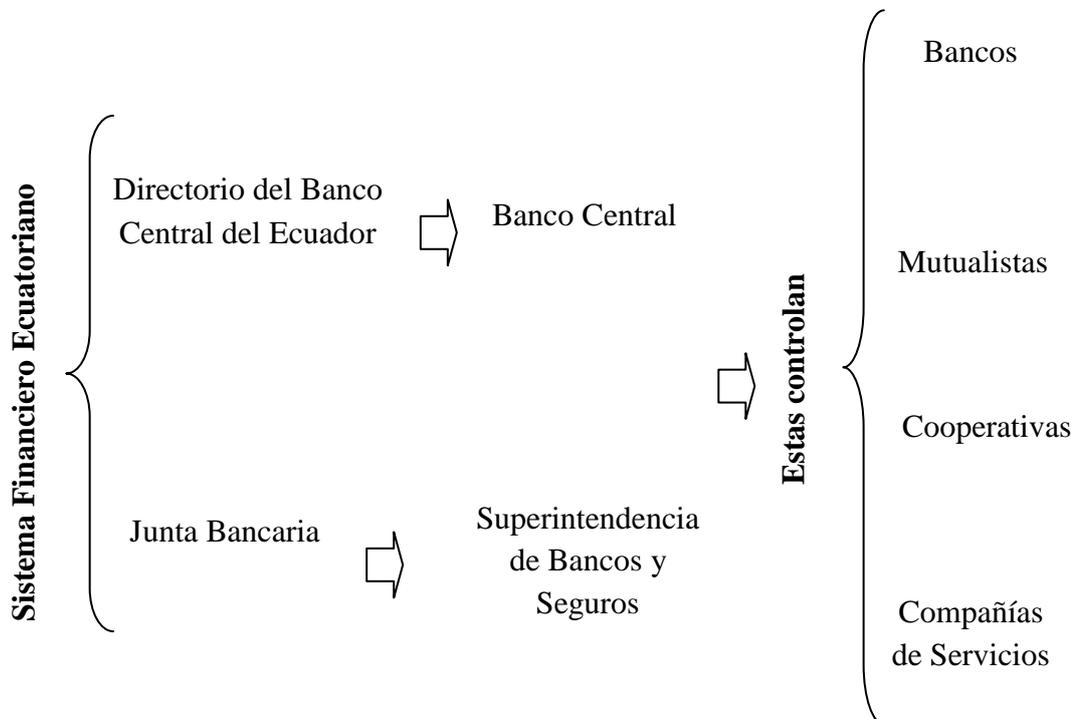
- * Compañías de servicios

Estas instituciones son las encargadas de la intermediación financiera entre el público y la entidad, captando recursos del público a través del ahorro, para luego utilizar en operaciones de crédito e inversión.

1.2.4.3. Estructura del sistema financiero ecuatoriano

La estructura se basa en el régimen designado por el Banco Central de Ecuador, en donde intervienen varios organismos autónomos reguladores como: el Directorio del Banco Central del Ecuador, organismo autónomo y supervisado por el Estado ecuatoriano, también se encuentra la Superintendencia de Bancos y Seguros, entidad autónoma encargada de controlar y supervisar las funciones de las instituciones financieras, y finalmente se encuentran entidades financieras públicas y privadas.

Gráfico No. 1: Estructura del sistema financiero ecuatoriano



Fuente: (Desconocido)

1.2.4.3.1. Directorio del Banco Central

Es una entidad autónoma creada por la Ley de Régimen Monetario para administrar la política monetaria, cambiaria, crediticia y financiera del país, misma que se encuentra integrada por los siguientes miembros:

- * Un delegado del Presidente de la República, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
- * El Ministro que coordine la política económica o su delegado;
- * El Ministro que coordine la producción o su delegado;
- * El delegado de las instituciones financieras públicas de desarrollo
- * El Secretario Nacional de planificación o su delegado; y,
- * El Ministro de Finanzas o su delegado (Banco_Central_del_Ecuador, 2008).

Este directorio también está encargado de establecer regulaciones para el sistema financiero, las cuales son:

- * Diseñar y presentar para aprobación de la Función Ejecutiva propuestas de política monetaria, cambiaria, crediticia y financiera;
- * Establecer sistemas de seguimiento y gestión económica que permitan articular la instrumentación de la política monetaria, cambiaria, financiera y crediticia a los objetivos previstos en la Constitución, así como a la normativa en materia de política económica, fiscal y endeudamiento público, dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo;
- * Aprobar anualmente el presupuesto del Banco Central del Ecuador y de las instituciones financieras del sector público sometidas al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros.

- * Determinar la política general del banco, dictando las normas generales a las cuales deberá ajustar sus operaciones, y ejercer la supervisión y fiscalización superior del mismo.
- * Ejercer la facultad de regulación en materia de tasas de interés del sistema financiero;
- * Ejercer la supervisión y dictar las reglas de funcionamiento de los distintos sistemas de pagos del país;
- * Aprobar la política general de corresponsalía con los bancos nacionales y del exterior (Banco_Central_del_Ecuador, 2008).

1.2.4.3.2. Banco Central del Ecuador

Constituye la autoridad monetaria de cualquier país que mantenga un sistema financiero desarrollado; es una entidad administrada por el Estado que cuenta con un patrimonio propio y duración indefinida, entre sus funciones principales se mencionan:

- * Provee de dinero en la cantidad, calidad y en las denominaciones necesarias.
- * Permite la realización de pagos y cobros en efectivo, o a través del sistema financiero privado.
- * Evalúa, monitorea y controla el encaje bancario.
- * Revisa la integridad, transparencia y seguridad de los recursos del Estado.
- * Ofrece información para la toma de decisiones financieras y económicas (Banco_Central_del_Ecuador, 2009).

1.2.4.3.3. Junta Bancaria

Es el organismo que se encuentra bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros, está formada por el Superintendente de Bancos y 4 miembros adicionales (Gerente General del Banco Central del Ecuador; dos miembros designados por el Presidente Constitucional de la República, con sus respectivos alternos y un miembro

con su alterno designado por los cuatro miembros anteriores); es la encargada de dictar la leyes, resoluciones y regulaciones que lleven a un adecuado funcionamiento y desarrollo del sistema financiero ecuatoriano.

Entre sus funciones, están las siguientes:

- * Formular la política de control y supervisión del sistema financiero, aprobar las modificaciones del nivel requerido de patrimonio técnico y las ponderaciones de los activos de riesgo y pronunciarse sobre el establecimiento y liquidación de las instituciones financieras, así como de la remoción de sus administradores;
- * Determinar las operaciones y servicios no señalados expresamente en esta ley que sean compatibles con las actividades de las instituciones financieras;
- * Resolver los recursos de revisión de orden administrativo planteados ante este órgano;
- * Aprobar el presupuesto y la escala de remuneraciones del personal de la Superintendencia (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2001).

1.2.4.3.4. Superintendencia de Bancos y Seguros

Es un ente jurídico de derecho público y autónomo que tiene como facultad vigilar las actividades que efectúa el sector financiero ecuatoriano, es decir, es aquel que realiza un monitoreo del sector financiero en diferentes períodos, también realiza visitas programadas y no programadas en las instituciones para llevar a cabo una auditoría. Sus principales funciones son las siguientes:

- * Velar por el adecuado funcionamiento de las instituciones financieras que se encuentren bajo el control de esta entidad.
- * Vigilar e inspeccionar periódicamente la situación económica y financiera de las instituciones a fin de verificar la información presentada.
- * Brindar información consolidada de los principales deudores que tienen créditos dentro de las diferentes instituciones financieras.
- * Imponer sanciones a las instituciones que incumplan con lo establecido en la ley, así como sus directores, administradores, funcionarios y otros sujetos que infrinjan la misma.
- * Exigir que todas las normativas establecidas se cumplan a cabalidad por parte de las instituciones financieras que se encuentran bajo su control (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2001).

1.2.4.3.5. Bancos

Son entes financieros autorizados para efectuar intermediación financiera entre los sectores, por lo tanto están facultados para recibir depósitos de las personas que poseen suficientes recursos económicos, y luego otorgar créditos a sectores que les hace falta, además están obligados a mantener reservas para de esta manera tener activos disponibles a favor de los depositantes.

Este tipo de instituciones se encuentran clasificados en dos grandes grupos que son:

- * Bancos públicos
- * Bancos privados

Bancos públicos: la banca pública es una institución financiera cuyo accionista es el Estado, dentro del país se han constituido las siguientes instituciones: Banco Central del Ecuador, Banco Nacional del Fomento, Banco Ecuatoriano de la Vivienda; las cuales tienen un sin número de funciones que realizar y llevar a cabo dentro de la economía, como el de controlar y aplicar la política monetaria, y en el caso del BNF su función principal es estimular y acelerar el desarrollo socioeconómico del país mediante una amplia y adecuada intermediación para mejorar las condiciones de vida de la población más vulnerable.

Bancos privados: son aquellos que conforman el subconjunto más importante del sistema financiero privado nacional, estas instituciones están encargadas de captar recursos de capital de un sector que tiene déficit, para luego transferirlo a un sector productivo, es decir transfieren valores que han sido depositados por personas que no lo necesitan por el momento, a otra parte de la sociedad que necesita de esos recursos económicos para iniciar una actividad económicamente productiva.

1.2.4.3.6. Mutualistas

Son instituciones financieras de carácter privado, que fueron creadas con la finalidad de captar el ahorro del público, para luego destinarlo al crédito para vivienda, con lo cual se pretende que los beneficiarios puedan construir su propia vivienda, este tipo de crédito en los últimos años ha tenido un crecimiento muy significativo dentro de

Ecuador, lo cual se debe principalmente a la facilidad de financiamiento a largo plazo, que estas otorgan a los clientes.

Estas instituciones financieras no están facultadas para realizar operaciones como:

- * Realizar negocios sobre títulos valores.
- * Llevar a cabo operaciones con divisas por cuenta propia o de terceras personas.

1.2.4.3.7. Cooperativas de ahorro y crédito

Son aquellas sociedades financieras de derecho privado formadas por personas naturales y jurídicas, sin finalidad de lucro, y tienen por objeto planificar y realizar actividades en beneficio social o colectivo; es decir, son instituciones que siempre están buscando el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de una población.

Las cooperativas de ahorro y crédito deben realizar lo siguiente:

- * Cumplir con las normas establecidas por la ley general de instituciones del sistema financiero.
- * Manejar el área financiera y específicamente la contabilidad de acuerdo a las normas establecidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- * Desarrollar y dar a conocer los reglamentos y manuales de control interno, tanto a sus subordinados como a la Superintendencia de Bancos y Seguros.
- * Acatar todas las normas vigentes, especialmente aquellas que se refieren a los controles que se deben efectuar para evitar el lavado de dinero que provenga de actividades ilegales.
- * Vigilar el trabajo que realizan tanto el auditor interno como el auditor externo dentro de la institución, tomando en cuenta las normas establecidas por la ley y la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Por otra parte estas instituciones encargadas de realizar intermediación financiera con el público, están prohibidas de realizar las siguientes operaciones:

- * Negociar documentos provenientes de operaciones de comercio exterior.
- * Garantizar la colocación de acciones u obligaciones.

Es así que la cooperativas de ahorro y crédito se encuentran sujetas a una ley encargada de dictar las normativas de funcionamiento, y en caso de ser incumplidas serán sancionadas de acuerdo a lo establecido.

1.2.4.3.8. Compañías de servicios financieros

Son aquellas instituciones que cooperan o colaboran con las instituciones financieras para lograr un mejor desempeño; dentro de estas se encuentran las siguientes:

- * Compañías de arrendamiento mercantil.
- * Compañías encargadas de la emisión y administración de las tarjetas de crédito.
- * Casas de cambio.
- * Almacenes generales de depósito.

Compañías de arrendamiento mercantil: son entidades que realizan operaciones de arrendamiento mercantil financiero en el cual el arrendador, persona jurídica legalmente autorizada arrienda un bien de su propiedad, por un plazo determinado y forzoso, y el arrendatario reconoce el pago de una renta (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011).

Compañías encargadas de la emisión y administración de las tarjetas de crédito: “son sociedades anónimas que prestan servicios de carácter financiero, mediante la emisión, administración, financiamiento o mercadeo de tarjetas de crédito de pago y de afinidad de circulación general, en moneda nacional o extranjera; así como tarjetas de crédito o de pago de circulación restringida en moneda nacional, previa autorización de la Superintendencia de Bancos y Seguros” (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011).

Casas de cambio: “son sociedades anónimas debidamente autorizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que tienen por objeto social exclusivo el

efectuar operaciones de compra-venta o permutas de divisas efectuadas de modo habitual y permanente en el mercado libre de cambios” (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011).

Almacenes generales de depósito: “son sociedades anónimas de servicios financieros debidamente autorizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que tienen por objeto el depósito, conservación, custodia y manejo de mercancías y productos de procedencia nacional o extranjera. Al efecto, expedirán certificados de depósito” (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011).

El sistema financiero ecuatoriano ofrece servicios de operaciones activas y pasivas; es decir, servicios de créditos, cuentas corrientes, depósitos a plazo y ahorros a la vista. Su política crediticia está ajustada al programa monetario del país, ya que en épocas de crisis puede provocar un encarecimiento en el crédito de manera significativa.

1.2.4.4. Flujo de fondos del sistema financiero ecuatoriano

A continuación se presenta los flujos de fondos del sistema financiero ecuatoriano del período (2006 – 2012) objetos de estudio:

Tabla No. 4: Flujo de fondos (5/10/2012)

		En millones de dólares				
		Bancos privados	Cooperativas de ahorro y crédito	Mutualistas	Bancos públicos	Total sistema financiero
Ingresos (-) Gastos por año	2006	239,12	17,32	6,16	25,72	288,32
	2007	253,94	20,28	3,03	37,2	314,45
	2008	283,28	22,97	1,46	-4,65	303,06
	2009	217,61	28,3	1,73	56,02	303,66
	2010	260,9	36,81	2,58	60,35	360,64
	2011	394,85	46,59	3,69	74,81	519,94

Fuente: (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2009)

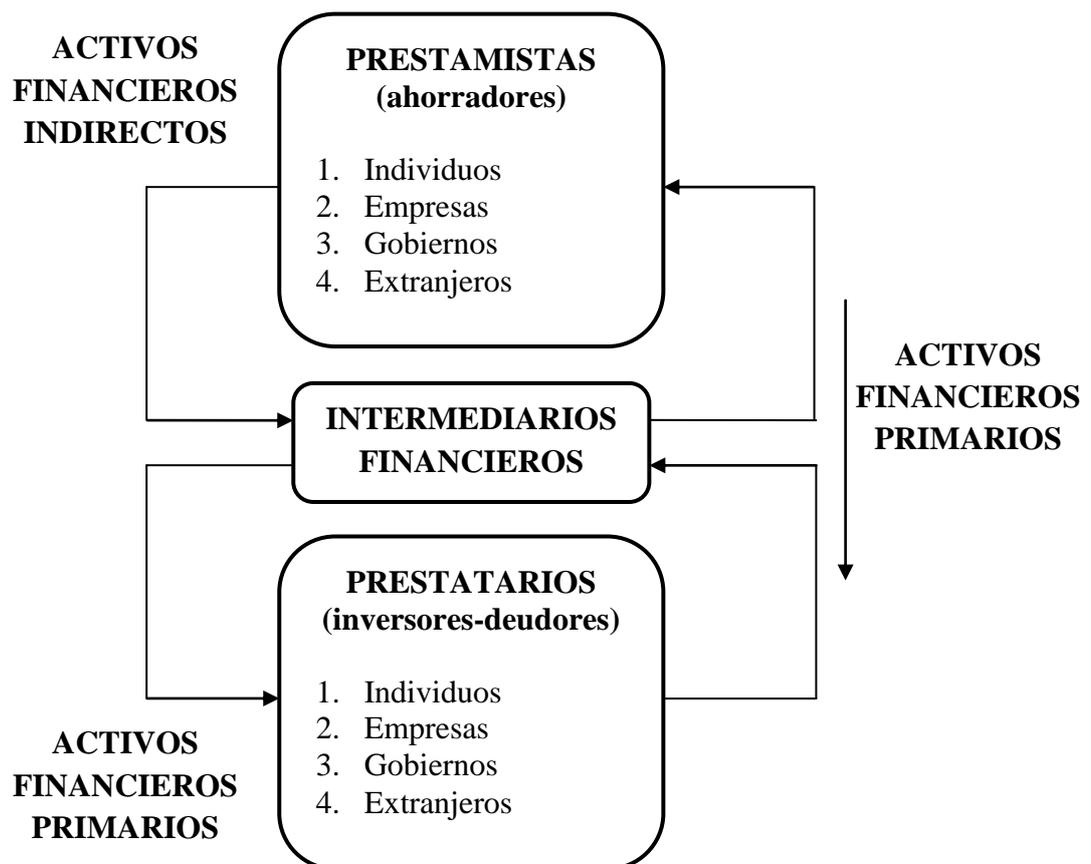
Elaborado: Flores, González.

1.2.4.5. Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos financieros (dinero) para un proyecto específico que implique inversión, ya sea para el proceso de operación, creación o expansión en lo interno o externo, a corto, mediano y largo plazo (Hernández A. , 2004).

1.2.4.5.1. Financiamiento indirecto

En el financiamiento indirecto participan los intermediarios que operan entre los agentes económicos deficitarios y los agentes económicos excedentarios o de ahorro; cuyo objetivo es captar el ahorro financiero de los agentes económicos de ahorro para posteriormente canalizarlo hacia los agentes económicos deficitarios a través de créditos e inversiones en títulos valores (Bello, 2004).



La función básica de los intermediarios financieros es la de transformar los activos primarios en activos indirectos.

1.2.4.5.2. Financiamiento directo

En el financiamiento directo los deudores obtienen fondos directamente de los prestamistas en los mercados financieros, vendiéndoles valores (llamados también instrumentos financieros) que son derechos sobre futuros ingresos o activos de los deudores.

En tanto que los valores son activos para las personas que los compran, mientras que son obligaciones (deuda) para los individuos o empresas que los venden (clientes).

Tabla No. 5: Valor de los activos (05/10/2012)

		Clase de Intermediarios Financieros	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
En miles de dólares	Almacenes Generales de Depósito		24.828	27.287	29.477	31.619	33.650	40.609
	Bancos OFSHORE y operativas en el exterior		2.225.126	2.814.398	2.774.089	3.030.461	3.876.720	4.986.118
	Casas de Cambio		5.388	4.292	4.372	2.843	2.721	77
	Grupos Financieros		13.042.359	15.005.240	17.499.160	19.330.738	23.484.568	27.406.464
	Compañías de emisión y administración de tarjetas de crédito		85.576	113.138	150.145	199.295	210.819	278.034
	Compañías de Seguros		444.685	508.709	650.961	720.437	848.520	1.044.989
TOTAL			15.829.968	18.475.071	21.110.212	23.317.402	28.459.008	33.758.302
Nivel de crecimiento				17%	14%	10%	22%	19%
En millones de dólares	Bancos Privados		11.890,16	13.734,99	16.423,84	17.525,59	20.595,28	23.865,86
	Cooperativas de Ahorro y Crédito		986,39	1.323,69	1.619,62	1.936,79	2.471,86	3.183,59
	Bancos Públicos		1.243,98	1.671,11	2.189,02	3.383,18	4.049,69	4.389,69
	Mutualistas		463,28	532,32	396,67	385,59	456,33	510,59
	Sociedades Financieras		783,74	834,70	945,05	963,60	1.185,42	1.416,85
TOTAL			15.367,55	18.096,81	21.574,20	24.194,75	28.758,58	33.366,58
Nivel de crecimiento				18%	19%	12%	19%	16%

Fuente: (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2009)

Elaborado: Flores, González.

En la **tabla No. 5** se evidencia que en el año 2011 con relación al 2006 se dio un incremento en los activos de los intermediarios financieros; en el caso de los almacenes generales de depósito, bancos offshore y operativas en el exterior, casas de cambio, grupos financieros, compañías de emisión y administración de tarjetas de crédito, compañías de seguros; este incremento es de 17.928.334 (miles de dólares) mientras que en los bancos privados, cooperativas de ahorro y crédito, bancos públicos, mutualistas y sociedades financieras el incremento es de 17.999,03 (millones de dólares); lo que demuestra que el sistema financiero ecuatoriano durante el periodo 2006 – 2011 ha tenido un proceso de mejoramiento y aprovechamiento de recursos logrando una estabilidad económica para el país

1.2.4.6. El crédito

La palabra crédito proviene del latín **creditum**, que significa tener confianza; la confianza es la base del crédito, aunque al mismo tiempo implica riesgo.

“Crédito es el permiso para usar el capital de otros; en los negocios es la confianza dada o tomada a cambio de dinero, bienes o servicios” (Mill, 1951).

En definitiva, el crédito es una operación financiera en la que se pone a disposición una cantidad de dinero hasta un límite y período de tiempo determinado; cuando se advierte falta de liquidez, como resultado de dicha disposición se deberá pagar a la institución financiera comisiones; así como, intereses de acuerdo a las condiciones pactadas entre las partes. El crédito es el uso de un capital ajeno por un período de tiempo a cambio del pago de una cantidad de dinero que se conoce como interés.

Crédito Bancario

Es un contrato por el cual una institución financiera pone a disposición del cliente una cantidad de dinero, el cual deberá devolver a dicha entidad con intereses y comisiones según los plazos pactados.

1.2.4.6.1. Funciones del crédito:

Entre las principales funciones que tiene el crédito dentro del sistema financiero tenemos:

- a) *Concentración y centralización del capital:* Ayuda a obtener el financiamiento necesario para el desarrollo de proyectos que requieren de un alto volumen de capital “reforzando las posiciones de las grandes empresas y logrando ayuda un alto nivel de competencia” (Madruga, Torres, Carballosa, & Pérez, 2007).
- b) *Ampliación del mercado:* Esta función es muy importante pues estimula el consumo debido a que “concede a los compradores recursos para pagar las mercancías” (Madruga, Torres, Carballosa, & Pérez, 2007) logrando una actuación directa sobre la demanda y manteniendo los niveles de producción de una entidad.
- c) *Incremento de la producción:* Ayuda a las empresas a mejorar el proceso de elaboración y distribución dando como resultado la ampliación del volumen de sus operaciones.
- d) *Desarrollo de proyectos sociales:* Permite la obtención de recursos para ejecutar diversos proyectos que beneficien a la sociedad y generen un incremento de la economía en general.

1.2.4.6.2. Líneas de crédito

Línea de crédito significa tener una cantidad máxima de dinero siempre disponible en una institución financiera durante un período convenido de ante mano, misma que es respetada por la institución financiera a pesar de no constituir una obligación legal entre las partes; evitando la negociación de un nuevo crédito cada vez que se necesite disponer de recursos.

Dentro de las líneas de créditos más comunes y establecidos por la Superintendencia de Bancos y Seguros se encuentra las siguientes:

1.2.4.6.2.1. Crédito de consumo

Es la cantidad de dinero que concede una institución financiera a personas naturales para la adquisición de bienes consumo o pago de servicios; generalmente es condicionado a ser pagado en un corto o mediano plazo (1 a 4 años), y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor³.

1.2.4.6.2.2. Crédito comercial

Es la cantidad de dinero que otorga una institución financiera a personas y empresas para cubrir las necesidades de capital de trabajo, adquisición de bienes, pago de servicios por su operación misma o para refinanciar pasivos con otras instituciones y proveedores de corto plazo; generalmente es condicionado a ser pagado en un corto o mediano plazo (1 a 4 años).

1.2.4.6.2.3. Crédito hipotecario

Es aquel crédito que otorga una institución financiera para la adquisición de una propiedad, así como también para la construcción de viviendas, oficinas y otros bienes raíces; donde el deudor cuenta con el respaldo de una garantía de un bien inmueble hipotecado en la institución financiera, pudiendo quedar la misma como aval; generalmente es condicionado a ser pagado a mediano o largo plazo (8 a 40 años, aunque lo usual son 20 años).

1.2.4.6.2.4. Microcrédito

Es todo crédito concedido a personas naturales o jurídicas, destinado a financiar actividades de pequeña escala, de producción, de comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago constituye los ingresos obtenidos en la realización de dichas actividades. Los microcréditos han permitido que muchas personas sin recursos puedan financiar proyectos personales y/o laborales.

³ Promedio de los ingresos brutos mensuales menos los gastos familiares estimados mensuales.

1.2.4.6.3. Clasificación de crédito

Acerca de la clasificación del crédito existen varios enfoques, razón por la cual distinguiremos el mismo en función a lo siguiente:

1.2.4.6.3.1. Según el destino financiero

(Banco_Central_del_Ecuador, 2009) :

Capital del trabajo (CT): Constituye el financiamiento para realizar inversiones en activos corrientes o circulantes necesarios para el normal funcionamiento de la empresa.

Activos fijos tangibles (AT): Financiamiento que comprende la obtención de bienes que se deprecian en el tiempo, también conocidos como bienes tangibles.

Activos fijos intangibles (AI): Es el que está destinado para adquirir bienes que no son cuantificables físicamente, es decir, son inmateriales y cuya vida es superior a un año.

Reestructuración de pasivos y pago de obligaciones (RP): Denominados también créditos de carácter productivo y son aquellos destinados al pago de pasivos existentes.

Microcrédito de consumo (MC): Considerados como los créditos dirigidos a financiar la compra de bienes o servicios no relacionados con la actividad productiva de la entidad.

Microcrédito de vivienda (MV): Son créditos destinados para financiar la compra, remodelación o construcción de una vivienda que no se encuentre caucionada con garantía hipotecaria.

Otros (OT): En esta clasificación se consideran a todos los créditos destinados a actividades productivas que no se encuentren en las categorías anteriormente mencionadas.

1.2.4.6.3.2. *Según el plazo* (Ochoa & Quiñonez, 1999) :

Crédito a corto plazo: Son aquellos créditos concedidos por las entidades financieras comerciales en plazos inferiores o iguales a un año.

Crédito a mediano plazo: Créditos concedidos por entidades financieras de inversión, agrícolas o hipotecarias para un período no mayor a cinco años.

Crédito a largo plazo: Considerados como los créditos destinados a financiar proyectos industriales o de vivienda, su plazo oscila desde los cinco años en adelante.

1.2.4.6.3.3. *Según seguridades del crédito* (Ochoa & Quiñonez, 1999):

Créditos sin garantías: Aquellos créditos cuyo respaldo único es el patrimonio del deudor, como por ejemplo, el crédito quirografario.

Créditos con garantías: En el caso de que la garantía del crédito sea un bien mueble se le conoce como crédito prendario, por el contrario, si la garantía es un bien inmueble se lo denomina crédito hipotecario; además hay que considerar que el valor de la garantía exceda el monto del crédito a otorgar.

1.2.4.6.3.4. *Según la entidad prestamista* (Ochoa & Quiñonez, 1999):

Crédito público: Aquellos créditos concedidos mediante suscripción de bonos, títulos públicos, etc., para entidades gubernamentales o seccionales.

Crédito privado: Canalizados a entidades prestamistas que sean personas naturales o jurídicas privadas de diversos sectores, tales como: comercial, industrial, particular, etc.

1.2.4.6.3.5. *Según el territorio* (Ochoa & Quiñonez, 1999):

Crédito interno: Son créditos concedidos únicamente por entidades financieras que se encuentren dentro de un territorio nacional o local.

Crédito externo: Créditos provenientes de fondos del exterior, sin embargo, en algunos casos puede figurar como comisionista de la institución financiera del exterior una entidad de tipo local.

1.2.4.6.3.6. *Según la moneda en que el crédito se concede* (Ochoa & Quiñonez, 1999):

Crédito en moneda nacional: En caso de que el crédito sea concedido en la moneda de curso legal perteneciente al país en el que se realiza dicho trámite.

Crédito en moneda extranjera: Se da generalmente cuando se trata de una institución financiera prestamista del exterior, pues se maneja una moneda distinta a la de curso legal.

1.2.4.6.4. Calificación del crédito

La calificación de la cartera crediticia se realiza a cada deudor en función a la totalidad de las obligaciones, y la calificación final expresará el riesgo asociado con cada uno de los créditos y en su conjunto. La cuantificación del riesgo representa el valor esperado de las pérdidas con cada deudor y el nivel adecuado de provisiones.

La calificación de la cartera de créditos otorgados al sector público con aval del mismo, será opcional; mientras que los créditos concedidos al sector público sin aval se calificarán según las categorías de destino, de la misma manera que los créditos en arrendamiento mercantil.

La calificación de los activos de riesgo se efectúa como se detalla a continuación:

Tabla No. 6: Calificación de los activos de riesgo (22/02/2012)

Créditos	Calificación
Comerciales	Sobre cada sujeto de crédito (persona natural o jurídica, tomando en cuenta las obligaciones directas y contingentes vigentes y vencidas, capital, intereses y comisiones acumulados por cobrar.
Consumo Vivienda Microcréditos	Sobre cada operación

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Elaborado: Flores, González.

1.2.4.6.4.1. Créditos comerciales

Los factores a considerar para la calificación que se le asigne a la cartera crediticia y contingente son:

- a. “Capacidad de pago del deudor y sus codeudores, teniendo en cuenta las características del crédito, así como la solvencia de sus avalistas y otros garantes, de conformidad con información financiera actualizada y documentada;
- b. Cobertura e idoneidad de las garantías, para lo cual se basarán en las normas que para el efecto expida la Superintendencia de Bancos y Seguros;
- c. Información proveniente de la central de riesgos, en relación con el monto de endeudamiento en el sistema y la calificación otorgada por cada entidad.
- d. Experiencia crediticia del cliente, especialmente en lo referente al servicio de su deuda y al cumplimiento de los términos y condiciones acordados con la institución; y,
- e. Riesgo de mercado y del entorno económico” (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011).

La cobertura de la calificación para créditos comerciales debe cubrir el 100% de los créditos comerciales.

“Los deudores de créditos comerciales cuyo monto no exceda los veinticinco mil (US\$ 25.000.00) dólares de los Estados Unidos de América, se calificarán en base de los siguientes parámetros”. (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Tabla No. 7: Calificación para créditos comerciales (22/02/2012)

Categoría	Período morosidad en meses	
	Mayor a	Hasta
Riesgo normal		Uno
Riesgo potencial	Uno	Tres
Deficientes	Tres	Seis
Dudoso recaudo	Seis	Nueve
Pérdida	Nueve	

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Créditos de riesgo normal

Se encuentran aquellos clientes que muestren que sus flujos de fondos cubran de manera suficiente la capacidad de pago de las obligaciones con la entidad, tanto de intereses como capital prestado y otros adeudos afines; no deberán estar vencidos más de 30 días.

En el caso de las empresas (deudoras), se verifica el manejo administrativo de la misma, su estabilidad y proyecciones futuras; además de la información financiera completa y actualizada.

Dentro de esta categoría se excluyen a los deudores cuya fuente de pago dependa de la generación de recursos de otras personas. “Las pérdidas esperadas no serán superiores al 4%”. (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Créditos con riesgo potencial

Se encuentran aquellos clientes que muestren que sus flujos de fondos están en la posibilidad de atender sus obligaciones, aunque no a su debido tiempo; no cuenten con la documentación actualizada o registren una morosidad entre 31 y 90 días.

Este crédito presenta tendencias negativas en el sector económico en el que opera; por el cual esta situación debe ser transitoria y superada a corto plazo. “Las pérdidas

esperadas en esta categoría no serán menores del 5% ni superarán el 19%”. (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Créditos deficientes

En esta categoría se encuentran los clientes con fuertes debilidades financieras, debido a que su la utilidad operacional o los ingresos disponibles de los mismos, no sean suficientes para cubrir con el pago de intereses y de capital en las condiciones acordadas, y no sea factible realizar una evaluación objetiva del riesgo crediticio por la falta de información; lo que con lleva a retrasos continuos, cancelaciones parciales y renovaciones sucesivas, dependiendo de las debilidades identificadas, el crédito debe situarse en una categoría de mayor riesgo. Se incluyen también, los créditos a empresas que tengan repartos de su administración y tengan una morosidad entre 91 y 180 días.

“Las pérdidas esperadas en esta categoría no serán menores al 20% ni superarán el 49%”. (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Créditos de dudoso recaudo

Estos créditos tienen similares características de los créditos deficientes y las descritas a continuación:

Tabla No. 8: Créditos de dudoso recaudo (23/02/2012)

Características	Razones
Cobro del préstamo sea dudoso	No alcance a generar ingresos suficientes para el pago de los intereses ni para la amortización en un plazo y lo obligue a retrasar los vencimientos y a acumular los intereses total o parcialmente.
Créditos condicionados	Pago del crédito de los ingresos producidos por otras empresa o terceras personas que tienen dificultades de pago, “generando un cuadro de alta incertidumbre en torno al monto y plazo en que se pueden recuperar los valores adeudados” (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, De los Activos y Límites de Créditos, 2011).

Características	Razones
Créditos con acciones legales	Las acciones legales se efectúan para la recuperación de los créditos de dudoso cobro, sin tomar en cuenta el tiempo de morosidad. Los créditos de deudores que han demandado a la entidad acreedora.
Crédito reestructurado	No es un crédito reestructurado, si la reestructuración es definitiva o si el deudor ha recuperado la capacidad de pago, por el cual debe reclasificarse el crédito en otra categoría.
Morosidad	Obligaciones entre 181 y 360 días
Pérdidas esperadas	Rango: 40 – 80 %

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Elaborado: Flores, González.

Pérdidas

En esta categoría se encuentran los créditos que son considerados como incobrables o con un valor de recuperación muy bajo en proporción a lo adeudado, habiendo sido los clientes declarados en quiebra o insolventes, liquidación, o sufren un deterioro notorio e irreversible de su solvencia y el patrimonio sea un valor nulo con relación al monto adeudado.

Los créditos con una morosidad igual o mayor a 12 meses, sin garantía real, se calificará como pérdidas y pueden castigarse con cargo a la correspondiente cuenta de provisiones, previa la autorización de la Superintendencia de Bancos y Seguros. Estos créditos se cargan a la cuenta de orden activos castigados; rango de pérdidas esperadas: 80 - 100% (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011).

1.2.4.6.4.2. Créditos de consumo

Son aquellas operaciones realizadas mediante el sistema de tarjetas de crédito. El criterio de calificación de los créditos de consumo es permanente y se efectúa en función de la antigüedad de los dividendos pendientes de pago, pero la calificación resultante se extiende a la totalidad del monto adeudado, tanto por vencer como vencido.

La *cobertura de la calificación de los créditos de consumo* cubre la totalidad de la cartera de créditos de consumo concedida por la institución del sistema financiero (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011), según los criterios antes señalados y los siguientes rangos:

Tabla No. 9: Calificación de los créditos de consumo (23/02/2012)

Categoría	Período morosidad en días	
	Mayor a	Hasta
Riesgo normal		Quince
Riesgo potencial	Quince	Cuarenta y cinco
Deficientes	Cuarenta y cinco	Noventa
Dudoso recaudo	Noventa	Ciento veinte
Pérdida	Ciento veinte	

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

Si en la evaluación del cumplimiento de la administración del riesgo crediticio que efectúa la Superintendencia de Bancos y Seguros en sus inspecciones in situ⁴, detecta debilidades en la misma; las instituciones del sistema financiero deben calificar las operaciones de consumo según los siguientes rangos:

Tabla No. 10: Calificación de los créditos de consumo - detecta debilidades (23/02/2012)

Categoría	Período morosidad en días	
	Mayor a	Hasta
Riesgo normal		Cinco
Riesgo potencial	Cinco	Treinta
Deficientes	Treinta	Sesenta
Dudoso recaudo	Sesenta	Noventa
Pérdida	Noventa	

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

La nueva evaluación crediticia se efectúa después de un año de que se hubiere dispuesto la calificación.

⁴ In situ es una expresión latina que significa en el sitio o en el lugar.

1.2.4.6.4.3. Créditos para la vivienda

La calificación de los deudores por créditos para la vivienda es permanente, ya que estos créditos se evalúan en función a la antigüedad de los dividendos pendientes de pago y la calificación resultante, se extiende a la totalidad del monto adeudado, tanto por vencer como vencido.

La *cobertura de la calificación de créditos para la vivienda* cubre la totalidad de la cartera de créditos para la vivienda que mantenga la entidad, en función a los criterios señalados anteriormente y los parámetros de calificación siguientes:

Tabla No. 11: Calificación créditos para la vivienda (23/02/2012)

Categoría	Período morosidad en meses	
	Mayor a	Hasta
Riesgo normal		Tres
Riesgo potencial	Tres	Nueve
Deficientes	Nueve	Doce
Dudoso recaudo	Doce	Veinticuatro
Pérdida	Veinticuatro	

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

1.2.4.6.4.4. Microcréditos

Son operaciones que se conceden a los microempresarios mediante tarjetas de crédito, mismos que se califican en función a la morosidad en el pago de las cuotas pactadas.

La *cobertura de la calificación de los microcréditos* cubre la totalidad de las operaciones de microcrédito concedidas por la institución del sistema financiero, según los criterios señalados anteriormente y los siguientes parámetros:

Tabla No. 12: Calificación de los microcréditos (24/02/2012)

Categoría	Período morosidad en días	
	Mayor a	Hasta
Riesgo normal		Cinco
Riesgo potencial	Cinco	Treinta
Deficientes	Treinta	Sesenta
Dudoso recaudo	Sesenta	Noventa
Pérdida	Noventa	

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

1.2.4.6.4.5. Créditos de entidades en liquidación y saneamiento

Para la calificación de la cartera de crédito de consumo, vivienda y microcrédito, de cuyas entidades se encuentren en liquidación y saneamiento, se aplican los criterios de evaluación contenidos en los créditos comerciales.

Según la calificación otorgada a la cartera de crédito, la administración de cada entidad controlada debe constituir las provisiones correspondientes.

Los porcentajes mínimos y máximos para las provisiones se detallan a continuación:

Tabla No. 13: Calificación de los créditos de entidades en liquidación y saneamiento (24/02/2012)

Categoría	Porcentaje de provisiones	
	Mínimo	Máximo
Riesgo normal "A"	1	4
Riesgo potencial "B"	5	19
Deficiente "C"	20	49
Dudoso recaudo "D"	50	99
Pérdida "E"		100

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2011)

1.3. El turismo

1.3.1. Concepto

Etimológicamente, la palabra turismo proviene del latín **tornus** que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al turismo, por eso hoy se ofrece un viaje turístico o sea, un movimiento de personas que se trasladan por placer a un determinado destino (Lozada, 1941).

El turismo engloba todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes, por un período inferior a un año y mayor a un día; es decir, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

También lo definen al turismo 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, 2002).

1.3.2. Historia del turismo

El turismo nació en el siglo XIX como resultado de la revolución industrial, lo que permitió el desplazamiento con la intención de descanso, ocio, motivos sociales o culturales. Inicialmente, los viajes se relacionaban con el comercio, los movimientos migratorios, las conquistas y las guerras.

A finales del siglo XVI se tomó como costumbre mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar los estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias; este era un viaje de larga duración (3 y 5 años) realizado por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

El inglés Thomas Cook fue el fundador de la actividad comercial turística; pues a partir de su primer viaje organizado en el año 1841, surgió lo que hoy se conoce

como paquete turístico, posteriormente fundó la agencia Thomas Cook and Son misma que fue la primera agencia de viajes del mundo.

En 1868, Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes American Express que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo que cuenta con sistemas de financiación y la posibilidad de emitir cheques de viaje, denominados (travel – check)⁵.

El padre de la hostelería moderna es Cesar Ritz, quien en su juventud se desarrolló en los diferentes cargos de un hotel hasta que logró convertirse en el gerente de uno de los hoteles más prestigiosos de esa época. Mejoró todos los servicios del hotel, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración; modernizando todos los hoteles de Europa, razón por la cual era conocido como el mago.

En los 90, el turismo entra a formar parte de la agenda política de varios países desarrollando políticas públicas que ayudaron a alcanzar un desarrollo turístico sostenible mejorando su nivel económico.

Hoy el turismo es una de las principales industrias a nivel global que permite mejorar la situación económica de un país.

1.3.3. Turistas

Se define con el término de turista a la persona que se traslada de su lugar de origen a un punto geográfico diferente al suyo con la finalidad de aumentar su conocimiento cultural, de aprender otras tradiciones, entre otras. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye alojamiento en el punto geográfico de destino; diferenciando este concepto del correspondiente al turista del día excursionista, cuya estancia es inferior a este tiempo (Cabarcos, 2006).

⁵ Travel – check: Dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas.

Entre los principales tipos de turistas tenemos:

- a) Turista internacional
- b) Turista interno o nacional
- c) Turista que pernocta
- d) Turista del día

a) *Turista internacional*: es aquella persona de un país que visita a otro, para varios fines turísticos y que se encuentran de paso; cumpliendo con la legislación del país que este visita.

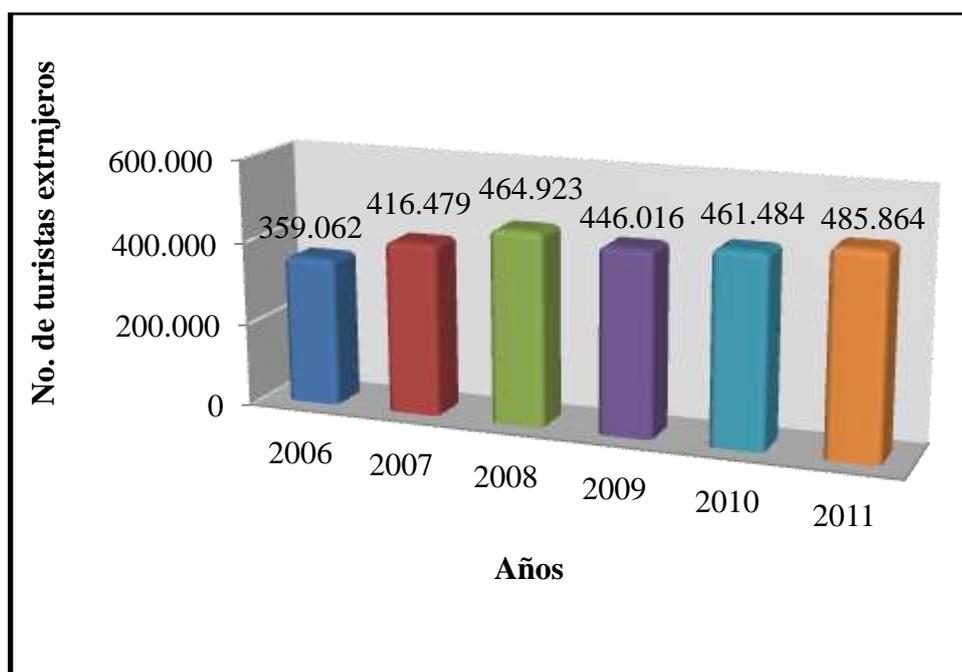
En los últimos, el ingreso de los turistas internacionales se ha dado de la siguiente manera:

Tabla No. 14: Entrada de turistas internacionales al Cantón Quito (25/02/2012)

	AÑOS					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Turistas extranjeros	359.062	416.479	464.923	446.016	461.484	485.864
Nivel crecimiento		16%	12%	-4%	3%	5%

Fuente: (Ministerio_de_Turismo, 2012).

Gráfico No. 2: Entrada de turistas internacionales al Cantón Quito



Elaborado: Flores, González.

Como se observa en el **gráfico No. 2**, en el año 2008 el ingreso de los turistas internacionales presenta un crecimiento del 12% con relación al año 2007; sin embargo, en 2009 se ha dado una disminución del 4% con relación al año 2008, debido a que el Ministerio de Turismo se encontraba en un período de planificación y promoción de las iniciativas turísticas, mismo que se puso en marcha en el año 2010, tiempo en el cual se ha dado un crecimiento del 3% con relación al año 2009 y en el año 2011 siguió dando buenos resultados ya que existió un incremento del 5% con relación al año 2010.

b) *Turista interno o nacional*: es aquella persona que tiene como destino turístico lugares que se encuentran dentro de su misma nación.

c) *Turista que pernocta*: es aquella persona que se aloja una noche como mínimo en el lugar de destino (lugar turístico).

d) *Turista del día*: es aquella persona que permanece en un lugar turístico por un solo día; es decir, que no se aloja (pernocta) en el mismo.

1.3.4. Tipos de turismo

Entre los tipos de turismo se entran los siguientes:

1.3.4.1. Turismo recreacional

Es la utilización del tiempo libre por cualquier individuo. Este debe ser voluntario, de gastos mínimos y de corta duración. La diferencia con los otros tipos de turismo se encuentra a nivel de espacio y de tiempo. A nivel de espacio el turismo recreacional comprende los espacios que se encuentran a poca distancia y a nivel tiempo no conlleva una duración mayor de 24 horas (Vargas, 1997).

Este tipo de turismo es uno de los más desarrollados en el Cantón Quito, ya que tiene una gran variedad de lugares turísticos públicos y privados que brindan la oportunidad tanto a turistas nacionales como extranjeros de optar por diversas

actividades que le permitan salir de la rutina y disfrutar un ambiente armonioso, familiar y cómodo; entre los cuales se encuentran los complejos El Tingo, balneario de aguas termales La Merced, aguas termales Palmira, piscina municipal de Puéllaro, etc. y los hoteles Margarita Hotel, El Gran Chaparral, Hostería Alemana, Hostería Rancho Alegre, Majagua, La Cañita, etc.

1.3.4.2. Turismo científico

“Modalidad desarrollada por científicos, quienes llevan a cabo investigaciones en diversas áreas del conocimiento, apoyados en la diversidad natural y cultural de los espacios rurales que visitan” (Viñals, 2002).

Está basado en el interés por la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones en lugares especiales como áreas protegidas o yacimientos arqueológicos para ampliar y complementar sus conocimientos; en el Cantón Quito se realiza este tipo de turismo en el museo del Observatorio Astronómico de Quito, museo ecuatoriano de Ciencias Naturales, museo Interactivo de Ciencia y museo Etnográfico Mitad del Mundo.

1.3.4.3. Ecoturismo

La palabra ecoturismo ha sido creada a partir del binomio *turismo ecológico* convertido en una sola palabra, mismo que se practica en áreas silvestres protegidas y tiene como interés que los turistas estén en contacto con la naturaleza por simple observación o por estudio (Monje, Gómez, & Rivas, 2005).

El ecoturismo es una alternativa de turismo que permite convivir con el ambiente y otras formas de vida, en el cual se respeten y se conserven los límites de la naturaleza.

Al encontrarse el Cantón Quito situado en una larga meseta al este del volcán Pichincha posee una gran diversidad de flora y fauna, lo que le da un atractivo potencial ante los amates de la naturaleza; además, cuenta con varias centros ecológicas, entre estas citan las siguientes: reserva ecológica Pasochoa, bosque

protegido de Pululahua, bosque nublado de Yunguilla, Quito Zoo Guallabamba, Cráter del volcán Pichincha, Centro piscícola Nanegal, etc. (Gobierno_de_la_Provincia_de_Pichincha, 2005).

1.3.4.4. Turismo de aventura

“Consiste en actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, representan hasta un verdadero riesgo. Incluye ciclismo, montañismo, descenso de aguas bravas, buceo y otras” (Crebrian, 2001). El turismo de aventura es una de las alternativas de turismo que sin duda alguna despierta interés y curiosidad en el entorno en el que se desarrolla.

Algunos lo llaman turismo deportivo, otros turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, las mismas dan lugar a confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los promotores turísticos.

En el Cantón Quito existen varias cascadas de las cuales se citan las siguientes: cascadas del Gallo de la Peña, cascada del Saguangal, Chorreras de Molinucu, cascada Guagrapamba y cascada la Piragua, lo que le ha permitido ser sede de eventos importantes dentro del sector turístico como la competencia Raid Gauloise⁶ y Pekín Express⁷ (Empresa_Pública_Metropolitana_de_Gestión_de_Destino_Turistico, 2011).

1.3.4.5. Turismo histórico y cultural

“El turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares en donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos” (Curial, 2008).

⁶ Competencia realizada en el Ecuador en el año 1997; que consiste en un recorrido sin detenerse de 500 km en equipos de 5 personas y grupos de abastecimiento para cada equipo, mismos que realizan pruebas en determinados tramos de la competencia como alpinismo, rafting, canotaje, marcha orientación, paracaidismo y otros deportes extremos que sirvan para el lugar de desafío.

⁷ Competencia realizada en noviembre del 2009 con duración de 12 días en las ciudades de: Lago Agrio, Quito, Riobamba, Urbina, Baños, Cuenca, Machala, Guayaquil y Puerto Ayora, emitida por la cadena de televisión española Cuatro en la que 10 parejas deben recorrer 10.000 km en trece etapas de tres días cada una para ganar un premio de 100.000 euros.

El turismo cultural está relacionado con el uso y el disfrute del patrimonio cultural a fin de aprovechar el tiempo libre. Este tipo de turismo considera una serie de elementos sociales y educativos, que permiten el desarrollo cognitivo de las personas.

El turismo histórico solo se desarrolla en aquellos territorios que tienen una serie de recursos y atractivos históricos que tienen una demanda turística, en donde el motivo principal del viaje es la historia materializada, (Iglesias, 2003) debido a que muestra todos aquellos factores y eventos que intervinieron en el proceso histórico de una sociedad.

Para el Cantón Quito, este turismo es de gran importancia económica y social, ya que cuenta con una riqueza arquitectónica y patrimonial que le concede un aspecto único en el mundo, razón por la cual se ha convertido en la primera ciudad en el mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO (Ministerio_de_Turismo, 2011), el 8 de septiembre de 1978, además en el año 2011 la Organización Capital Americana de la Cultura, miembro del Bureau Internacional de Capitales Culturales⁸ le otorgó el título de Capital Americana de la Cultura (El_Ciudadano.gob.ec, 2011); además existen 40 museos entre los cuales se citan los siguientes: Museo Camilo Egas, Museo de Arte Contemporáneo, Museo Munismático del Banco Central, Museo Templo de la Patria, Museo Fray Pedro Gacial, etc.

1.3.4.6. Turismo religioso

“El turismo religiosos constituye el conjunto de los desplazamientos humanos de las actividades provocadas por la devoción y nace por las exigencias del espíritu humano” (Muñoz, 1989).

Es aquel en donde uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es la tradición religiosa. Por ello, son varias los lugares que pueden visitar los turistas atraídos por

⁸ Promueve la integración interamericana desde el ámbito cultural, contribuye a un mejor conocimiento entre los pueblos del continente americano, respetando su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común.

la religión, por ejemplo: el Santuario del Quinche, La Basílica y la iglesia la Compañía.

1.3.4.7. Turismo gastronómico

Constituye una opción de turismo en la que se promociona la gastronomía del país visitado, en el cual se puede deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones mediante la visita a restaurantes y mercados que oferten productos alimenticios, e incluso al participar en fiestas locales (Torres, Esteve, & Fuentes, 2006). El objetivo del turismo gastronómico es, no sólo el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores.

La riqueza cultural quiteña se refleja en la comida y en la variedad de platos que se pueden disfrutar a cualquier hora, en los mejores restaurantes y locales populares; logrando así satisfacer toda clase de paladares. Esta gastronomía es el resultado de varias influencias culinarias lo que le da un sabor único y especial; entre los principales platos podemos destacar: cuy asado, hornado con tortillas, choclo con queso, chicha, tortillas con caucara, morocho de leche, fritada, fanesca, colada morada, empanadas, papas con librillo, morcillas de dulce, caldo de gallina criolla, yaguarlocro, ceviche de palmito, chinchulines, etc., mismos que son preparados en restaurantes como: La Casa del Arte, las delicias de Dona Morga, La Parada, fritadas La Batea, El Patacón, etc.; además de que en la zona centro se puede encontrar lugares que preparan comida internacional como: italiana, francesa, chilena, árabe, mexicana, etc., así como comida nacional como: cuencana, lojana, manabita y ambateña.

Debido a la notoria presencia de complejos y hoteles en el Cantón Quito, es preciso considerarlos dentro de la investigación, esto permitirá tener una visión mucho más amplia del crecimiento de las iniciativas turísticas y sus efectos en los aspectos económico, social, político y ambiental.

Además, por el atractivo natural del Cantón Quito se tomará a esta como base para realizar este trabajo investigativo; pues este es una de las alternativas turísticas que generan importantes ingresos económicos e influyen en el desarrollo.

También se basará en el análisis del turismo histórico y cultural, ya que es el de mayor transcendencia en el Cantón Quito, de igual manera se analizará el turismo gastronómico; lo que nos permitirá determinar el nivel de satisfacción de los turistas y los recursos monetarios asignados para el desarrollo de proyectos turísticos tanto públicos como privados.

1.3.5. Turismo en el Ecuador

El Ecuador está ubicado al noreste de América del Sur y tiene cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular; debido a que está atravesado por la línea equinoccial y dividido en dos hemisferios: Norte Sur, es denominado la Mitad del Mundo, lo que le da un gran atractivo turístico.

Sin duda el Ecuador posee una gran diversidad porque a pesar de ser un territorio pequeño posee una variedad de escenarios en los que se puede observar: suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, permitiendo el desarrollo de miles de especies de flora y fauna, pero esta diversidad no solo es natural sino también en su gente, ya que existen 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones propias de cada una de ellas.

En cuanto a la diversidad de flora y fauna, el Ecuador es el hogar de aproximadamente 1.600 especies de aves que habitan el territorio continental, 15.901 especies de plantas, 350 especies de reptiles, 400 especies de anfibios, 324 especies de mamíferos, 655 especies de árboles (Ministerio_de_Turismo, 2011).

Con el fin de proteger los espacios naturales, el Estado ecuatoriano ha dedicado el 20% del territorio nacional a parques nacionales y 44 áreas protegidas, mimas que están localizadas en las regiones de los Andes, la costa, la selva y las Islas Galápagos (Ministerio_de_Turismo, 2011).

“Los principios de la actividad turística en el Ecuador son los siguientes:

- a.** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

- b. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c. El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d. La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- e. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos” (Ministerio_de_Turismo, 2002).

1.3.5.1. Iniciativa turística pública

En los últimos años, Ecuador se ha enfocado en el diseño y aplicación de políticas estratégicas para promover y regular el turismo sostenible a nivel local, municipal y nacional; mediante el desarrollo de varios planes que permitan la gestión sostenible del ecoturismo en áreas protegidas; logrando así mantener la belleza y la provisión de otros atractivos naturales y culturales.

Así mismo están realizando alianzas estratégicas con el sector privado para el desarrollo de prácticas ambientales y sociales más responsables, con el fin de prevenir los impactos negativos del turismo y potenciar los beneficios para la sociedad ecuatoriana.

Actualmente, el Ministerio de Turismo ecuatoriano se ha preocupado por difundir todos los atractivos turísticos como destinos prioritarios para los viajeros del mundo, cumpliendo así con uno de los objetivos del Plan Estratégico para la Promoción Turística.

Este plan es una iniciativa del Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador (FMPT), mismo que es financiado con recursos del sector privado y del Gobierno Nacional; en este participan representantes del Estado, gremios de sector turístico, operadores especializados, sector hotelero, ferias, seminarios y aerolíneas.

La apertura de las denominadas Oficinas Ecuador son las encargadas de promocionar al país en el extranjero mediante alianzas con las empresas turísticas locales, para la difusión y marketing y el estímulo de la inversión extranjera en el país.

El nuevo Plan Estratégico también contempla un programa para incrementar la participación del Ecuador en las diferentes Ferias de Turismo Internacional (Club_visitaecuador, 2012).

El Distrito Metropolitano de Quito en busca del crecimiento de la actividad turística del Cantón Quito está realizando mejoramientos al atractivo local (mejorando parques, vías, infraestructuras, reubicación de parques industriales, etc.); está motivando y mejorando la capacidad emprendedora de la población quiteña; así como apoyar e incentivar procesos de asociación y de colaboración para el desarrollo comunitario.

1.3.5.2. Iniciativa turística privada

La iniciativa privada es un término que se utiliza para expresar toda iniciativa que no es estatal; el hecho de que sea una iniciativa privada no quiere decir que no pueda tener una función social, por el contrario permite que la sociedad se beneficie del mismo ya que está dirigido al interés general y común.

Según el Ministerio de Turismo “la iniciativa privada constituye el pilar fundamental del sector, por su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional” (Ministerio_de_Turismo, 2002).

Hay que reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y el Estado debe potencializar las actividades mediante el fomento y la promoción de un producto turístico competitivo.

1.3.5.3. Organismos de promoción, regulación y control

1.3.5.3.1. “Ministerio de Turismo” (Ministerio_de_Turismo, 2011)

El Ministerio de Información y Turismo del Ecuador, fue creado por el Presidente de la República, Arq. Sixto Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo N.04 el 10 de agosto de 1992, tras suprimir la Secretaría Nacional de Comunicación SENAC, entidad dependiente de la Presidencia de la República y pasar el recurso humano, técnico, y financiero.

El 29 junio de 1994 el Presidente Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo No. 2841, modifica el Decreto N.04 de 10 de agosto de 1992 y cambia la denominación al Ministerio de Información y Turismo, por Ministerio de Turismo.

Visión

El Ministerio de Turismo garantizará que la actividad turística se constituya en fuente prioritaria y permanente de ingresos del país, posicionando al Ecuador entre los más importantes destinos de Latinoamérica, aportando a la mejora de la calidad de la vida de los ecuatorianos, mediante el desarrollo social, económico y ambiental.

Misión

El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador; desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

Funciones

- a) “Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
- b) Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
- c) Planificar la actividad turística del país;
- d) Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
- e) Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
- f) Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
- g) Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
- h) Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
- i) Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional, como por ejemplo la participación anual en el FITE Feria Internacional de Turismo para de esta manera dar a conocer los atractivos y las ofertas turísticas que tiene el país, y la participación en varios congresos como el Congreso Interamericano – OEA que tienen como finalidad estimular el turismo de las Américas, así como para promover intercambio de experiencias y mejores prácticas en materia de turismo.

- j) Calificar los proyectos turísticos;
- k) Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
- l) Las demás establecidas en la Constitución, esta ley y las que le asignen los Reglamentos”. (Ministerio_de_Turismo, 2002)

1.3.5.3.2. “Cámara Provincial de Turismo de Pichincha”
(Cámara_Provincial_de_Turismo_Pichincha, 2012)

La Cámara de Turismo de Pichincha, CAPTUR, fue creada por iniciativa de empresarios privados, mediante la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y la Federación Nacional, publicada en el Registro Oficial N° 689 de 5 de Mayo de 1995. Sus Estatutos fueron aprobados mediante Acuerdo Ministerial 021 de 18 de julio de 1996.

La Cámara de Turismo de Pichincha es el máximo representante de la actividad turística privada de la provincia y agrupa a todas las empresas pertenecientes a las cinco actividades turísticas reconocidas por la Ley Especial de Desarrollo Turístico y la Ley de Cámaras de Turismo y su Federación Nacional; las mismas que son:

- a) El servicio de hotelería, hospedaje y afines realizado por establecimientos hoteleros debidamente registrados por el Ministerio de Turismo;
- b) Los servicios de operadores de agencias de viajes, prestados por empresas registradas por el Ministerio de Turismo;
- c) El servicio de transporte aéreo, terrestre, marítimo y fluvial, nacional e internacional, realizados por las empresas debidamente registradas o reconocidas por el Ministerio del ramo,
- d) El servicio de alimentos y bebidas, prestado por los establecimientos registrados por el Ministerio de Turismo; y,
- e) Los demás servicios considerados turísticos por la Ley de Turismo y sus normas reglamentarias de aplicación

La Cámara se consolidará a través de los siguientes mecanismos:

- * Impulsando el desarrollo permanente de los afiliados.
- * Convirtiéndose en el ente regulador de la actividad turística.
- * Logrando que los gremios se sientan apoyados por la Cámara, mediante capacitaciones con la finalidad de apoyan la formación de recursos humano en turismo y elevar la calidad del servicio y la competitividad del sector, además de darles asesoría contable y legal cuando lo requieran y proporcionarles publicidad e información estadística del turismo (Cámara_Provincial_de_Turismo_Pichincha, 2012).
- * Sentando las bases para la permanencia de la Cámara.
- * Obteniendo el reconocimiento de la comunidad y del gobierno.
- * Participando con protagonismo positivo en el análisis y soluciones de los problemas nacionales.
- * Estableciendo un sistema efectivo de comunicación interna y externa.
- * Promocionando los atractivos turísticos de la provincia y del país.

1.3.5.3.3. Empresa Pública Metropolitana de gestión de destino turístico

Según ordenanza metropolitana Nro. 0309 – 2010, artículo 14; el Concejo Metropolitano de Quito, establece la creación de **Empresas Públicas Metropolitanas** para la gestión de servicios estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de actividades económicas.

Los objetivos principales de la empresa pública metropolitana de gestión de destino turístico (Consejo_Metropolitano_de_Quito, 2010), son los siguientes:

- a. Desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, tales como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras;
- b. Promocionar el Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional;
- c. Coordinar las actividades del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico;
- d. Fomentar la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema;
- e. Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico;
- f. Desarrollar, en el marco de la legislación vigente, rubros de negocios relacionados, directa o indirectamente, con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en coordinación con otras empresas;
- g. Prestar servicios públicos, a través de la infraestructura a su cargo, como partícipe o integrador en la actividad de ferias, eventos y convenciones;
- h. Prestar servicios públicos relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística; e,
- i. Las demás actividades operativas relativas a las competencias que en el ámbito turístico corresponden al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, de conformidad con la ley, y las que en esta materia le han sido transferidas por el Gobierno Nacional.

1.3.5.4. Intervención del sistema financiero en el turismo

México (Secretaría de Turismo de México, 2010)

En este país una de las prioridades del sector financiero es apoyar el desarrollo de proyectos turísticos, razón por la cual, durante el primer semestre del año 2010 las

inversiones privadas ascendieron a 1,833 millones de dólares de los cuales el 88.4% fue nacional y 11.6% de inversión extranjera.

Dichos recursos se orientaron al desarrollo de 402 proyectos, ubicados así: El 50.4% en el centro del país, el 36.6% en zona playera, el 9.2% en la frontera norte y el 3.8% en la zona del mundo maya, lo cual le ha permitido a este país incrementar la competitividad del sector y generar 12 mil empleos.

En cuanto a la inversión pública, México ha canalizado cerca de 119 millones de dólares (1.612 millones de pesos) para dar apoyo a 229 proyectos de infraestructura beneficiando a más de 835 mil mexicanos, además de incrementar la disponibilidad de habitaciones en los diversos destinos turísticos en un 4.4%.

En definitiva, México mediante la aplicación de diversas estrategias y campañas nacionales o extranjeras como: Vive México, ¿sabías qué? y México, The place you thought you knew, ha logrado mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos y que su país sea parte de los lugares turísticos más atractivos y visitados en el mundo, así como la captación de 6.486 millones de dólares de enero a junio lo que representa un incremento del 7.3% en los ingresos de la economía nacional en relación al año 2009.

Ecuador (Ministerio de Turismo, 2010)

En el Ecuador el turismo representa un sector estratégico para el Gobierno motivo por el cual se ha efectuado una innovación en su estructura, procesos y planificación estratégica, esta importancia que da el Gobierno Nacional se ha evidenciado en el incremento progresivo del presupuesto para el desarrollo de proyectos turísticos, mismo que en el 2010 ascendió a 30 millones de dólares, esto ha permitido el desarrollo de 6 áreas clave incluidas en el “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible en Ecuador (PLANDETUR 2020)”: capacitación y formación de recursos humanos, fomento e inversiones, medidas transversales para el turismo, gobierno del sistema turístico, desarrollo de facilidades turísticas, y marketing y promoción.

Además de esta inversión se “asignó aproximadamente 3 millones de dólares a través del Fondo Mixto de Promoción Turística (FMPT)⁹ y 3 millones por parte del Ministerio de Turismo” (Ministerio de Turismo, 2011) para el desarrollo de campañas de promoción dirigidas al mercado nacional y a los principales mercados internacionales: Perú, Colombia, Venezuela, Estados Unidos, entre otros.

Adicionalmente y con el fin de sensibilizar a la inversión extranjera el Ministerio de Turismo trabaja en la preparación de misiones de promoción y atracción de inversiones dirigidos a distintos países del Asia y los Estados Unidos; así como también en otras acciones de promoción innovadoras como las tiendas Ecuador a inaugurarse en Lima y Guayaquil, con el fin de obtener mayores recursos de la cooperación internacional, los mismos que respeten la soberanía y financien proyectos turísticos en los distintos territorios, para lograr así un desarrollo social y económico más equitativo. (Ministerio de Turismo, 2010)

En definitiva, los esfuerzos realizados por el Gobierno y el Ministerio de Turismo al participar en importantes ferias internacionales de turismo como FITE (Feria Internacional de Turismo) o la realización de la semana turística, comercial y cultural en Perú, Venezuela y Colombia; estrategia que se extenderá hacia Europa el próximo año (2011); han permitido que el ingreso estimado de divisas por concepto de turismo receptor sea de 783,6 millones de dólares en el 2010. (Ministerio de Turismo, 2011)

Relación:

Existe una gran diferencia entre la inversión pública realizada en México y Ecuador, debido a que México en el primer semestre del 2010 invirtió 119 millones de dólares mientras que en Ecuador, en el mismo año, hubo una inversión de 36 millones de dólares; lo que significa que México en un solo semestre triplica la inversión que el Ecuador realiza anualmente; esto sucede porque México se encuentra en una etapa madura en cuanto al turismo y por esto es considerado como uno de los destinos

⁹ El Fondo Mixto de Promoción Turística es un fideicomiso mercantil financiado con recursos del sector privado y del Gobierno Nacional; actúa como brazo ejecutor de las estrategias del MINTUR en lo referente a mercadeo, promoción y marketing.

turísticos más importantes a nivel mundial, lo que asegura que cualquier inversión realizada se recupere y dé como resultado el mejoramiento de la calidad de vida de los mexicanos; cosa que no sucede con Ecuador, ya que aún se encuentra en la etapa de emprendimiento y promoción turística misma que llevará tiempo para lograr un posicionamiento en el mercado turístico, siendo este motivo por el cual existe una escases de inversión para el desarrollo de todos los proyectos turísticos que se pueden llevar a cabo en el país.

CAPÍTULO II

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE LA INICIATIVA PÚBLICA Y PRIVADA PARA LA GENERACIÓN DE TURISMO EN EL CANTÓN QUITO, PARA EL PERÍODO 2006 – 2011.

En este capítulo se plantearán las hipótesis y se identificarán la población finita (entidades financieras y promotores turísticos) e infinita (turistas) del Cantón Quito, objetos de estudio; así como la planificación del tipo de investigación, diseño y métodos a ser aplicados.

Los métodos que se aplicaran en el estudio son: método exploratorio, método descriptivo y método correlacional-causal; también se utilizaran varias técnicas de recolección de datos como: entrevistas, encuestas y observaciones, con el propósito de obtener la información necesaria que permite el desarrollo adecuado de la investigación

Además, en este capítulo se indicará el orden de visita a los lugares turísticos ubicados en las distintas parroquias del Cantón Quito, y la descripción del proceso de recolección y tabulación de los datos obtenidos.

2.1. Hipótesis y variables

Para el estudio de la incidencia de los recursos monetarios que el sistema financiero ecuatoriano ha puesto a disposición de la iniciativa privada y pública para la generación de turismo en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011; se ha planteado las siguientes hipótesis:

H1: A mayor desarrollo de proyectos de turismo, mayor nivel de empleo.

- * **Variable dependiente:** Nivel de empleo.
- * **Variable independiente:** Desarrollo de proyectos de turismo.

H2: La escases de recursos monetarios para el sector turístico afecta a la calidad de la infraestructura turística.

- * **Variable dependiente:** Calidad de la infraestructura turística.
- * **Variable independiente:** Escases de los recursos monetarios para el sector turístico.

H3: A mayor promoción turística, mayor afluencia de turistas y mejoramiento de la economía de unidades turísticas

- * **Variable dependiente:** Afluencia de turistas.
Mejoramiento de la economía de unidades turísticas.
- * **Variable independiente:** Promoción turística.

H4: La población del Cantón Quito le atribuye más importancia al turismo cultural que al turismo recreacional.

- * **Variable dependiente:** Turismo cultural.
Turismo recreacional.
- * **Variable independiente:** Población del Cantón Quito.

2.2. Tipo de investigación

Para el presente estudio se utilizará la investigación no experimental, la cual se lleva a cabo sin manipular intencionalmente las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables; en esta investigación, lo que se hace es observar los fenómenos

tal y como se presentan en su contexto natural para obtener datos y después analizarlos, pero su control es menos riguroso que la investigación experimental (Ortíz F. , 2004).

La investigación no experimental es idónea porque se ha planteado un problema de orden económico y nos ayudará a identificar antecedentes generales, tendencias, cuantificaciones y tener una visión general de la incidencia de los recursos monetarios que el sistema financiero ecuatoriano ha puesto a disposición de la iniciativa privada y pública para la generación de turismo en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011.

2.2.1. Tipo de investigación no experimental

En la investigación no experimental existen dos tipos de diseños: transeccional y longitudinal¹⁰; el más aplicable al presente estudio es el diseño transeccional, el cual se especializa en recolectar datos en un momento determinado y cuyo propósito es describir variables, analizar su incidencia y las posibles interrelaciones que existen entre variables de interés; además puede estudiarse varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores, diferentes comunidades, situaciones o eventos (Hernández, Fernández, & Baptista, Concepción y elección del diseño de investigación, 2006).

Este tipo de diseño, debido a su flexibilidad, nos permitirá manejar y obtener información cuantitativa, cualitativa e histórica; para posteriormente generar un diagnóstico y sugerencias que contribuyan a una adecuada asignación de recursos por parte del sistema financiero hacia el sector turístico y por ende mejorar la economía del país.

2.2.2. Métodos de investigación

Los métodos del diseño transeccional que se utilizarán son: exploratorio, descriptivo y correlacionales-causales.

¹⁰ Consiste en recolectar datos en diferentes períodos de tiempo para determinar conclusiones acerca de los cambios, causas y efectos.

Método exploratorio: este método se aplica a investigaciones de temas nuevos o desconocidos y consiste en conocer una variable, conjunto de variables, comunidad, contexto, evento o situación. Se trata de una investigación inicial en un momento específico y los datos recolectados son exclusivamente validos para el tiempo y lugar en que se efectuaron su estudio (Hernandez, Fernadéz, & Baptista, Concepción y elección del diseño de investigación, 2006).

Este método nos permitirá corroborar la veracidad de la información obtenida mediante la observación que se realizará en las distintas parroquias en los que se encuentran los promotores turísticos y entidades financieras del Cantón Quito.

Método descriptivo: tiene como objetivo indagar la incidencia que producen las variaciones de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables o grupos de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; así proporcionar su descripción. Son estudios puramente descriptivos y cuando se establecen hipótesis, estas también son descriptivas, además en este método se pueden realizar descripciones comparativas entre los grupos o subgrupos objetos de estudio. (Hernández, Fernández, & Baptista, Concepción y elección del diseño de invetigación, 2006)

Se procede al uso del método descriptivo para describir la realidad actual de los promotores turísticos así como de los turistas y el desarrollo de los mismos en el pasado, no se limita a la simple recolección y tabulación de datos si no que conlleva a la interpretación racional y el análisis objetivo.

Método correlacional-causal: en este método se determinan y describen las relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces únicamente en términos correlacionados y otras en relación causa y efecto; en este caso se analizará la incidencia y efecto que tiene el sistema financiero sobre el desarrollo del turismo en el Cantón Quito en los últimos 6 años; observando cuan vinculadas están estas variables y luego la relación causal entre las mismas, puesto que estas causas y efectos ya ocurrieron en la realidad o están ocurriendo durante el desarrollo del estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, Concepción y elección del diseño de investigación, 2006).

2.3. Población y muestra

Población:

Es el conjunto de elementos que tienen una característica en común y que se estudia para obtener posteriormente conclusiones (Sentís, 2003). La población puede ser finita o infinita.

Población infinita:

“No se puedan conocer el número exacto de los elementos que componen el conjunto” (Sentís, 2003); en esta investigación la población infinita constituyen los turistas tanto nacionales como extranjeros que se encuentran en los distintos lugares turísticos del Cantón Quito.

Población finita:

“Cuando se conoce el número exacto de todos los elementos que componen el conjunto” (Sentís, 2003), para esta investigación la población conocida estará constituida por: entidades financieras y promotores turísticos (agencias turísticas, restaurantes, hoteles, complejos, centros ecológicos y museos/iglesias), ubicadas en el Cantón Quito.

La población de la investigación está conformada por dos grupos; en donde el número de la población finita o conocida, ha sido obtenida del boletín de registro de instituciones legalmente constituidas y controladas por la Superintendencia de Compañías y la Superintendencia de Bancos y Seguros respectivamente.

A continuación se detallan los listados de la población conocida, misma que serán objetos de estudio en esta investigación:

A. Entidades financieras:

Tabla No. 15: Bancos privados (05/01/2012)

No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD
1	Banco Amazonas
2	Banco del Austro
3	Banco Bolivariano
4	Banco General Rumiñahui
5	Banco de Guayaquil
6	Banco Internacional
7	Banco de Loja
8	Banco de Machala
9	Banco del Pacífico
10	Banco Pichincha C.A.
11	Produbanco
12	Banco Solidario
13	Unibanco
14	Banco Promerica
15	Banco Procredit
16	Banco Territorial
17	Banco Sudamericano

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2012)

Elaborado: Flores, González.

Tabla No. 16: Bancos públicos (05/01/2012)

No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD
1	Banco Nacional de Fomento
2	Corporación Financiera Nacional

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2012)

Elaborado: Flores, González.

Tabla No. 17: Mutualistas (05/01/2012)

No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD
1	Mutualista Imbabura
2	Mutualista Pichincha

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2012)

Elaborado: Flores, González.

Tabla No. 18: Cooperativas de ahorro y crédito (05/01/2012)

No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD
1	Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle
2	Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio
3	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio de Ambato
4	Cooperativa de Ahorro y Crédito Textil 14 de Marzo
5	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso
6	Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui
7	Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre
8	Cooperativa de Ahorro y Crédito Puéllaro Ltda.
9	Cooperativa de Ahorro y Crédito Crecer Wiñari
10	Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía Ltda.
11	Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuleo
12	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao
13	Cooperativa de Ahorro y Crédito FINANCOOP
14	Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba Ltda.
15	Cooperativa de Ahorro y Crédito La Carolina
16	Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPECO
17	Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco de Asís
18	Cooperativa de Ahorro y Crédito CACHA Ltda.
19	Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPAD
20	Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan de Salinas
21	Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuck Yaya
22	Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Taboada

Fuente: (Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros, 2012)

Elaborado: Flores, González.

B. Promotores turísticos (Ver anexo 1)

Tabla No. 19: Promotores turísticos (05/01/2012)

	Actividad del promotor turístico	Cantidad
Promotor turístico	Agencias turísticas	292
Promotores turísticos de sitio	Restaurantes	78
	Museos/iglesias	40
	Centros ecológicos	21
	Complejos	31
	Hoteles	85
Total		547

Fuente: (Superintendencia_de_Compañías, 2012); (Turismo_Museos, 2012); (Gobierno_de_la_Provincia_de_Pichincha, 2005).

Elaborado: Flores, González.

Muestra:

Es un subconjunto de elementos que pertenecen a la población definida y sirven para representarla (Sentís, 2003).

Tipo de muestra:

Entre los tipos de muestra se señalan los siguientes:

Muestra probabilística

Mediante este tipo de muestreo, todas las unidades de la investigación tienen la misma probabilidad de ser elegidos, ya que se lo hace mediante el proceso aleatorio simple o al azar; mismo que se va aplicar en la investigación a las entidades financieras y promotores turísticos (agencias turísticas, restaurantes, museos/iglesias, complejos, hoteles y centros ecológicos); debido a que, si utilizamos otro tipo de muestreo se seleccionará unidades específicas de la población conocida, existiendo la posibilidad de que dichas entidades no nos proporcionen información (Hernández, Fernández, & Baptista, Selección de la muestra, 2006).

Muestra no probabilística

Subgrupo de la población en que la elección de los elementos no depende de la probabilidad si no de las características de quien conforma la muestra, dentro de esta no existe ningún proceso mecánico ya que depende del criterio del investigador.

Este tipo de muestreo se aplicará a los turistas que cumplan con ciertos criterios como: estado de ánimo y predisposición para proporcionar la información requerida (Hernández, Fernández, & Baptista, Selección de la muestra, 2006).

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizarán las siguientes fórmulas:

- * Población finita:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{\Sigma^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

- * Población infinita:

$$n = \frac{P Q Z^2}{\Sigma^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Coeficiente de confianza

P = Proporción poblacional de éxito

Q = Probabilidad de ocurrencia sin éxito

N = Universo o población conocida

Σ^2 = Margen de error

Tabla No. 20: Población y muestra (07/01/2012)

UNIVERSO	SEGMENTACIÓN	POBLACIÓN FINITA	MUESTRA	
			FÓRMULA	CANTIDAD
Entidades financieras	Bancos Privados	17	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 17}{0,07^2(17 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	15
	Bancos Públicos	2	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 2}{0,07^2(2 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	1
	Cooperativas de Ahorro y Crédito	22	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 22}{0,07^2(22 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	19
	Mutualistas	2	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 2}{0,07^2(2 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	1
	TOTAL:	43		36
Promotores turísticos	Agencias Turísticas	292	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 292}{0,07^2(292 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	106

Promotores turísticos	Restaurantes	78	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 78}{0,07^2(78 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	53
	Museos / Iglesias	40	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 40}{0,07^2(40 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	33
	Centros ecológicos	21	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 21}{0,07^2(21 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	19
	Complejos	31	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 31}{0,07^2(31 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	26
	Hoteles	85	$n = \frac{1,81^2 * 0,50 * 0,50 * 85}{0,07^2(85 - 1) + 1,81^2 * 0,50 * 0,50}$	56
	TOTAL:	547		
Turistas	Nacionales		$n = \frac{0,50 * 0,50 * 1,81^2}{0,07^2}$	167
	Extranjeros			167
	TOTAL:			334

Elaborado: Flores, González.

La **tabla No. 20** refleja la población y muestra a ser investigada, para el cual se toma en cuenta a las entidades ubicadas en el Cantón Quito y turistas que realizan turismo dentro del mismo. Para una mejor visualización y entendimiento se ha segmentado la población (universo) en tres grupos, los cuales son: entidades financieras, promotores turísticos (población finita) y turistas (población infinita).

En las entidades financieras la población finita es de 43, dentro de estas se identifican cuatro subgrupos que son: 17 bancos privados, 2 bancos públicos, 22 cooperativas de ahorro y crédito y 2 mutualistas; en cuanto a los promotores turísticos la población finita es de 547, en el cual se identifican seis subgrupos que son: 292 agencias turísticas, 78 restaurantes, 40 museos/iglesias, 21 centros ecológicos, 31 complejos y 85 hoteles, teniendo como población finita total de 590; mientras que en el grupo de los turistas que constituyen la población infinita se identifican dos subgrupos que son: turistas nacionales y turistas extranjeros.

Para el cálculo del tamaño de la muestra de la población finita se utiliza la fórmula $n = \frac{Z^2 PQN}{\Sigma^2(N-1) + Z^2 PQ}$; misma que se aplica a cada subgrupo tanto de las entidades financieras como de los promotores turísticos, en donde la muestra a ser indagada y analizada es de: 15 bancos privados, 1 banco público, 19 cooperativas de ahorro y crédito y 1 mutualista, dando un total de 36 entidades financieras; en el caso de los promotores turísticos la muestra a ser estudiada y analizada es de: 106 agencias turísticas, 53 restaurantes, 33 museos/iglesias, 19 centros ecológicos, 26 complejos y 56 hoteles, dando un total de 293 promotores turísticos; esto da como resultado una muestra total de 329, correspondiente a la población finita.

Para el cálculo del tamaño de la muestra de la población infinita se utiliza la fórmula $n = \frac{PQZ^2}{\Sigma^2}$; misma que se aplica a cada subgrupo de los turistas, en donde la muestra a ser indagada y analizada es de: 167 turistas nacionales y 167 turistas extranjeros, dando una muestra de 334 turistas.

En resumen, la muestra para llevar a cabo esta investigación es de 663, este valor fue obtenido de la población (finita e infinita), como se explica en los anteriores párrafos.

2.4. Fuentes de recolección

Constituyen aquellos medios que nos proporcionan datos directos e indirectos que facilitan el desarrollo de la investigación; y pueden ser:

Primarias

Las fuentes primarias son aquellas que surgen durante la investigación, ya que el autor recolecta y publica la información por primera vez teniendo así evidencia directa sobre el tema investigado (Bernal, 2006).

Para efectos de esta investigación los datos e información se obtendrán mediante entrevistas y encuestas a los gerentes de las entidades que conforman el sistema financiero ecuatoriano, los turistas y los promotores turísticos en estudio, para realizar su respectivo análisis.

Secundarias

Las fuentes secundarias constituyen información citada en la investigación pero que no es de autoría del investigador y son “utilizadas para ampliar el contenido de la información de una fuente primaria, para planificar el estudio y confirmar los hallazgos” (Silvestrini & Vargas, 2008).

Las fuentes secundarias que utilizaremos en esta investigación son: libros, revistas, periódicos, leyes, normas, ordenanzas, boletines, estadísticas, sitios web, bases de datos y otros con respecto al tema tratado.

2.5. Técnicas de recolección de información

Entrevista: es un diálogo entre dos o más personas para obtener una opinión o información del tema indagado (Gómez, Fuentes de datos y técnicas de recolección, 1998).

Las entrevistas se realizarán a:

- * Gerentes o jefes de crédito de entidades financieras
- * Promotores turísticos (agencias turísticas)

Encuesta: es una serie de preguntas lógicamente ordenadas que permiten obtener información relevante de un sector de la población sobre un tema específico (Latorre, 1996), misma que se aplicarán a:

- * Turistas (nacionales – internacionales).
- * Promotores turísticos de sitio (restaurantes; museos/iglesias; centros ecológicos; complejos; hoteles)

Observación: estudia un objeto o un fenómeno en su realidad mediante todos los sentidos por parte del investigador (Gómez, 1998); durante la investigación se realizará:

- * Observaciones de la calidad de los productos y servicios turísticos, la infraestructura de los lugares turísticos y la afluencia turística.

Para la recolección de datos en este trabajo se utilizarán:

- * Instrumentos que nos servirán para la recolección de información como pendrive, CDs, esferos.

2.5.1. Análisis de la información

Una vez que se desarrolle el proceso de recolección de datos se procederá a la tabulación de los mismos, para esto se tomará en cuenta la siguiente secuencia:

- a) Verificación y clasificación de encuestas y entrevistas: cada encuesta y entrevista será revisada para cotejar los datos obtenidos.
- b) Depuración de datos: los datos a procesar tendrán que ser legibles de tal forma que se puedan entender con facilidad, consistencia y que estén acorde a los objetivos del estudio.

Para el análisis se usará:

1. **Codificación de datos:** consiste en asignar un valor numérico a cada pregunta.
2. **Tabulación:** es el recuento de los datos que están recogidos en los cuestionarios; se realizan todas las operaciones para la obtención de resultados numéricos relativos al tema de estudio (Mercado, 2004).
3. **Tablas de frecuencias:** es una tabla en la que se organizan los datos en clases, es decir, en grupos que recojan las características de los datos y muestra el número de observaciones del conjunto de datos que caen en cada una de esas clases (De la Puente, 1995).
4. **Gráficos estadísticos:** es la representación de la información recolectada, con la finalidad de obtener una visión gráfica de la misma, que facilite su rápida comprensión (Gómez, Construcción y análisis de gráficos estadísticos, 1998). Los gráficos son una alternativa a las tablas para representar las distribuciones de frecuencias.

Tabla No. 21: Cronograma de visita a las parroquias del Cantón Quito (24/04/2012)

PARROQUIAS DEL CANTÓN QUITO	ABRIL			MAYO																										
	Semana 1			Semana 2							Semana 3							Semana 4							Semana 5					
	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Pacto	✓																													
Gualea	✓																													
Nanegal		✓																												
Nanegalito		✓																												
Nono		✓																												
La Merced			✓ x ñ																											
Quito				x	x	x	✓			✓	ñ	ñ	ñ				ñ	ñ	✓	✓				x	x	x	ñ			✓
San José de Minas							✓																							
Chavezpamba							✓																							
Puérallo								✓ ñ																						
San Antonio/Pichincha									✓ x																					
Alangasí														✓																

PARROQUIAS DEL CANTÓN QUITO	ABRIL				MAYO																										
	Semana 1				Semana 2							Semana 3							Semana 4							Semana 5					
	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
Lloa															✓ δ																
Guangopolo																						✓									
Cumbayá																						✓ δ									
Tumbaco																						✓									
El Quinche																							✓								
Guallabamba																								✓							
Pintag																													✓		
Amaguaña																														✓	

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
✓	Promotores Turísticos
×	Agencias Turísticas
δ	Entidades financieras

Elaborado: Flores, González.

En la **tabla No. 21** se especifica la fecha y el orden en que se efectuará la recolección de datos en cada una de las parroquias del Cantón Quito; misma que iniciará con la visita a los promotores turísticos de sitio (restaurantes, hoteles, complejos y centros ecológicos) durante los fines de semana, desde los más distantes a los más cercanos; además, de aplicar las encuestas a turistas nacionales y extranjeros en dichos lugares.

La razón por la cual hemos decidido realizar la recolección de datos de esta manera es porque para trasladarnos a los lugares turísticos situados en las parroquias más distantes se requiere de mayor tiempo para localizar su ubicación exacta y durante los fines de semana existe mayor afluencia turística en los complejos, hoteles, restaurantes y centros ecológicos; esto facilitará la obtención de la información.

De lunes a jueves se aplicará las entrevistas a entidades financieras y agencias turísticas porque estos días son laborables y existe mayor disponibilidad por parte de dichas entidades; así mismo, por la cercanía en estos días se aplicarán las encuestas a los promotores turísticos de sitio (museos/iglesias, restaurantes y hoteles) y a los turistas nacionales y extranjeros que se encuentran en la parroquia Quito.

En el caso de las encuestas a turistas nacionales y extranjeros, se aplicará de acuerdo a la afluencia turística en cada uno de los lugares turísticos visitados y en función a la colaboración por parte de los mismos.

El número de entrevistas y encuestas a aplicarse a las entidades financieras, promotores turísticos y turistas en las distintas parroquias del Cantón Quito se encuentran reflejados en la tabla No. 22.

Tabla No. 22: Planificación de la recolección de datos por parroquia (24/04/2012)

Parroquias del Cantón Quito	Entidades Financieras	Promotores Turísticos						Turistas	
		Agencias turísticas	Restaurantes	Museos/ iglesias	Centros ecológicos	Complejos	Hoteles	Nacionales	Extranjeros
Pacto			2		2		3	8	2
Gualea				1	1	1		10	7
Nanegal					1				
Nanegalito			10		2		1	10	8
Nono					2			5	3
La Merced	1	1	1			3		20	
Quito	31	104	12	42			30	30	75
San José de Minas			2			3	2	5	
Chavezpamba					1	1			
Puérallo	1				2	2		4	
San Antonio de Pichincha		1	15	6			5	20	50
Alangasí						8	3	15	

Parroquias del Cantón Quito	Entidades Financieras	Promotores Turísticos						Turistas	
		Agencias turísticas	Restaurantes	Museos/ iglesias	Centros ecológicos	Complejos	Hoteles	Nacionales	Extranjeros
Lloa	1			1	3	2	2	8	2
Guangopolo						1		2	
Cumbayá	1		5			1		5	
Tumbaco						2	3	2	
El Quinche			2	1				6	5
Guallabamba			3	1	1	1	5	8	10
Pintag					3		1	3	
Amaguaña			1		1	1	1	6	5
TOTAL	36	106	53	53	19	26	56	167	167

Elaborado: Flores, González.

2.6. Recolección de datos

En esta parte de la investigación se procederá a la visita y aplicación de entrevistas y/o encuestas a las distintas entidades financieras, promotores turísticos ubicados en el Cantón Quito; así como a los turistas nacionales y extranjeros.

2.6.1. Sistema financiero ecuatoriano

Consiste en la aplicación de entrevistas a: bancos privados, bancos públicos, mutualistas y cooperativas de ahorro y crédito; quienes conforman el sistema financiero ecuatoriano

2.6.2. Promotores turísticos

En este caso se aplicarán entrevistas a las agencias turísticas y encuestas a los promotores de sitio, entre los cuales se encuentran: complejos, restaurantes, hoteles, museos/iglesias y centros ecológicos.

2.6.3. Turistas

Se aplicarán encuestas tanto a turistas extranjeros y turistas nacionales que se encuentren en los lugares turísticos del Cantón.

CAPÍTULO III

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS

En este capítulo se efectuará la tabulación e interpretación de los datos obtenidos en las entrevistas y encuestas realizadas a las entidades financieras, promotores turísticos (agencias turísticas, restaurantes, museos/iglesias, centros ecológicos, complejos y hoteles) y turistas, objetos de estudio.

Posteriormente se realizarán tablas de frecuencias con sus respectivos gráficos estadísticos para mostrar los datos obtenidos de manera más detallada y entendible, que permitan realizar un análisis adecuado del tema investigado.

Además, en este capítulo se efectuará un análisis económico, político, social y ambiental de la incidencia de los recursos monetarios que el sistema financiero ecuatoriano ha puesto a disposición de la iniciativa privada y pública para la generación de turismo en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011, para posteriormente comprobar las hipótesis planteadas.

3.1. Codificación y tabulación de datos

La codificación y tabulación de los datos obtenidos de las entrevistas realizadas a las entidades financieras y agencias turísticas; así como de las encuestas aplicadas a los promotores turísticos de sitio y turistas, mismos que constituyen la población finita e infinita; se efectuó según el orden de segmentación de dicha población como se muestra en la tabla No. 20.

Para la tabulación se realizó el siguiente proceso:

- * Se creó una tabla para cada segmento de la población, en la cual se transcriben las preguntas de los cuestionarios de las entrevistas y encuestas.
- * Posteriormente, por cada pregunta, se asignó a todos y cada uno de los tipos de respuesta un dígito que represente a dicha respuesta y se trasladó de manera resumida a la tabla.
- * Una vez hecho lo anterior se procedió a cuantificar el número de respuestas obtenidas por pregunta.

3.2. Gráficos estadísticos y análisis e interpretación de datos

Una vez efectuada la tabulación de la información recolectada mediante entrevistas a entidades financieras y a agencias turísticas; así como encuestas a promotores de sitio (restaurantes, hoteles, museos/iglesias, centros ecológicos y complejos), turistas nacionales y extranjeros; se procede a realizar las tablas de frecuencias, los gráficos estadísticos y el correspondiente análisis e interpretación de datos para obtener una visión general y de fácil comprensión acerca de la incidencia de los recursos monetarios que el sistema financiero ecuatoriano ha puesto a disposición de la iniciativa privada y pública para la generación de turismo en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011.

3.2.1. Análisis del sistema financiero ecuatoriano

En esta parte se examina la intervención del sistema financiero ecuatoriano en el financiamiento para el desarrollo de proyectos turísticos, tanto públicos y como privados dentro del Cantón Quito.

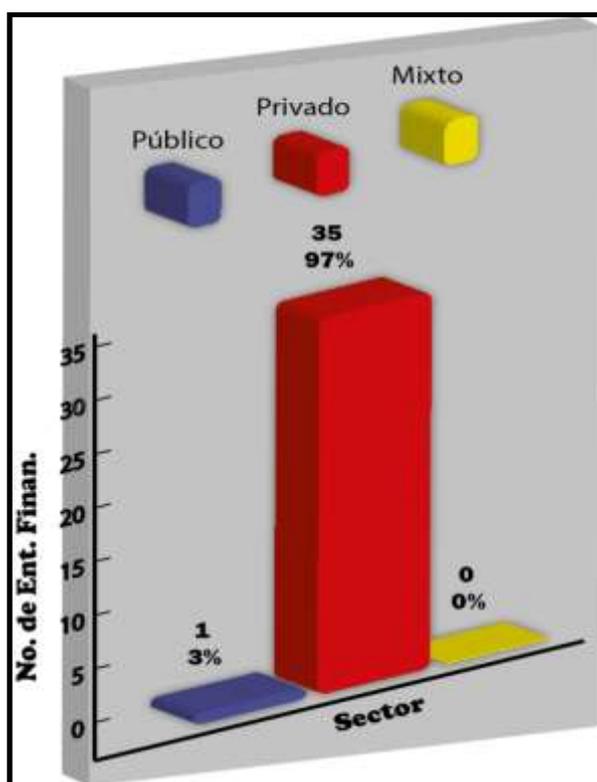
A continuación se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a 36 entidades financieras (15 bancos privados, 1 banco público, 1 mutualista y 19 cooperativas de ahorro y crédito), objetos de estudio:

Tabla No. 23: Distribución de entidades financieras por sector (06/06/2012)

		Sector			Total
		Público	Privado	Mixto	
Ent. Finan.	Bancos	1	15	0	16
	Mutualistas	0	1	0	1
	Cooperativas	0	19	0	19
Total		1	35	0	36
Porcentaje		3%	97%	0%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 3: Distribución de entidades financieras por sector



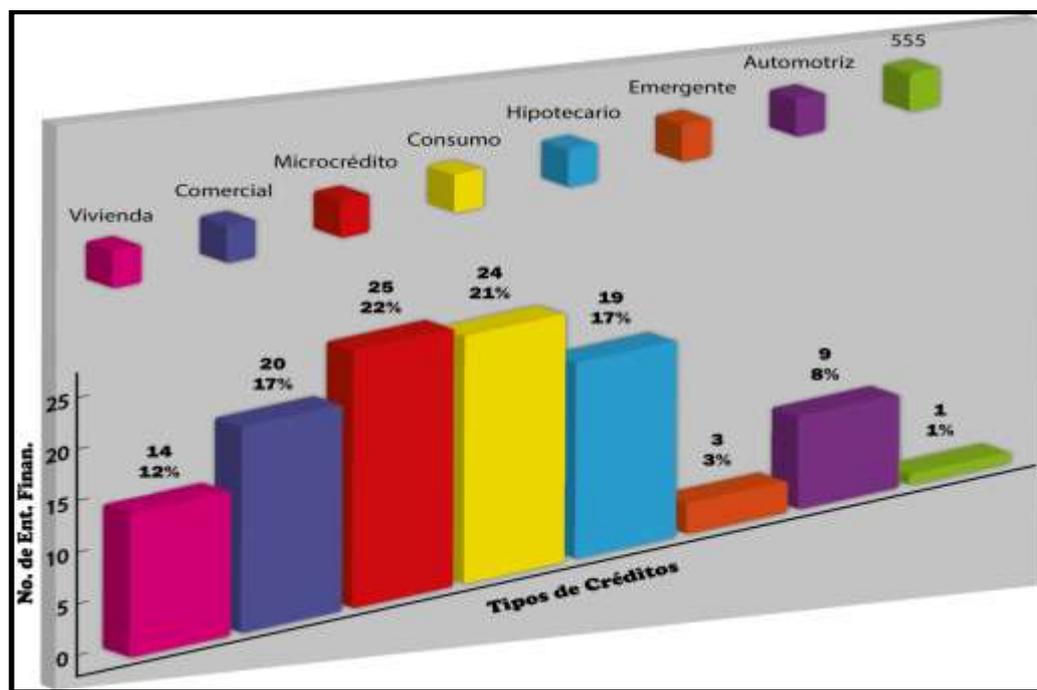
El gráfico No. 3 muestra que un 97% de las entidades financieras entrevistadas pertenecen al sector privado, y un 3% pertenecen al sector público; además de evidenciar que no existen entidades financieras que pertenezcan al sector mixto.

Tabla No. 24: Distribución de entidades financieras por tipo de créditos
(06/06/2012)

		Créditos							Total	
		Vivienda	Comercial	Microcrédito	Consumo	Hipotecario	Emergente	Automotriz		
Ent. Finan.	Bancos Privados	8	11	7	12	5	1	5	0	49
	Bancos Públicos	0	1	1	0	1	0	0	1	4
	Mutualistas	1	0	0	1	1	0	0	0	3
	Cooperativas	5	8	17	11	12	2	4	0	59
Total		14	20	25	24	19	3	9	1	115
Porcentaje		12%	17%	22%	21%	17%	3%	8%	1%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 4: Distribución de entidades financieras por tipo de créditos



El gráfico No. 4 muestra que el 22% de las entidades financieras otorgan microcréditos, el 21% conceden créditos de consumo, el 17% confieren créditos comerciales, el 17% otorgan créditos hipotecarios, el 12% conceden créditos de vivienda, y el 8% y 3% confieren créditos automotriz y emergentes, respectivamente;

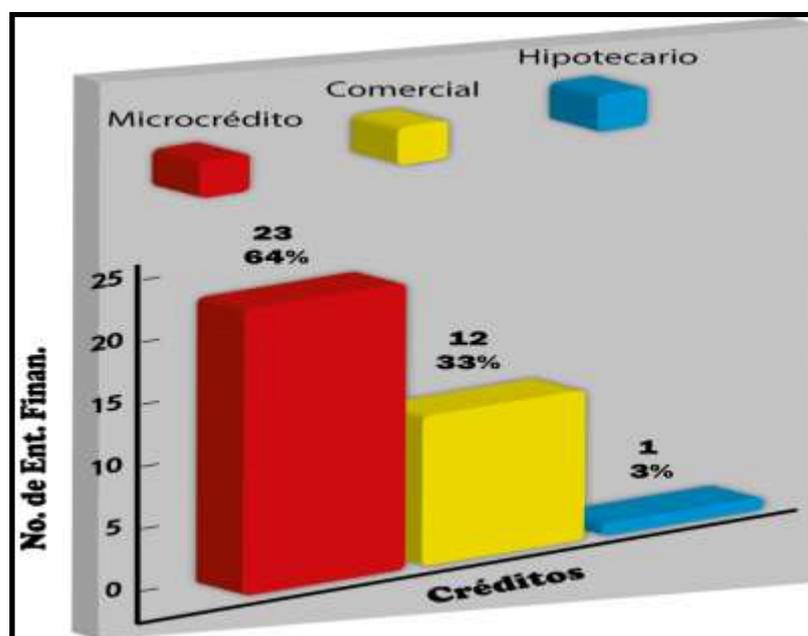
esto demuestra que existen diversos productos bancarios que benefician al desarrollo del sector productivo.

Tabla No. 25: Distribución de entidades financieras por tipos de créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012)

		Créditos			Total
		Microcrédito	Comercial	Hipotecario	
Ent. Finan.	Bancos Privados	6	8	1	15
	Bancos Públicos	1	0	0	1
	Mutualistas	0	1	0	1
	Cooperativas	16	3	0	19
Total		23	12	1	36
Porcentaje		64%	33%	3%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 5: Distribución de entidades financieras por tipos de créditos dirigidos al sector turístico



El gráfico No. 5 indica la proporción de entidades financieras que otorgan créditos al sector turístico de diferentes maneras. A través de microcréditos lo ofrecen el 64% de las entidades financieras; mediante créditos comerciales lo ofrecen el 33% de las entidades financieras y con créditos hipotecarios lo ofrecen el 3% de las entidades

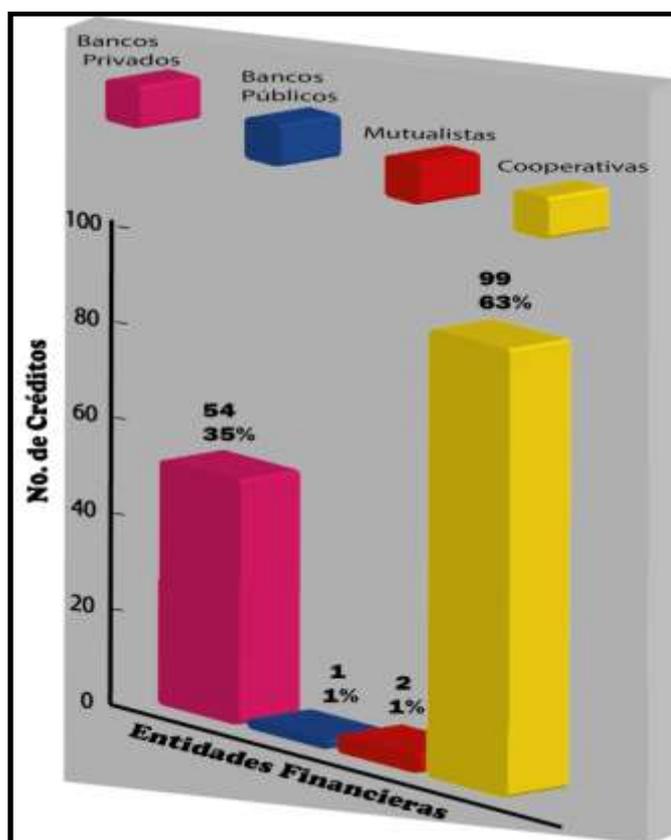
financieras; demostrando que para el desarrollo del sector turístico se conceden en mayor proporción microcréditos.

Tabla No. 26: Distribución de créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012)

		Número de créditos	Porcentaje	Promedio ponderado
Ent. Finan.	Bancos Privados	54	35%	4
	Bancos Públicos	1	1%	1
	Mutualistas	2	1%	2
	Cooperativas	99	63%	5
Total		156	100%	12

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 6: Distribución de créditos dirigidos al sector turístico



El gráfico No. 6 muestra la proporción de créditos dirigidos al sector turístico que cada entidad financiera otorga de 10 créditos; en donde, las cooperativas de ahorro y crédito otorgan el 63% de créditos y los bancos privados conceden el 35% de créditos para el sector turístico.

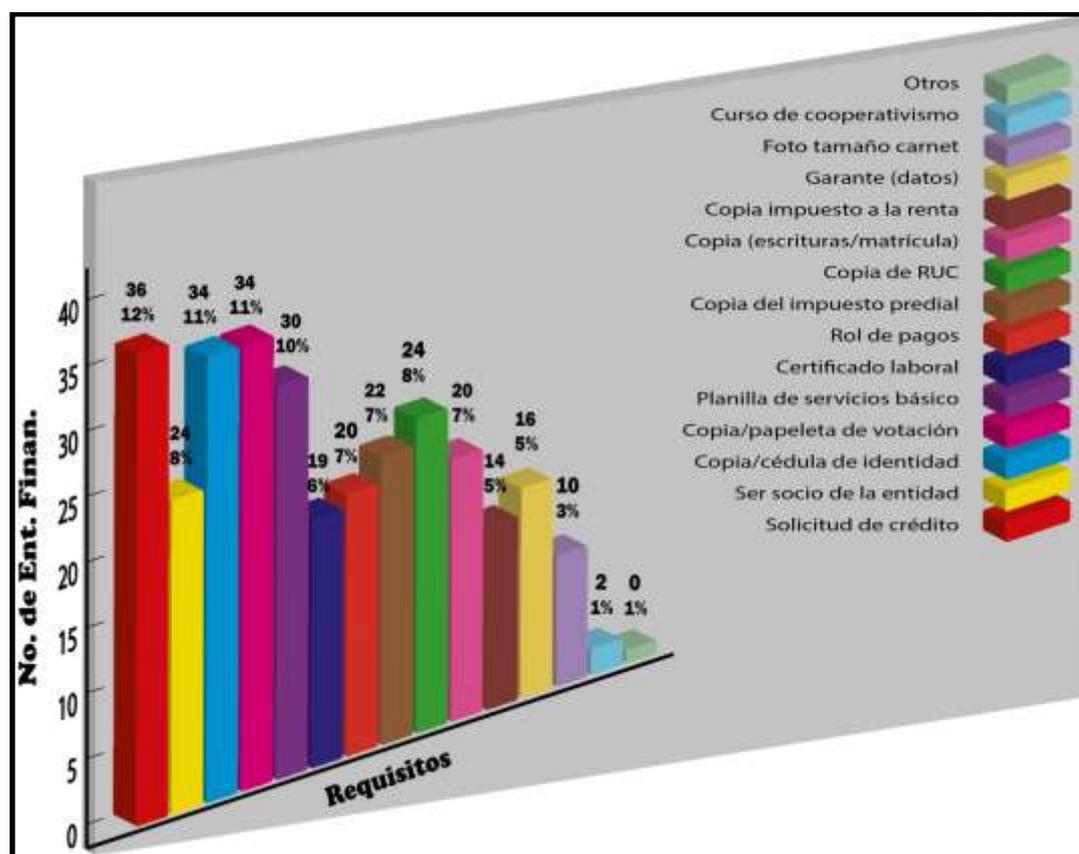
Esto evidencia que las cooperativas de ahorro y crédito son las entidades financieras que más apoyo dan al desarrollo de proyectos turísticos en un 28% mayor con relación a los bancos privados.

Tabla No. 27: Distribución de entidades financieras según requisitos solicitados para la otorgación de créditos (06/06/2012)

		Entidades financieras				Total	Porcentaje
		Bancos Privados	Bancos Públicos	Mutualistas	Cooperativas		
Requisitos	Solicitud de crédito	15	1	1	19	36	12%
	Ser socio de la entidad	15	1	1	7	24	8%
	Copia/cédula de identidad	15	1	1	17	34	11%
	Copia/papeleta de votación	15	1	1	17	34	11%
	Planilla de servicios básico	13	1	1	15	30	10%
	Certificado laboral	6	1	1	11	19	6%
	Rol de pagos	9	1	1	9	20	7%
	Copia del impuesto predial	9	1	1	11	22	7%
	Copia de RUC	13	1	1	9	24	8%
	Copia (escrituras/matricula)	6	1	1	12	20	7%
	Copia impuesto a la renta	13	1	0	0	14	5%
	Garante (datos)	5	0	0	11	16	5%
	Foto tamaño carnet	0	0	0	10	10	3%
	Curso de cooperativismo	0	0	0	2	2	1%
	Otros	1	0	0	0	1	0%
Total						306	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 7: Distribución de entidades financieras según requisitos solicitados para la otorgación de créditos



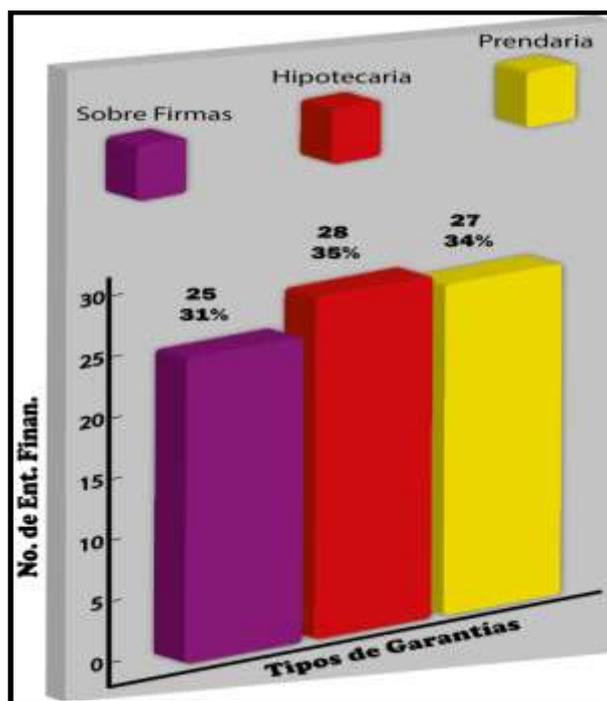
El **gráfico No. 7** refleja que el 12% de las entidades financieras requieren la presentación de la solicitud de crédito, el 11% de las entidades financieras solicitan la copia de la cédula de identidad y papeleta de votación, el 10% de las entidades financieras solicitan la presentación de la planilla de servicios básicos, el 8% de las entidades financieras solicitan ser socio de la misma y copia del RUC, el 7% de las entidades financieras solicitan la copia del impuesto predial, rol de pagos y copia de escrituras o matrícula de un bien mueble o inmueble, el 6% de las entidades financieras solicitan la presentación de un certificado laboral y el 5% de las entidades financieras solicitan la copia del impuesto a la renta y los datos del garante; evidenciando que las entidades financieras (bancos privados, bancos públicos, mutualistas y cooperativas de ahorro y crédito) se aseguran de la recuperación de los créditos al momento de concederlos solicitando varios requisitos.

Tabla No. 28: Distribución de entidades financieras por tipo de garantías solicitadas para la otorgación de créditos (06/06/2012)

		Garantías			Total
		Sobre Firmas	Hipotecaria	Prendaria	
Ent. Finan.	Bancos Privados	12	12	11	35
	Bancos Públicos	1	1	1	3
	Mutualistas	0	1	1	2
	Cooperativas	12	14	14	40
Total		25	28	27	80
Porcentaje		31%	35%	34%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 8: Distribución de entidades financieras por tipo de garantías solicitadas para la otorgación de créditos



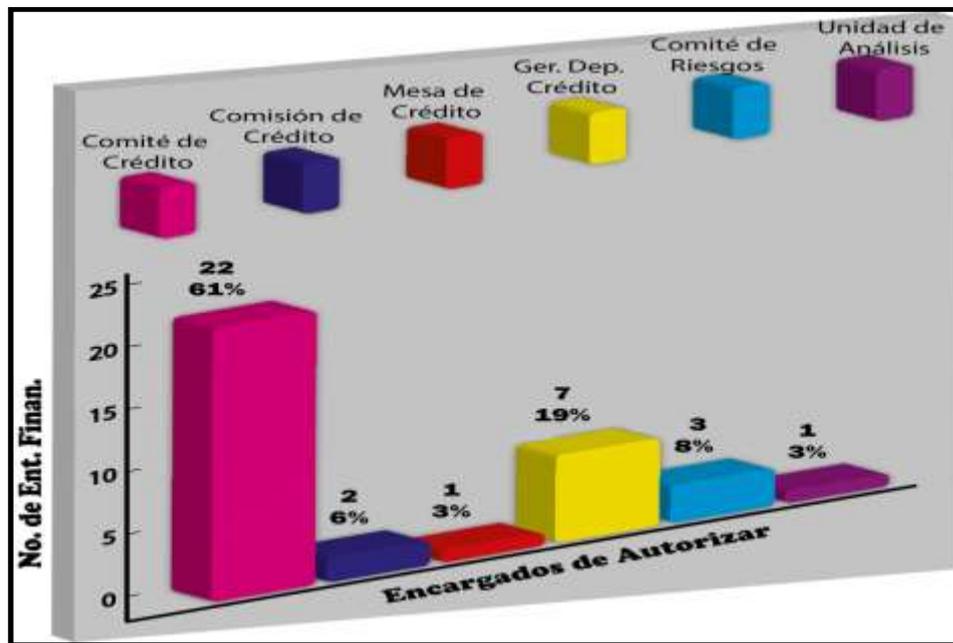
El **gráfico No. 8** indica que las garantías sobre firmas son recibidas por 25 entidades financieras, lo que representa el 31%; las garantías hipotecarias son aceptadas por 28 entidades financieras, lo que representa el 35%, y las garantías prendarias son admitidas por 27 entidades financieras, lo que representa el 34%; permitiendo ver que estos tres tipos de garantías son con las que trabajan las entidades financieras para la otorgación de créditos, según la conveniencia del prestamista.

Tabla No. 29: Distribución de entidades financieras por autoridad encargada para la aprobación de créditos (06/06/2012)

Ent. Finan.		Autoridad encargados					Total	
		Comité de Crédito	Comisión de Crédito	Mesa de Crédito	Ger. Dep. Crédito	Comité de Riesgos		Unidad de Análisis
Ent. Finan.	Bancos Privados	9	0	0	2	3	1	15
	Bancos Públicos	1	0	0	0	0	0	1
	Mutualistas	0	0	0	1	0	0	1
	Cooperativas	12	2	1	4	0	0	19
Total		22	2	1	7	3	1	36
Porcentaje		61%	6%	3%	19%	8%	3%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 9: Distribución de entidades financieras por autoridad encargada para la aprobación de créditos



El gráfico No. 9 muestra que la autorización de créditos en las entidades financieras la realiza la autoridad encargada como: en 22 entidades financieras lo realiza el Comité de Crédito, lo que representa el 61%; en 7 entidades financieras lo realiza el Gerente del Departamento de Crédito, lo que representa el 19%; en 3 entidades

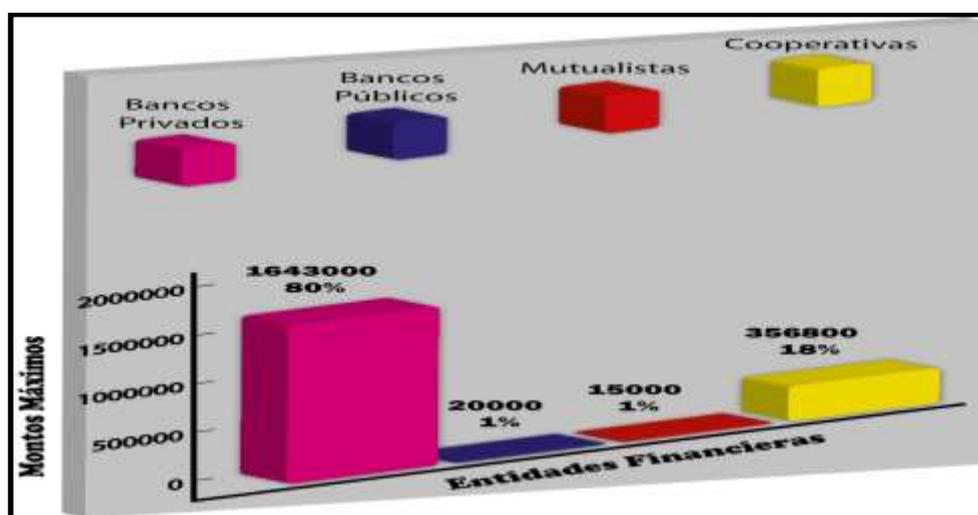
financieras lo realiza el Comité de Riesgos, lo que representa el 8%; en 2 entidades financieras lo realiza la Comisión de Crédito, lo que representa el 6%, y en 2 entidades financieras lo realiza la Mesa de Crédito y la Unidad de Análisis, respectivamente, esto evidencia que la denominación que cada entidad financiera le ha dado a las autoridades encargadas de la autorización de créditos no es relevante, ya que las funciones son similares.

Tabla No. 30: Monto máximo de los créditos que las entidades financieras ofrecen al sector turístico (06/06/2012)

		Montos máximos			Total	Porcent.
		Microcréd	Comercial	Hipotecario		
Ent. Finan.	B. Privados	158.000,00	1.385.000,00	100.000,00	1.643.000,00	80%
	B. Públicos	20.000,00	-	-	20.000,00	1%
	Mutualistas	-	15.000,00	-	15.000,00	1%
	Cooperativas	306.900,00	49.900,00	-	356.800,00	18%
Total		484.900,00	1.449.900,00	100.000,00	2.034.800,00	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 10: Monto máximo de los créditos que las entidades financieras ofrecen al sector turístico



El gráfico No. 10 señala los montos máximos de los créditos que las entidades financieras ofrecen al sector turístico; en el cual, los bancos privados disponen de \$ 1.628.000,00, lo que representa el 80%; el banco público dispone de \$ 20.000,00, lo que representa el 1%; la mutualista dispone de \$ 15.000,00, lo que representa el 1%,

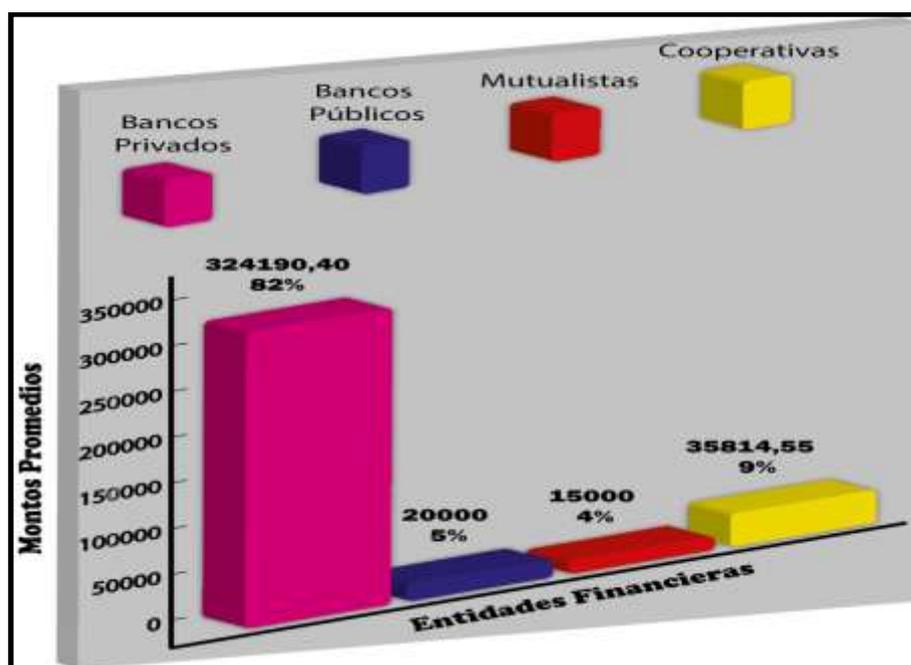
y las cooperativas de ahorro y crédito disponen de \$ 366.800,00, lo que representa el 18%; deduciendo que los bancos privados ofrecen mayor cantidad de recursos monetarios para el desarrollo del sector turístico.

Tabla No. 31: Monto promedio de los créditos ofrecidos al sector turístico
(06/06/2012)

Ent. Finan.	Montos promedios			Total	Porcent.
	Microcréd	Comercial	Hipotecario		
Bancos Privados	26.333,30	197.857,10	100.000,00	324.190,40	82%
Bancos Públicos	20.000,00	-	-	20.000,00	5%
Mutualistas	-	15.000,00	-	15.000,00	4%
Cooperativas	19.181,25	16.633,30	-	35.814,55	9%
Total	65.514,55	229.490,40	100.000,00	395.004,95	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 11: Monto promedio de los créditos que ofrecen al sector turístico



El gráfico No. 11 señala los montos promedios de los créditos ofrecidos al sector turístico por parte de las entidades financieras ecuatorianas, en el cual los bancos privados disponen de \$ 324.190,40, lo que representa el 82%; los bancos públicos disponen de \$ 20.000,00, lo que representa el 5%; las mutualistas disponen de \$ 15.000,00, lo que representa el 4%, y las cooperativas de ahorro y crédito disponen

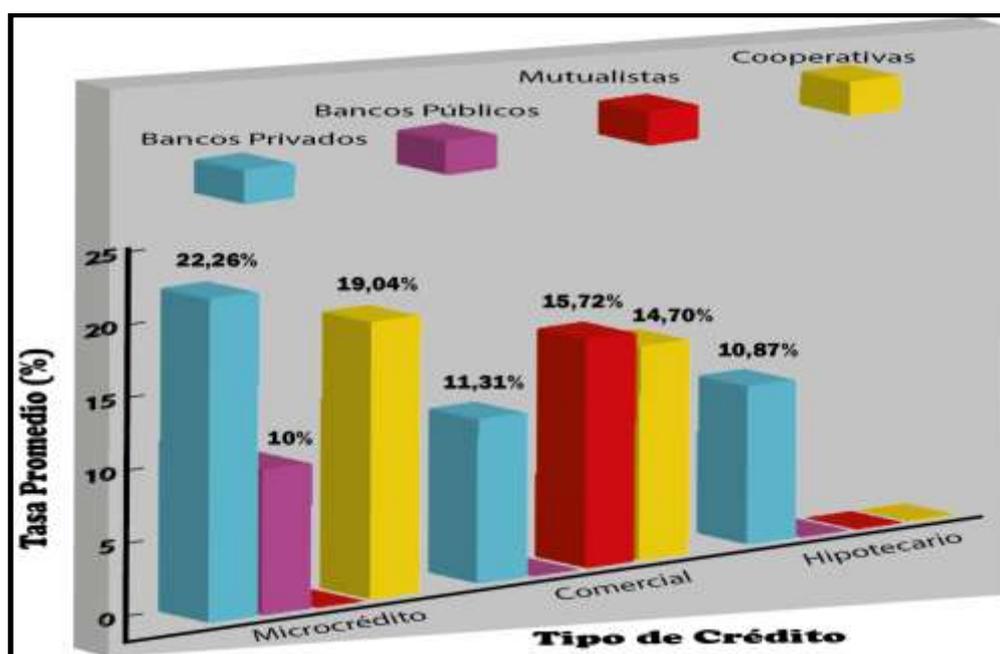
de \$ 35.814,55, lo que representa el 9%; deduciendo los bancos privados ofrecen mayor cantidad de recursos monetarios para el desarrollo del sector turístico en el Cantón Quito.

Tabla No. 32: Tasa promedio de los créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012)

		Tasa promedio		
		Microcrédito	Comercial	Hipotecario
Ent. Finan.	Bancos Privados	22,26%	11,31%	10,87%
	Bancos Públicos	10,00%	-	-
	Mutualistas	-	15,72%	-
	Cooperativas	19,04%	14,70%	-

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 12: Tasa promedio de los créditos dirigidos al sector turístico por entidad financiera



El gráfico No. 12 indica la tasa de interés promedio que las entidades financieras cobran en los créditos dirigidos al sector turístico. Las tasas interés cobradas por los bancos privados son: 22,26% en microcrédito, 11,31% en créditos comerciales y 10,87% en créditos hipotecarios; en las cooperativas de ahorro y crédito las tasas interés cobradas son: 19,04% en microcrédito y 14,70% en créditos comerciales;

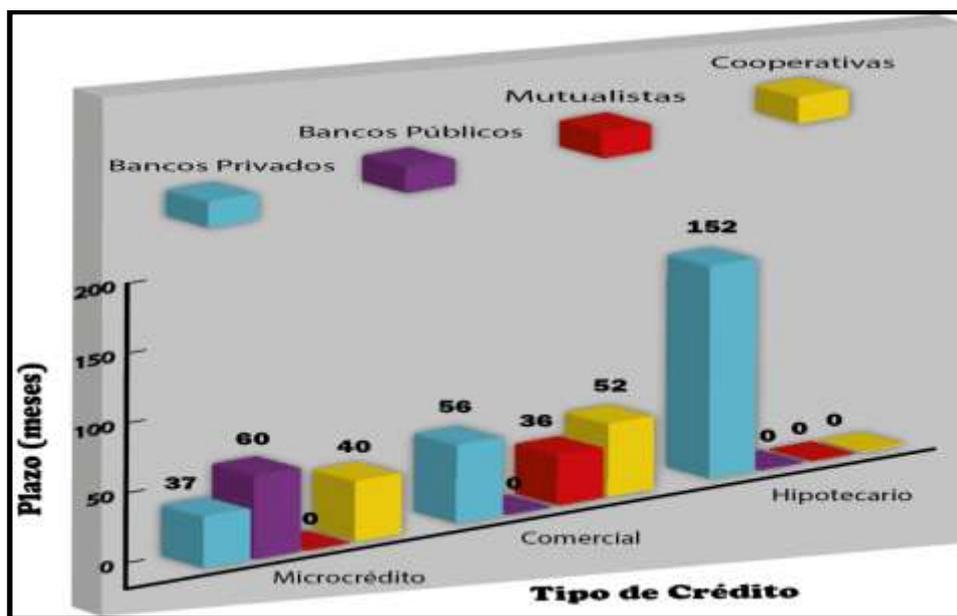
mientras que en los bancos públicos y mutualistas cobran las tasas interés del 10,00% y 15,72% respectivamente; demostrando que las tasas interés cobradas por las entidades financieras se encuentran en proporción a las tasas de interés 2012 emitidas por el Banco Central del Ecuador.

Tabla No. 33: Plazos promedio de los créditos dirigidos al sector turístico (06/06/2012)

		Plazos promedio (meses)		
		Microcrédito	Comercial	Hipotecario
Ent. Finan.	Bancos Privados	37	56	152
	Bancos Públicos	60	-	-
	Mutualistas	-	36	-
	Cooperativas	43	52	-

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 13: Plazos promedio de los créditos dirigidos al sector turístico (meses)



El **gráfico No. 13** muestra los plazos promedios de los créditos que ofrecen al sector turísticos las entidades financieras; en el cual, los bancos privados conceden los microcréditos a 37 meses, los créditos comerciales a 56 meses y los créditos hipotecarios a 152 meses; en las cooperativas de ahorro y crédito los plazos promedios son: 43 meses los microcréditos y 52 meses los créditos comerciales; mientras que en los bancos públicos y mutualistas los plazos promedios son de: 60

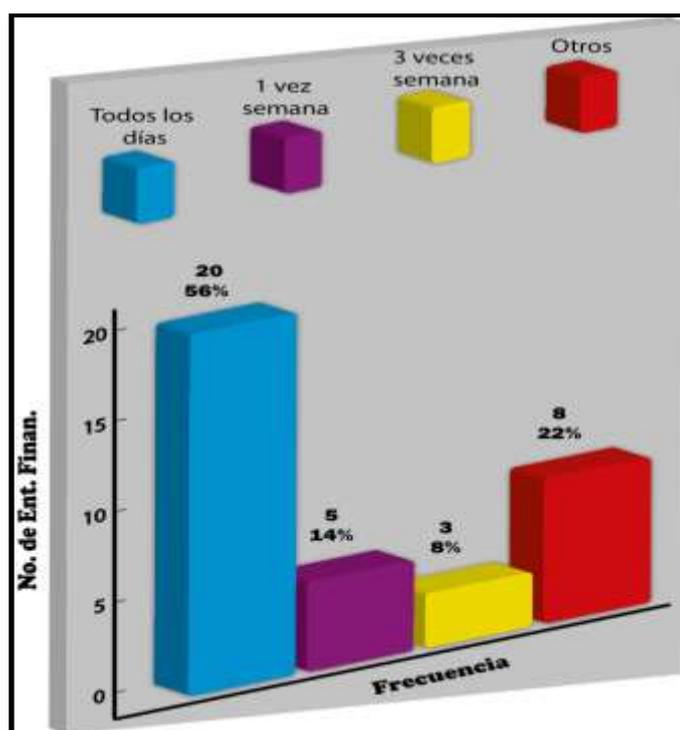
meses para los microcréditos y 36 meses para los créditos comerciales; esto evidencia que los microcréditos son otorgados a mayor plazo por los bancos públicos y los créditos comerciales son concedidos a mayor plazo por los bancos privados y cooperativas de ahorro y crédito; sin embargo, con respecto a los créditos comerciales y microcréditos los que se otorgan a mayor plazo son los créditos hipotecarios.

Tabla No. 34: Distribución de entidades financieras por frecuencia de otorgación de créditos al sector turístico (06/06/2012)

		Frecuencia				Total
		Todos los días	1 vez sem	3 vez sem	Otros	
Ent. Finan.	Bancos Privados	8	3	1	3	15
	Bancos Públicos	1	0	0	0	1
	Mutualistas	0	0	0	1	1
	Cooperativas	11	2	2	4	19
Total		20	5	3	8	36
Porcentaje		56%	14%	8%	22%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 14: Distribución de entidades financieras por frecuencia de otorgación de créditos al sector turístico



El **gráfico No. 14** refleja el número de entidades financieras que conceden créditos al sector turístico; en el cual, todos los días otorgan estos créditos 20 entidades financieras, lo que representa el 56%; una vez a la semana entregan estos créditos 5 entidades financieras, lo que representa el 14%, y tres veces a la semana proporcionan estos créditos 3 entidades financieras, lo que representa el 8%; sin embargo, existen 8 entidades financieras que no conceden créditos al sector turístico con tanta frecuencia, lo que representa el 22%, esto se debe a que dichas entidades financieras están ubicadas en lugares en donde no existe un desarrollo de actividades turísticas.

3.2.2. Análisis del turismo

El estudio de la participación de las agencias turísticas, promotores turísticos (restaurantes, hoteles, museos/iglesias, centros ecológicos y complejos) y la apreciación que tienen los turistas nacionales y extranjeros; permitirá conocer la situación en la que se encuentra la iniciativa turística pública y privada desarrollada dentro del Cantón Quito.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas aplicadas a cada una de las unidades objetos de estudio:

a) Promotores turísticos

i. Agencias turísticas

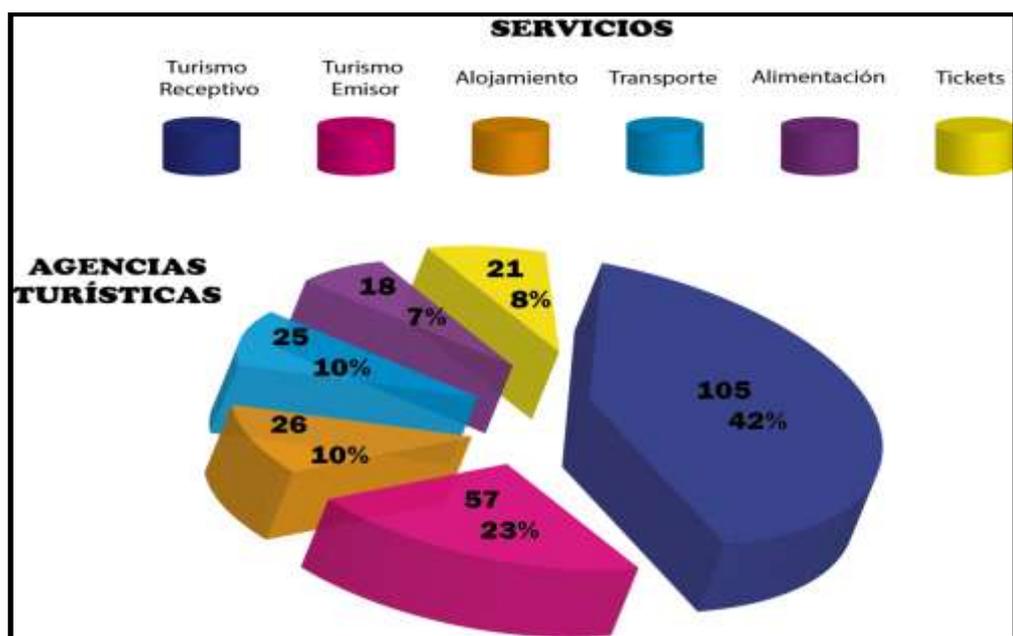
Se aplicó entrevistas a 106 agencias turísticas que se encuentran localizadas en las diferentes parroquias rurales – urbanas del Cantón Quito; de las cuales se obtuvo la siguiente información:

Tabla No. 35: Distribución de agencias turísticas por servicios turísticos
(07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Servicios	Turismo Receptivo	105	42%
	Turismo Emisor	57	23%
	Alojamiento	26	10%
	Transporte	25	10%
	Alimentación	18	7%
	Tickets	21	8%
Total		252	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 15: Distribución de agencias turísticas por servicios turísticos



El **gráfico No. 15** refleja que 105 agencias turísticas ofertan el turismo receptivo, lo que representa el 42%; mientras que 57 agencias turísticas promocionan el turismo emisor, lo que representa el 23%; además, 26 agencias turísticas prestan el servicio de alojamiento, lo que representa el 10%; 25 agencias turísticas dan el servicio de transporte, lo que representa el 10%; 18 agencias turísticas proporcionan el servicio de alimentación, lo que representa el 7%, y 21 agencias turísticas suministran el

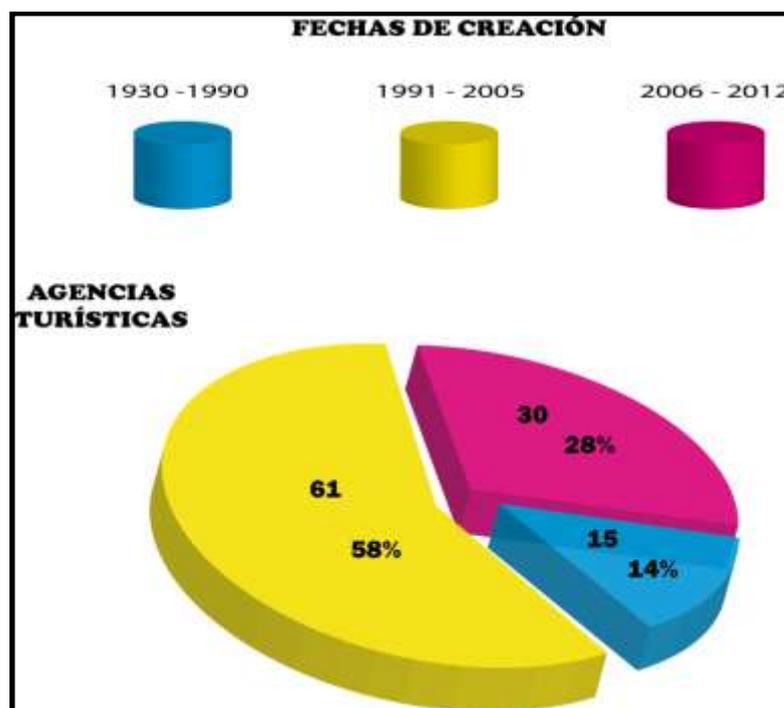
servicio de tickets, lo que representa el 8%; evidenciando que el turismo receptivo y el turismo emisor son los servicios turísticos que más ofertan las agencias turísticas.

Tabla No. 36: Distribución de agencias turísticas creadas por período de años
(07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
AÑOS	1930 -1990	15	14%
	1991 – 2005	61	58%
	2006-2012	30	28%
Total		106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 16: Distribución de agencias turísticas creadas por período de años



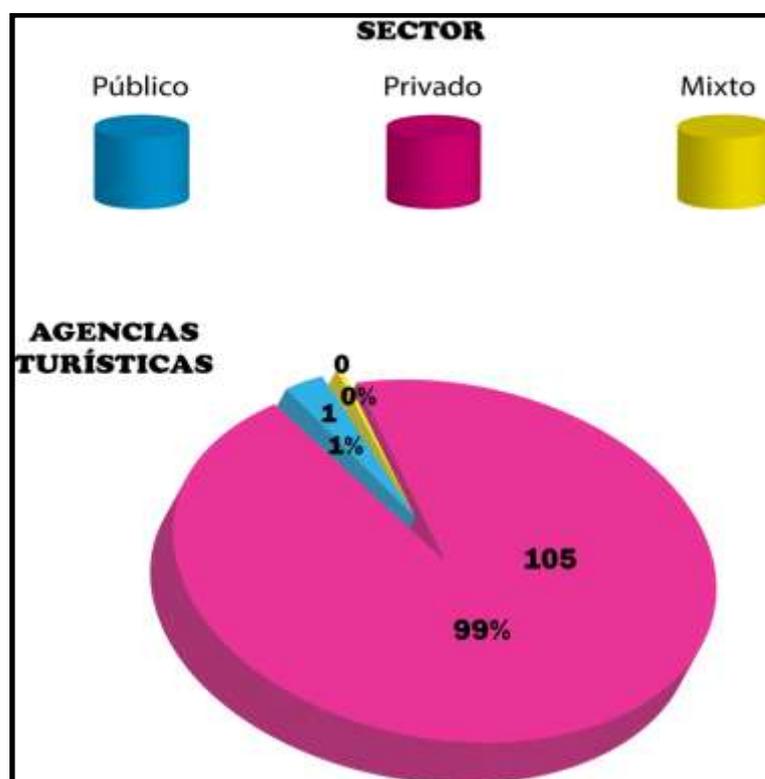
En el **gráfico No. 16** se muestra que durante el período 1930 – 1990 se crearon 15 agencias turísticas, lo que representa el 14%; en el período 1991 – 2005 se crearon 61 agencias turísticas, lo que representa el 58%, y en los últimos 7 años (2006 – 2012) se han creado 30 agencias turísticas, lo que representa el 28%; esto indica que existe un incremento de agencias turísticas que promocionan el turismo del Cantón Quito y del país; pero, en los últimos 7 años, este incremento es lento aún cuando el gobierno incentiva el turismo local.

Tabla No. 37: Distribución de agencias turísticas por sector (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Sector	Público	1	1%
	Privado	105	99%
	Mixto	0	0%
Total		106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 17: Distribución de agencias turísticas por sector



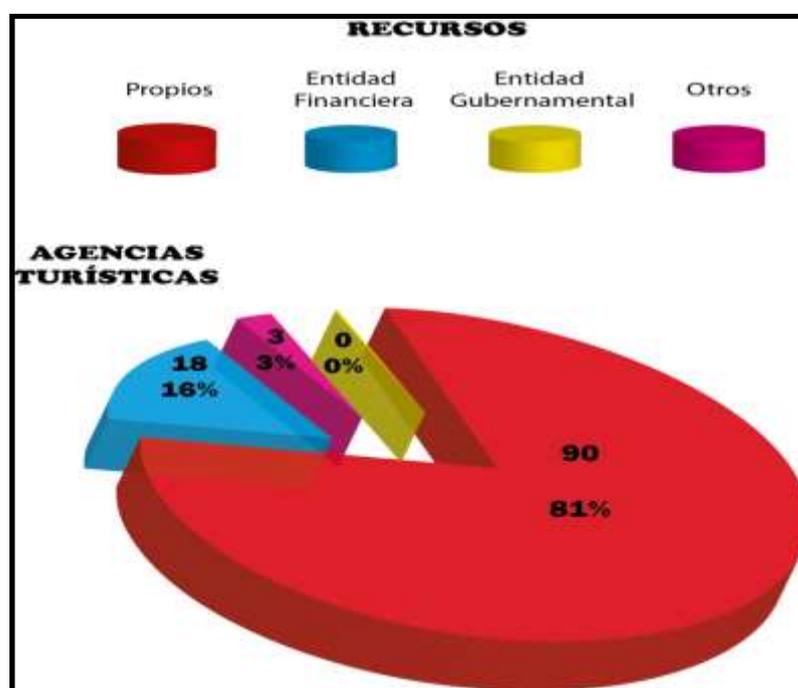
Las agencias turísticas cumplen un rol importante en el desarrollo del turismo local porque son quienes promocionan los diferentes lugares turísticos del Cantón Quito y del país; el **gráfico No. 17** muestra que 105 agencias turísticas pertenecen al sector privado, lo que representa el 99%; mientras que una agencia turística pertenece al sector público, lo que representa el 1%; además de evidenciar que no existen agencias turísticas que pertenezcan al sector mixto.

Tabla No. 38: Distribución de agencias turísticas que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Recursos	Propios	90	81%
	Ent. Financiera	18	16%
	Ent. Gubernamental	0	0%
	Otros	3	3%
Total		111	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 18: Distribución de agencias turísticas que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades



El **gráfico No. 18** indica que 90 agencias turísticas financiaron el inicio de sus actividades con recursos propios, lo que representa el 81%; 18 agencias turísticas solicitaron un crédito en una entidad financiera, lo que representa el 16%, y 3 agencias turísticas realizaron un crédito familiar para el inicio de sus actividades, lo que representa el 3%; evidenciando que la mayor parte de las agencias turísticas fueron creadas con recursos propios, lo que disminuye el riesgo de deuda en el caso de que el negocio no lucre como se espera e impida el pago de la misma.

Tabla No. 39: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Tasas	2% - 10%	1	6%
	11% -20%	9	50%
	21% - 30%	8	44%
Total		18	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 19: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades



El **gráfico No. 19** muestra las tasas de interés de los créditos solicitados por las agencias turísticas para financiar el inicio de las actividades; en el cual, una agencia turística pagó tasas de interés del 2% al 10%, lo que representa el 6%; 9 agencias turísticas pagaron tasas de interés del 11% al 20%, lo que representa el 50%, y 8 agencias turísticas pagaron tasas de interés del 21% al 30%, lo que representa el 44%; esto demuestra que las tasas de interés son altas si se toma en cuenta que el sector turístico se encuentra en proceso de desarrollo y explotación, y por ende los ingresos son reducidos.

Tabla No. 40: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Tiempo	3 - 6 meses	1	1%
	1 -2 años	32	30%
	3 - 5 años	57	54%
	>= 5 años	16	15%
Total		106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 20: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades



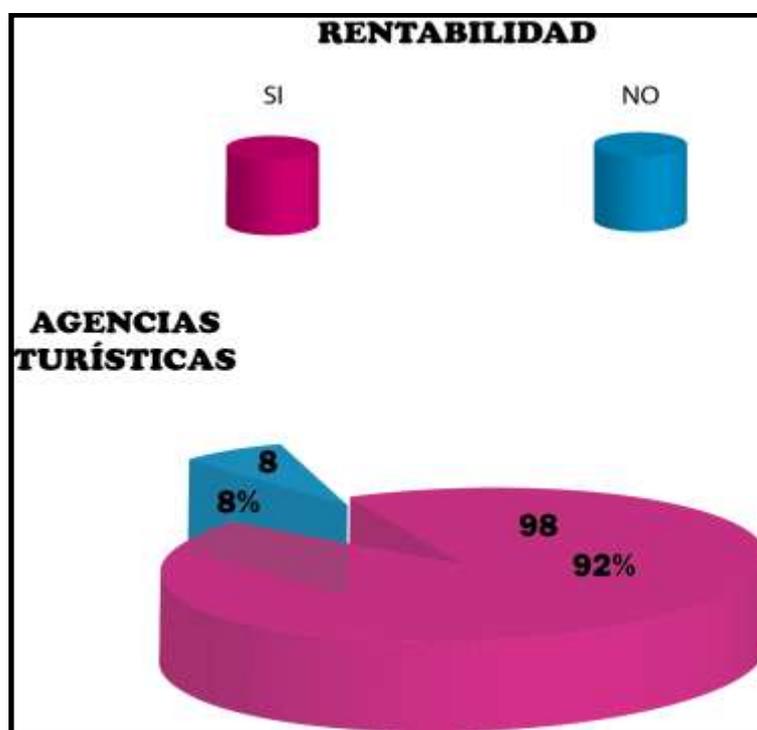
Como el turismo se ha encontrado desde hace algunos años en una etapa de crecimiento la mayoría de las agencias turísticas recuperaron los recursos utilizados para financiar el inicio de las actividades en mayor período de tiempo; en el **gráfico No. 20** se muestra que en más de 5 años lo efectuaron 16 agencias turísticas, lo que representa el 15%; en un período de 3 a 5 años lo realizaron 57 agencias turísticas, lo que representa el 54%; en un período de 1 a 2 años lo hicieron 32 agencias turísticas, lo que representa el 30%, y en un período de 3 a 6 meses recuperó los recursos para dicho financiamiento tan solo una agencia turística, lo que representa el 1%; debido a que tenía contactos internacionales y los paquetes turísticos se vendían al mismo.

Tabla No. 41: Distribución de agencias turísticas que consideran a su negocio rentable (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
SI	98	92%
NO	8	8%
Total	106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 21: Distribución de agencias turísticas que consideran a su negocio rentable



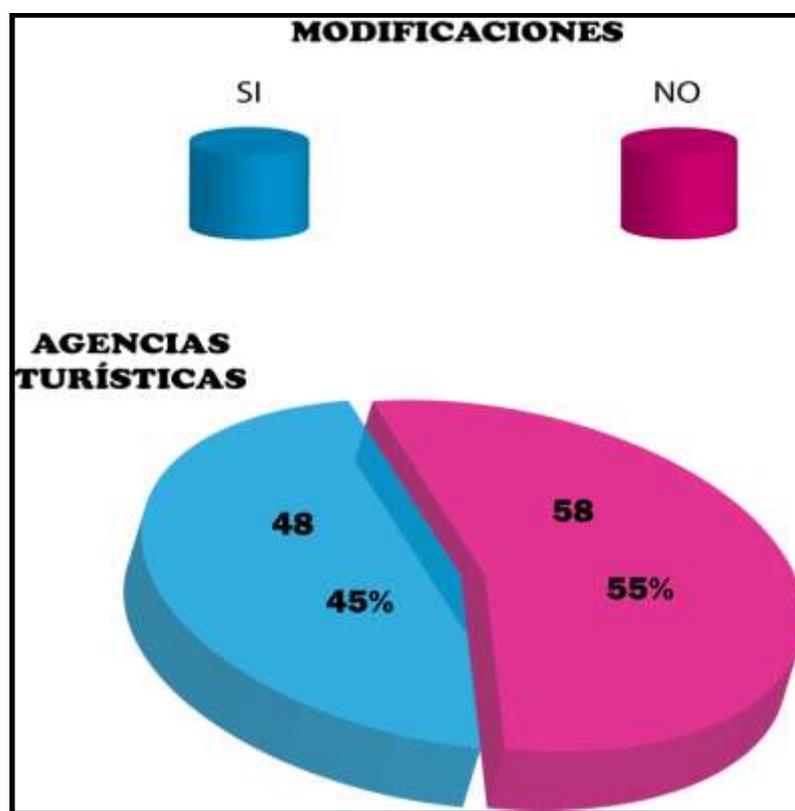
El **gráfico No. 21** indica que 98 agencias turísticas consideran que la venta de paquetes turísticos es un negocio rentable, representando el 92%; mientras que 8 agencias turísticas consideran que no es rentable porque actualmente existe más competencia, mismo que representa el 8%; esto demuestra que el desarrollo del turismo constituye una fuente de ingresos tanto para las agencias turísticas como para el Cantón Quito.

Tabla No. 42: Distribución de agencias turísticas que realizaron modificaciones en los últimos 6 años (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
SI	48	45%
NO	58	55%
Total	106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 22: Distribución de agencias turísticas que realizaron modificaciones en los últimos 6 años



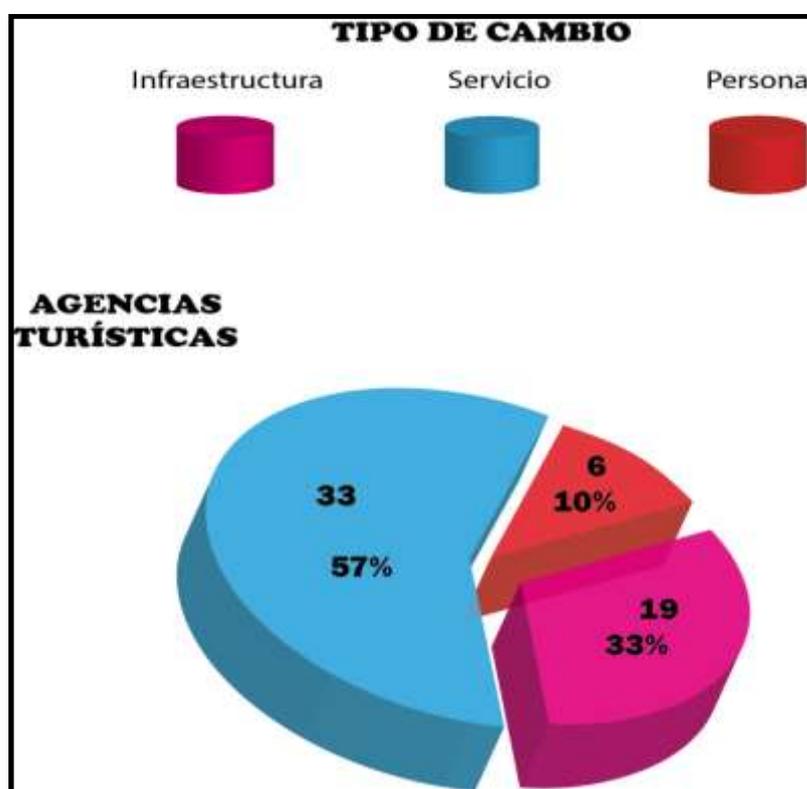
El **gráfico No. 22** señala que en los últimos seis años 48 agencias turísticas efectuaron modificaciones, lo que representa el 45%; mientras que 58 agencias turísticas no realizaron ninguna modificación, lo que representa el 55%; esto indica que existe una diferencia de 10 agencias turísticas que no recurrieron en la innovación para la satisfacción de las exigencias y necesidades de turistas nacionales y extranjeros.

Tabla No. 43: Distribución de agencias turísticas por tipo de modificación
(07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Tipo de modificación	Infraestructura	19	33%
	Servicio	33	57%
	Personal	6	10%
Total		58	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 23: Distribución de agencias turísticas por tipo de modificación



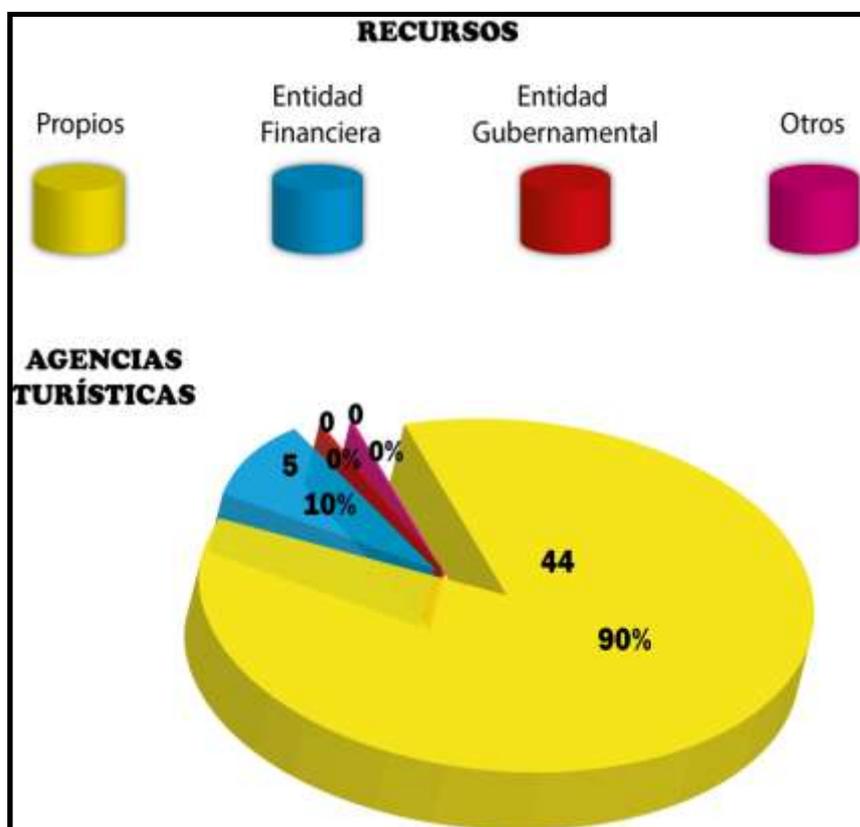
El **gráfico No. 23** muestra el tipo de modificaciones que realizan las agencias turísticas; en el cual, 33 agencias turísticas efectuaron modificaciones en los servicios, lo que representa el 57%; 19 agencias turísticas realizaron modificaciones en la infraestructura, lo que representa el 33%, y 6 agencias turísticas cambiaron al personal, lo que representa el 10%; evidenciando que existe más modificaciones en los servicios e infraestructura, con el propósito de ofrecer mejores alternativas turísticas tanto a turistas nacionales como a extranjeros.

Tabla No. 44: Distribución de agencias turísticas que solicitaron recursos monetarios para financiar las modificaciones (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Recursos	Propios	44	90%
	Ent. Financiera	5	10%
	Ent. Gubernamental	0	0%
	Otros	0	0%
Total		49	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 24: Distribución de agencias turísticas que solicitaron recursos para financiar las modificaciones



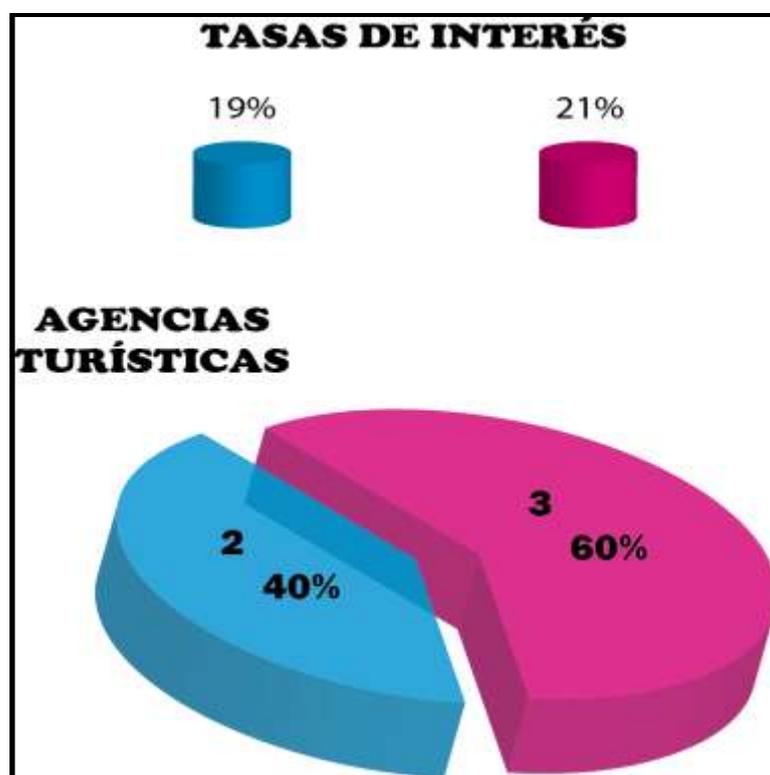
En el **gráfico No. 24** se indica que 44 agencias turísticas financiaron las modificaciones con recursos propios, lo que representa el 90%, y 5 agencias turísticas solicitaron un crédito en las entidades financieras, lo que representa el 10%; esto demuestra que la mayor parte de las agencias turísticas realizaron las modificaciones con recursos obtenidos del giro de negocio.

Tabla No. 45: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar las modificaciones (07/06/2012)

Tasas de interés	No. de Agencias	Porcentaje
19%	2	40%
21%	3	60%
Total	5	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 25: Distribución de agencias turísticas que pagaron tasas de interés por el crédito solicitado para financiar las modificaciones



El **gráfico No. 25** muestra las tasas de interés de los créditos solicitados para el financiamiento de las modificaciones; en el cual, 2 agencias turísticas pagaron una tasa de interés del 19%, lo que representa el 40%; mientras que 3 agencias turísticas pagaron una tasa de interés del 21%, lo que representa el 60%; esto demuestra que las tasas de interés para las actividades turísticas son altas en relación a otros sectores productivos.

Tabla No. 46: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos invertidos en las modificaciones (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Tiempo	3 - 6 meses	6	12%
	1 -2 años	33	69%
	3 - 5 años	8	17%
	>= 5 años	1	2%
Total		48	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 26: Distribución de agencias turísticas que recuperaron en un período de tiempo los recursos invertidos en las modificaciones



El **gráfico No. 26** muestra el período de tiempo en que las agencias turísticas recuperaron los recursos invertidos en las modificaciones; en más de 5 años lo hizo una agencia turística, lo que representa el 1%; en un período de 3 a 5 años lo efectuaron 8 agencias turísticas, lo que representa el 17%; en un período de 1 a 2 años lo realizaron 33 agencias turísticas, lo que representa el 69%, y en un período de 3 a 6 meses lo recuperaron 6 agencias turísticas, lo que representa el 12%; evidenciando que la mayor parte de agencias turísticas recuperan los recursos invertidos en las modificaciones en un mediano plazo.

Tabla No. 47: Distribución de paquetes turísticos que ofrecen las agencias turísticas
(07/06/2012)

	No. de Paquetes Turísticos	Porcentaje
Internacionales	19	76%
Nacionales	6	24%
Total	25	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 27: Distribución de paquetes turísticos que ofrecen las agencias turísticas



El **gráfico No. 27** indica que entre las 106 agencias turísticas ofrecen 19 paquetes turísticos a nivel internacional, lo que representa el 76%, y 6 paquetes turísticos a nivel nacional, lo que representa el 24%; evidenciando que se ofertan en mayor proporción paquetes turísticos internacionales que nacionales, siendo un factor que puede influir en el desarrollo y crecimiento del turismo cantonal.

Tabla No. 48: Distribución de agencias turísticas que ofrecen paquetes turísticos a nivel nacional (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Paquetes Turísticos a nivel Nacional	Amazonía	58	20%
	Galápagos	86	29%
	Costa	48	16%
	Sierra	44	15%
	Mitad del Mundo	11	4%
	City Tours	46	16%
Total		293	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 28: Distribución y porcentaje de agencias turísticas que ofrecen paquetes turísticos a nivel nacional



El gráfico No. 28 muestra el número de agencias turísticas que ofrecen paquetes turísticos a nivel nacional hacia diferentes destinos, que son: 58 agencias turísticas a la Amazonía, lo que representa el 20%; 86 agencias turísticas a Galápagos, lo que representa el 29%; 48 agencias turísticas a la Costa, lo que representa el 16%; 44 agencias turísticas a la Sierra, lo que representa el 15%; 11 agencias turísticas a la Mitad del Mundo, lo que representa el 4%, y 46 agencias turísticas ofrecen City

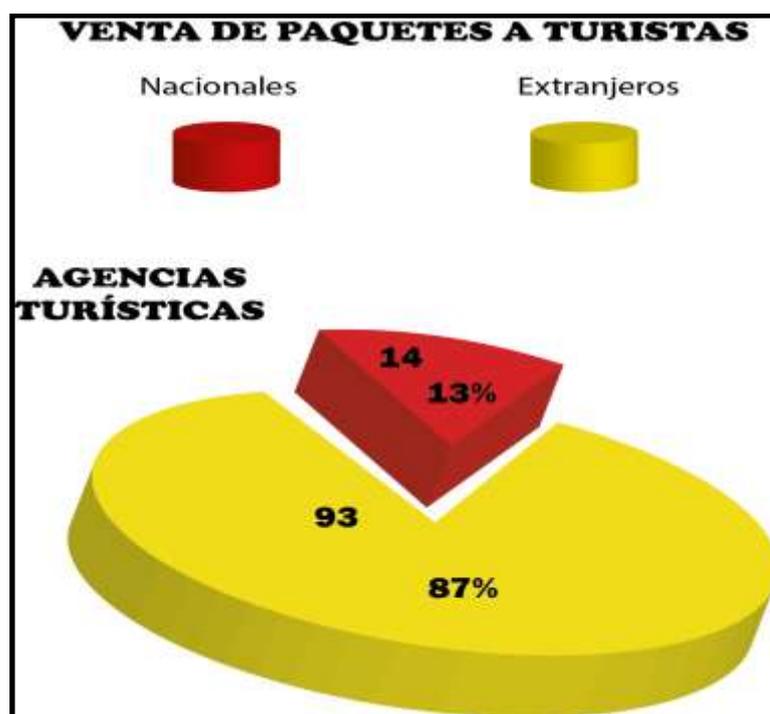
Tours, lo que representa el 16%; esto refleja que las agencias turísticas no ofertan gran cantidad de alternativas turísticas del Cantón Quito.

Tabla No. 49: Distribución de agencias turísticas según nivel de ventas de paquetes turísticos (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
Turistas Nacionales	14	13%
Turistas Extranjeros	93	87%
Total	107	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 29: Distribución de agencias turísticas según nivel de ventas de paquetes turísticos



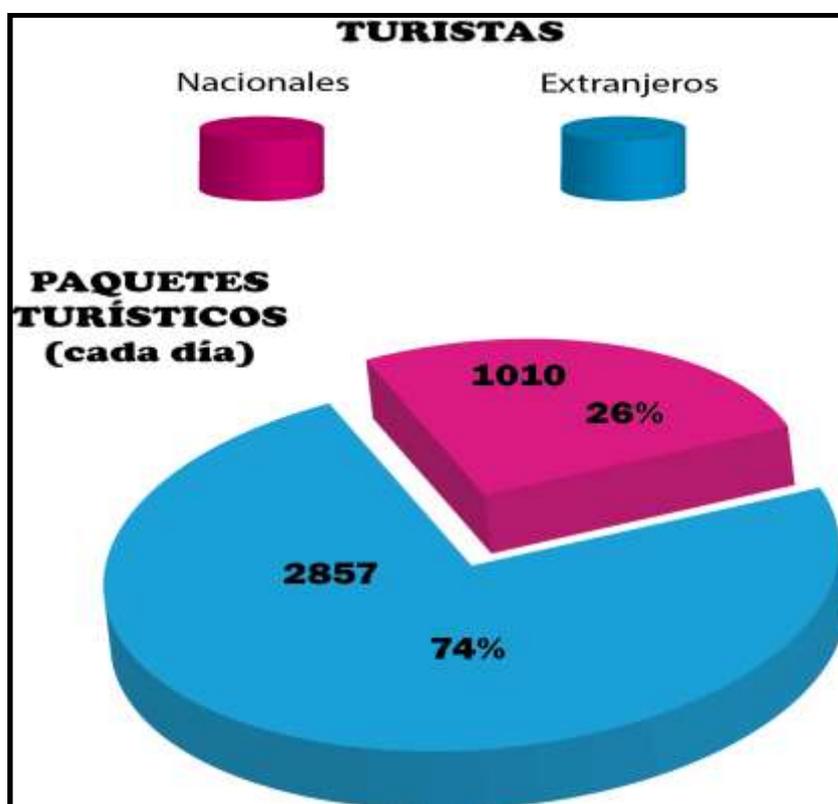
En el **gráfico No. 29** se refleja que 93 agencias turísticas venden paquetes turísticos en mayor cantidad a turistas extranjeros, lo que representa el 87%; mientras que 14 agencias turísticas venden paquetes turísticos en mayor cantidad a turistas nacionales, lo que representa el 13%; evidenciando que se está promocionando los lugares turísticos de Ecuador a nivel internacional con el propósito de lograr el crecimiento del turismo receptivo.

Tabla No. 50: Distribución de paquetes turísticos vendidos cada día por las agencias turísticas (07/06/2012)

	No. de paquetes vendidos cada día	Porcentaje
Turistas Nacionales	1010	26%
Turistas Extranjeros	2857	74%
Total	3867	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 30: Distribución de paquetes turísticos vendidos cada día por las agencias turísticas



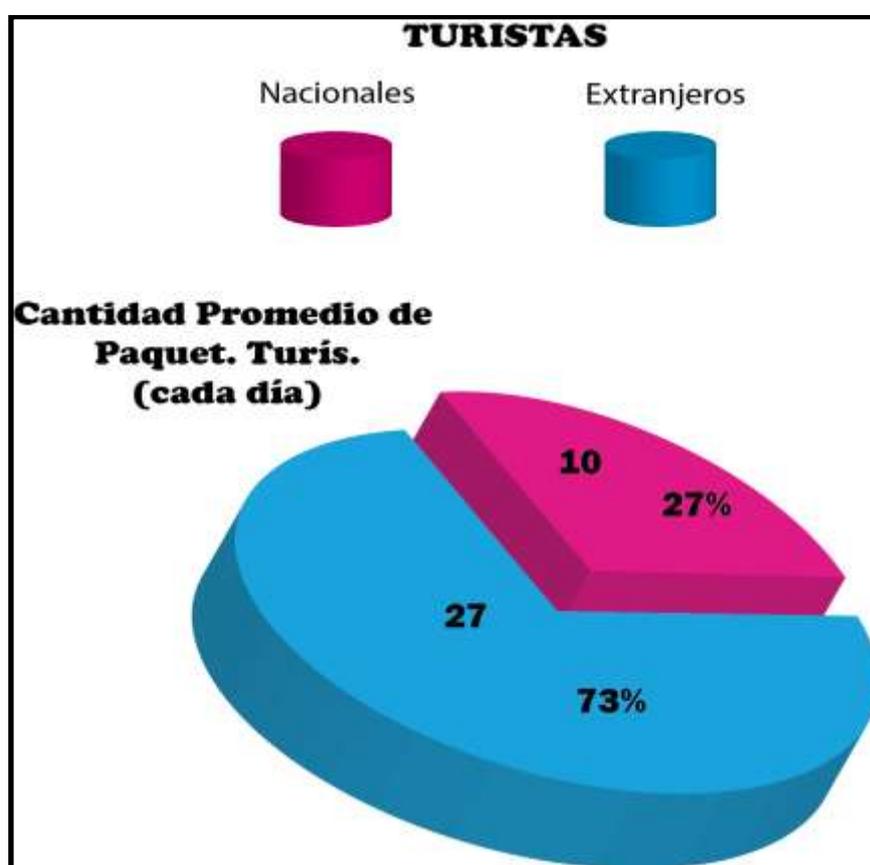
El **gráfico No. 30** muestra que 1010 paquetes turísticos venden a turistas nacionales cada día, lo que representa el 26%, y 2857 paquetes turísticos venden a turistas extranjeros cada día, lo que representa el 74%; dando un total de 3867 paquetes turísticos vendidos cada día entre 106 agencias turísticas; esto refleja que la venta de paquetes turísticos realizan en mayor número a turistas extranjeros que a turistas nacionales.

Tabla No. 51: Paquetes turísticos vendidos cada día por agencia turística
(07/06/2012)

	No. de paquetes vendidos por día	Porcentaje
Turistas Nacionales	10	27%
Turistas Extranjeros	27	73%
Total	37	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 31: Paquetes turísticos vendidos cada día por agencia turística



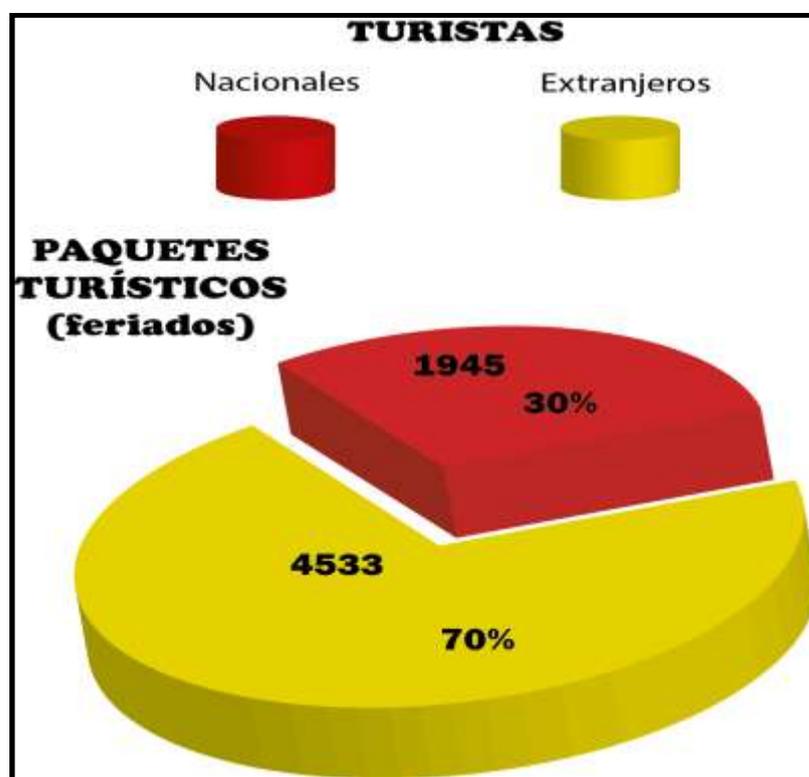
El **gráfico No. 31** muestra que cada día una agencia turística vende aproximadamente 10 paquetes turísticos a turistas nacionales, lo que representa el 27%, y 27 paquetes turísticos a turistas extranjeros, lo que representa el 73%; dando un total de 37 paquetes turísticos vendidos cada día por agencia turística; evidenciando que la venta de paquetes turísticos se realizan en mayor número a turistas extranjeros que a turistas nacionales.

Tabla No. 52: Distribución de paquetes turísticos vendidos en feriado por las agencias turísticas (07/06/2012)

	No. de paquetes vendidos en feriado	Porcentaje
Turistas Nacionales	1945	30%
Turistas Extranjeros	4533	70%
Total	6478	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 32: Distribución de paquetes turísticos vendidos en feriado por las agencias turísticas



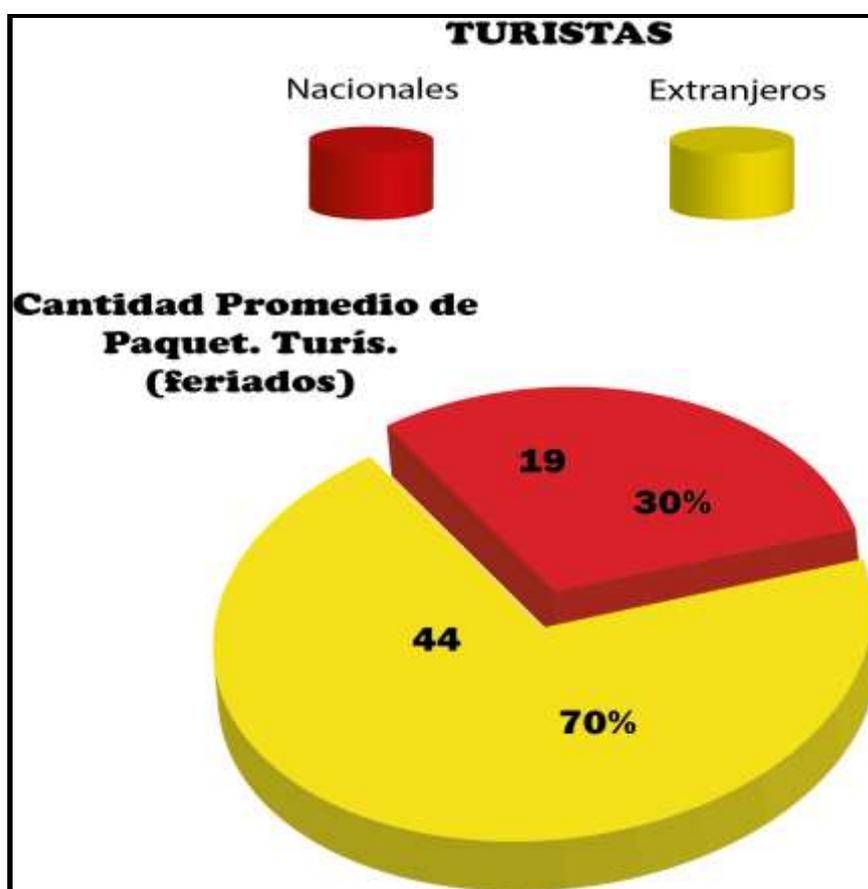
El **gráfico No. 32** refleja que en feriado las agencias turísticas vende 1945 paquetes turísticos a turistas nacionales, lo que representa el 30%, y 4533 paquetes turísticos a turistas extranjeros, lo que representa el 70%; dando un total de 6478 paquetes turísticos vendidos en feriado entre 106 agencias turísticas; esto confirma que la venta de paquetes turísticos se realizan en mayor número a turistas extranjeros que a turistas nacionales.

Tabla No. 53: Distribución promedio de paquetes turísticos vendidos en feriados por agencia turística (07/06/2012)

	Número promedio	Porcentaje
Turistas Nacionales	19	30%
Turistas Extranjeros	44	70%
Total	63	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 33: Distribución promedio de paquetes turísticos vendidos en feriados por agencia turística



El **gráfico No. 33** muestra que en feriados cada agencia turística vende 19 paquetes turísticos a turistas nacionales, lo que representa el 30%, y 44 paquetes turísticos a turistas extranjeros, lo que representa el 70%; dando un total de 63 paquetes turísticos vendidos durante los feriados por agencia turística; además, de ratificar que la venta de paquetes turísticos realizan en mayor número a turistas extranjeros.

Tabla No. 54: Distribución de agencias turísticas según medios de comunicación que utilizan dar a conocer sus servicios (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Medios	Internet	106	75%
	TV	2	1%
	Radio	2	1%
	Prensa	7	5%
	Otros	25	18%
Total		142	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 34: Distribución de agencias turísticas según medios de comunicación que utilizan dar a conocer sus servicios



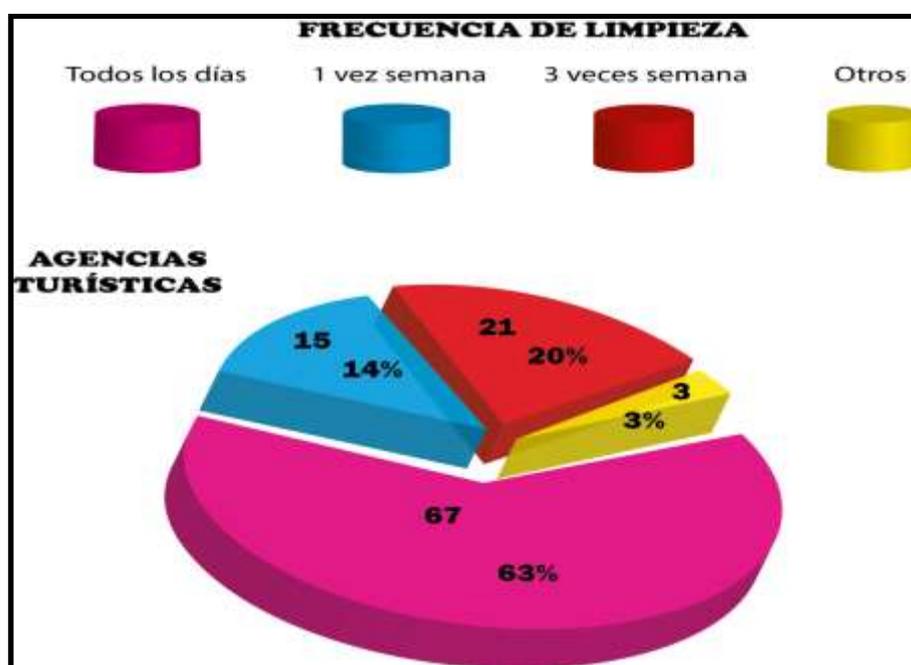
El **gráfico No. 34** señala los medios de comunicación utilizados por las agencias turísticas para dar a conocer sus servicios; en el que 106 agencias turísticas usan el internet, lo que representa el 75%; 2 agencias turísticas emplean la radio y televisión, lo que representa el 2%; 7 agencias turísticas lo hacen a través de la prensa, lo que representa el 5%, y 25 agencias turísticas promocionan sus servicios mediante volantes, vallas, páginas amarillas y ferias en el exterior, lo que representa el 18%; demostrando que la mayor parte de agencias turísticas hacen uso del internet para promocionarse y ofrecer sus paquetes turísticos.

Tabla No. 55: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Frecuencia	T días	67	63%
	1 v sem	15	14%
	3 v sem	21	20%
	Otros	3	3%
Total		106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 35: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones



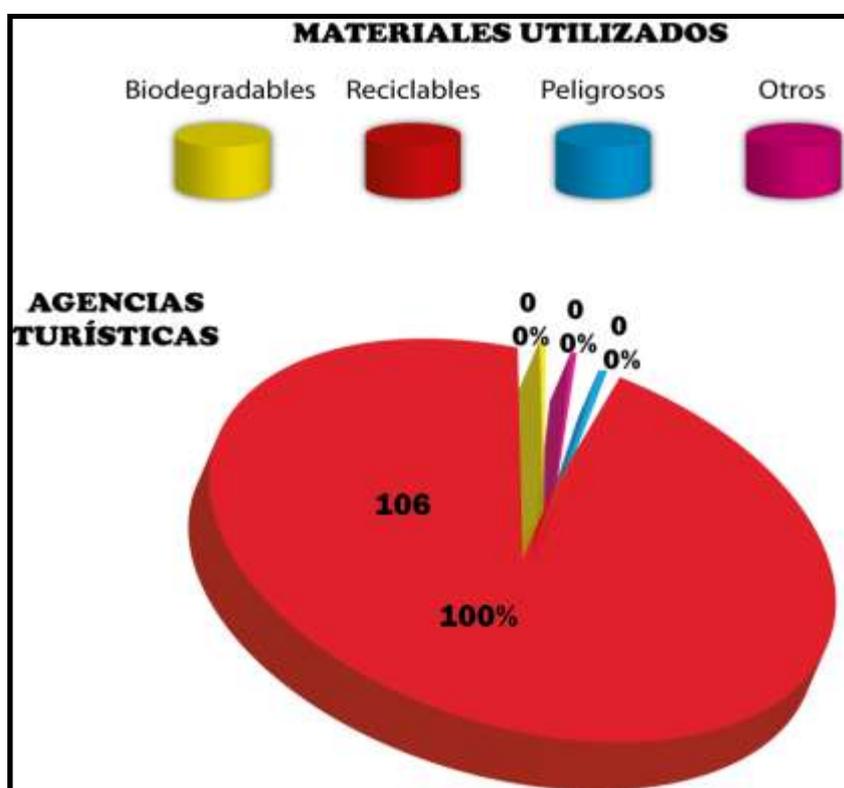
El **gráfico No. 35** indica la frecuencia de descontaminación de las instalaciones de las agencias turísticas; en el cual, 67 agencias turísticas realizan la descontaminación todos los días, lo que representa el 63%; 15 agencias turísticas efectúan la descontaminación una vez a la semana, lo que representa el 14%; 21 agencias turísticas hacen la descontaminación tres veces a la semana, lo que representa el 20%, y 3 agencias turísticas descontaminan sus instalaciones dos veces a la semana y cada fin de semana, lo que representa el 3%; esto indica que las agencias turísticas se preocupan por dar una buena imagen ante los turistas nacionales y turistas extranjeros.

Tabla No. 56: Distribución de agencias turísticas según los materiales que utilizan para la prestación de servicios (07/06/2012)

		No. de Agencias	Porcentaje
Materiales	Biodegradables	0	0%
	Reciclables	106	100%
	Peligrosos	0	0%
	Otros	0	0%
Total		106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 36: Distribución de agencias turísticas según los materiales que utilizan para la prestación de servicios



El **gráfico No. 36** muestra el tipo de materiales que las agencias turísticas utilizan en la prestación de servicios, en el que las 106 agencias turísticas emplean materiales reciclables siendo estas el 100%; evidenciando que los materiales utilizados por las agencias turísticas para la prestación de servicios tanto a turistas nacionales como extranjeros no son nocivos para el ser humano.

Tabla No. 57: Distribución de agencias turísticas según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
Reciclan	25	15%
Contenedor Común	73	45%
Re-usan	65	40%
Total	163	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 37: Distribución de agencias turísticas según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios



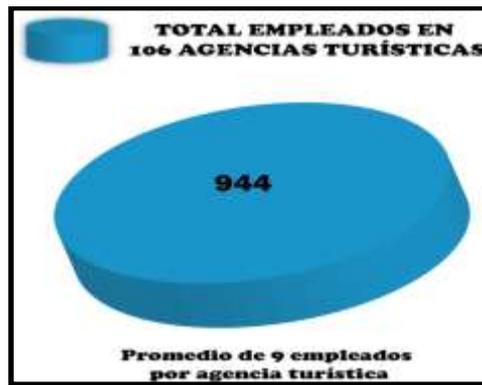
El **gráfico No. 37** indica que 25 agencias turísticas reciclan los desechos lo que representa el 15%, 73 agencias turísticas recolectan los desechos en un contenedor común, lo que representa el 45%, y 65 agencias turísticas reusan los desechos (papel), lo que representa el 40%; esto muestra que existe concientización en las agencias turísticas por el cuidado y preservación del medio ambiente.

Tabla No. 58: Empleados que laboran en las agencias turísticas (07/06/2012)

	Total empleados en 106 agencias turísticas	Promedio de empleados por agencia turística
Número	944	9

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 38: Empleados que laboran en las agencias turísticas



En el **gráfico No. 38** se indica que 944 empleados laboran en las 106 agencias turísticas; es decir, aproximadamente 9 empleados por agencia turísticas, esto demuestra que no existe una cuantiosa oferta laboral en las agencias turísticas; sin embargo constituyen una fuente de empleo.

Tabla No. 59: Distribución de agencias turísticas que capacitan a los empleados
(07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
SI	55	52%
NO	51	48%
Total	106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 39: Distribución de agencias turísticas que capacitan a los empleados



El **gráfico No. 39** muestra que 55 agencias turísticas capacitan a los empleados, lo que representa el 52%; mientras que 51 agencias turísticas no capacitan a los empleados, lo que representa el 48%; argumentando que contratan a personas profesionales y especializadas en el área turística.

Tabla No. 60: Distribución de agencias turísticas según tipo de capacitación a los empleados (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
Atención al Cliente	48	72%
Seguridad Industrial	2	3%
Recursos Humanos	17	25%
Total	67	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 40: Distribución de agencias turísticas según el tipo de capacitación a los empleados



El **gráfico No. 40** refleja los tipos de capacitación que reciben los empleados de las agencias turísticas; en el que 48 agencias turísticas preparan a los empleados en atención al cliente, lo que representa el 72%; 2 agencias turísticas instruyen a los empleados en seguridad industrial, lo que representa el 3%, y 17 agencias turísticas

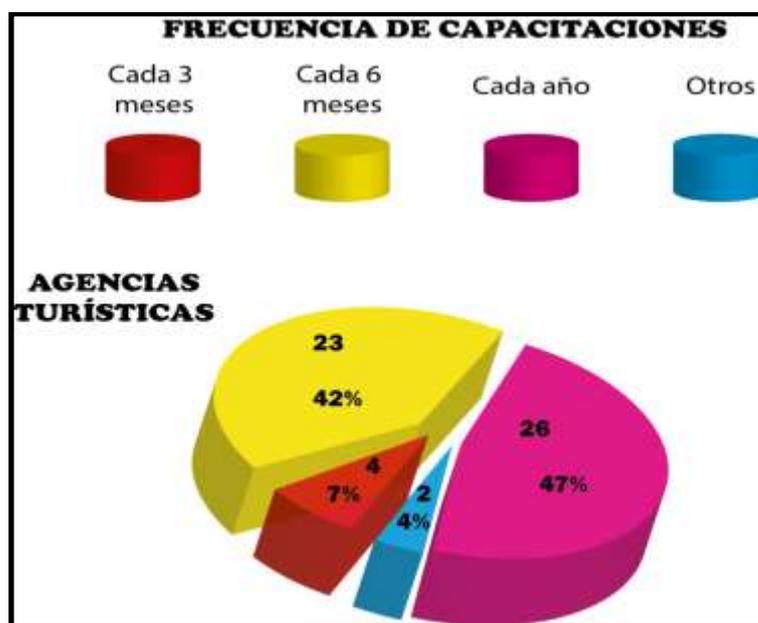
educan a los empleados en recursos humanos, lo que representa el 25%; esto indica que las agencias turísticas dan prioridad a aquella capacitación que ayuda a mejorar el servicio.

Tabla No. 61: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de capacitación a los empleados (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
Cada 3 meses	4	7%
Cada 6 meses	23	42%
Cada año	26	47%
Otros	2	4%
Total	55	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 41: Distribución de agencias turísticas por frecuencia de capacitación a los empleados



El **gráfico No. 41** muestra que 4 agencias turísticas capacitan a los empleados cada tres meses, lo que representa el 7%; 23 agencias turísticas preparan a los empleados cada seis meses, lo que representa el 42%; 26 agencias turísticas instruyen a los empleados cada año, lo que representa el 47%, y 2 agencias turísticas capacitan a los empleados cada mes y dos meses, lo que representa el 4%; esto refleja que las

capacitaciones a los empleados se realizan con frecuencia y de acuerdo a las necesidades de cada agencia turística.

Tabla No. 62: Distribución de agencias turísticas que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
SI	65	61%
NO	41	39%
Total	106	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 42: Distribución de agencias turísticas que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito



El gráfico No. 42 muestra que 65 agencias turísticas consideran que el turismo ha incrementado en los últimos años en el Cantón Quito, lo que representa el 61%; mientras que 41 agencias turísticas creen que no ha incrementado el turismo en los últimos años, lo que representa el 39%; evidenciando que la promoción turística realizada por los organismos de gobierno encargados contribuye al desarrollo del turismo cantonal y nacional.

Tabla No. 63: Agencias turísticas que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
SI	106	100%
NO	0	0%
Total	106	100

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 43: Agencias turísticas que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades



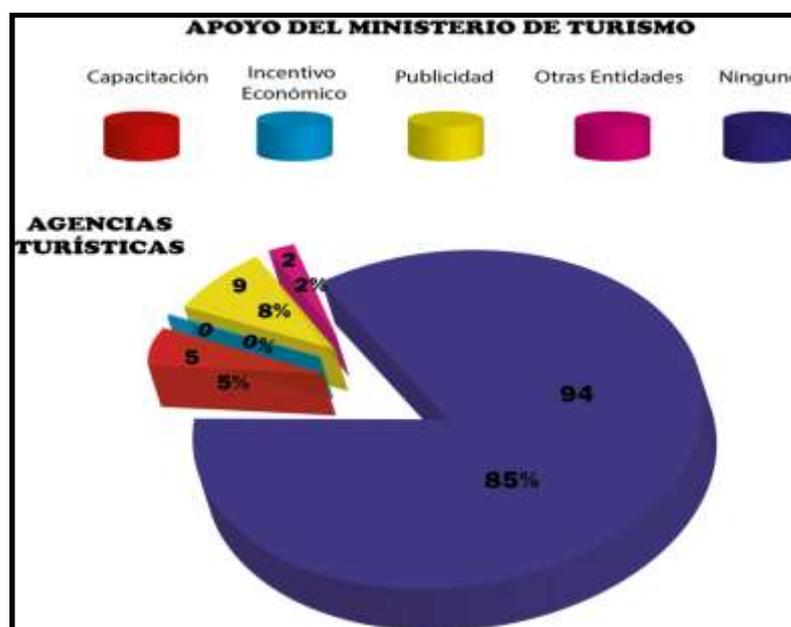
En el **gráfico No. 43** se muestra que 106 agencias turísticas entrevistadas cumplen con todos los requisitos para el desarrollo de las actividades, lo que representa el 100%; esto demuestra que existe preocupación e interés en las agencias turísticas por el cumplimiento de la legislación vigente y hay mayor vigilancia por parte de los organismos de control.

Tabla No. 64: Distribución de agencias turísticas que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades (07/06/2012)

	No. de Agencias	Porcentaje
Capacitación	5	5%
Inc. Económico	0	0%
Publicidad	9	8%
Ninguno	94	85%
Otras Entidades	2	2%
Total	110	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 44: Distribución de agencias turísticas que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades



El **gráfico No. 44** refleja que 94 agencias turísticas no tienen apoyo del Ministerio de Turismo, lo que representa el 85%; 9 agencias turísticas reciben ayuda del Ministerio de Turismo a nivel publicitario, lo que representa el 8%, y 5 agencias turísticas a través de capacitaciones, lo que representa el 5%; mientras que 2 agencias turísticas reciben capacitaciones del CAPTUR, lo que representa el 2%; esto indica que el Ministerio de Turismo no ha ayudado a las agencias turística, mismas que constituyen un pilar fundamental para el crecimiento del turismo tanto cantonal y nacional.

ii. Restaurantes, museos/iglesias, centros ecológicos, complejos y hoteles

Se aplicó encuestas a 187 promotores turísticos de sitio (53 restaurantes, 33 museos/iglesias, 19 centros ecológicos, 26 complejos y 56 hoteles) que se encuentran localizados en el Cantón Quito; de las cuales se obtuvo la siguiente información:

Tabla No. 65: Distribución de promotores turísticos de sitio por servicios turísticos (08/06/2012)

		No. de promotores	Porcentaje
Servicios turísticos	Complejos	26	14%
	Restaurantes	53	28%
	Hoteles	56	30%
	Centro Ecológico	19	10%
	Museos	33	18%
Total		187	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 45: Distribución de promotores turísticos de sitio por servicios turísticos



El gráfico No. 45 refleja los servicios turísticos que ofrecen los promotores turísticos de sitio encuestados; en el cual, 26 promotores turísticos actúan como complejos, lo que representa el 14%; 53 promotores turísticos ofrecen el servicio de restaurante, lo que representa el 28%; 56 promotores turísticos prestan servicio de hotel, lo que

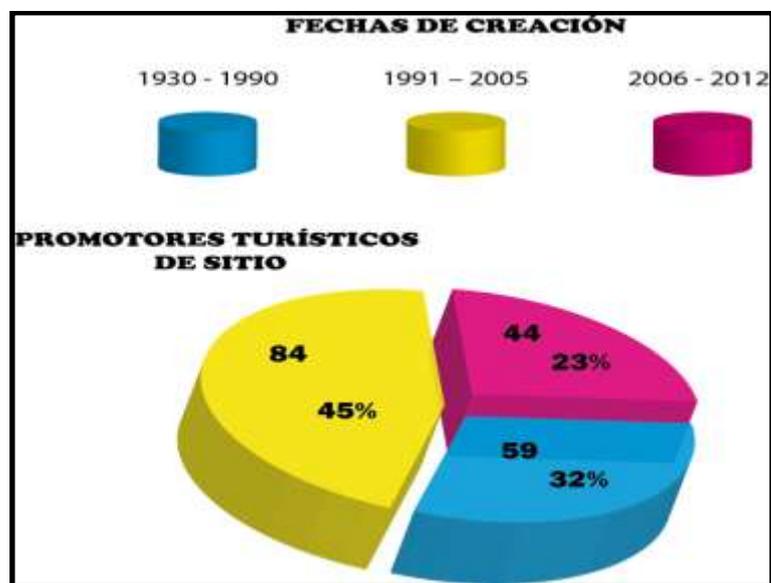
representa el 30%; 19 promotores turísticos son centros ecológicos, lo que representa el 10%, y 33 promotores turísticos son museos, lo que representa el 18%; evidenciando que existe diversas alternativas de turismo en el Cantón Quito.

Tabla No. 66: Promotores turísticos de sitio creados por período de años
(08/06/2012)

		AÑOS			Total
		1930 - 1990	1991 - 2005	2006- 2012	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	9	9	8	26
	Restaurantes	14	30	9	53
	Hoteles	22	18	16	56
	Centro Ecológico	4	12	3	19
	Museos	10	15	8	33
Total		59	84	44	187
Porcentaje		32%	45%	23%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 46: Promotores turísticos de sitio creados por período de años



En el **gráfico No. 46** se muestra que durante el período 1930 – 1990, se crearon 59 promotores turísticos de sitio lo que representa el 32%; en el período 1991 – 2005, se constituyeron 84 promotores turísticos de sitio lo que representa el 45%, y en los últimos 7 años (2006 – 2012), se han creado 44 promotores turísticos de sitio lo que

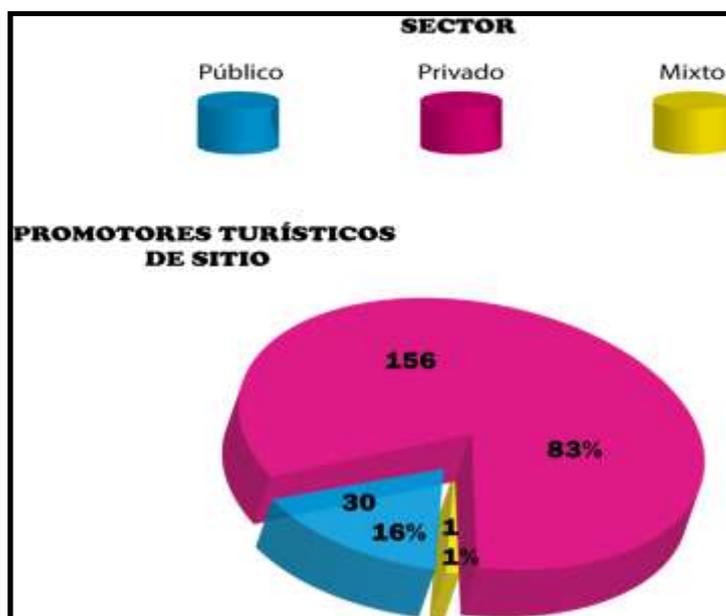
representa el 23%; esto indica que existe un crecimiento de promotores turísticos de sitio que promueven el turismo en el Cantón Quito; pero, en los últimos 7 años dicho crecimiento es lento aún cuando el gobierno incentiva el turismo local.

Tabla No. 67: Distribución de promotores turísticos de sitio por sector (08/06/2012)

		Sector			Total promotores
		Público	Privado	Mixto	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	6	20	0	26
	Restaurantes	0	53	0	53
	Hoteles	0	56	0	56
	Centro Ecológico	9	10	0	19
	Museos	15	17	1	33
Total		30	156	1	187
Porcentaje		16%	83%	1%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 47: Distribución de promotores turísticos de sitio por sector



Los promotores turísticos de sitio cumplen un rol importante en el desarrollo del turismo local porque son quienes promocionan los diferentes lugares turísticos del Cantón Quito y del país; el **gráfico No. 47** muestra que pertenecen al sector público, 30 promotores turísticos de sitio lo que representa el 16%; al sector privado, pertenecen 156 promotores turísticos de sitio lo que representa el 83%, y al sector

mixto, pertenece un promotor turístico de sitio lo que representa el 1%; evidenciando que existe un mayor número de promotores turísticos de sitio privados.

Tabla No. 68: Promotores turísticos de sitio que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades (08/06/2012)

		Recursos				Total
		Propios	Ent. Financiera	Ent. Gubernativa	Otros	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	20	1	2	5	28
	Restaurantes	51	1	0	1	53
	Hoteles	44	14	0	0	58
	Centro Ecológico	13	1	6	0	20
	Museos	17	1	0	18	36
Total		145	18	8	24	195
Porcentaje		75%	9%	4%	12%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 48: Promotores turísticos de sitio que requirieron recursos monetarios para financiar el inicio de sus actividades



El gráfico No. 48 indica que financiaron el inicio de las actividades con recursos propios, 145 promotores turísticos de sitio lo que representa el 75%; solicitaron

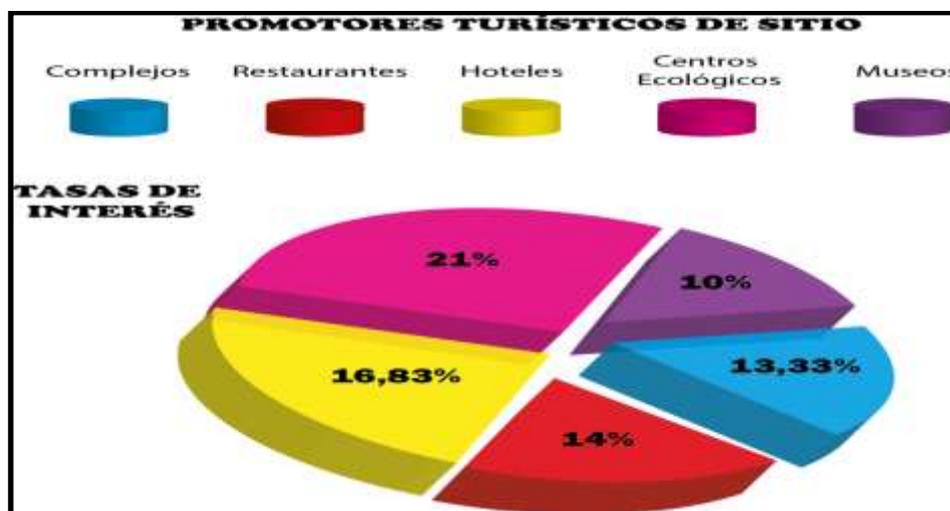
crédito en una entidad financiera, 18 promotores turísticos de sitio lo que representa el 9%; realizaron crédito en una entidad gubernamental, 8 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 4%, y 24 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 12% obtuvieron los recursos efectuando: crédito a un familiar, solicitando la ayuda del: Ejército ecuatoriano, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), Corporación Vida de Quito, Fundación Turismo, Fundación Quito Colonial, FONSAL, UPS, Instituto Geográfico Militar, Proyecto Chileno, Ministerio de Defensa Nacional. Esto evidencia que la mayor parte de los promotores turísticos de sitio fueron creados con recursos propios, lo que disminuye el riesgo de deuda en el caso de que el negocio no lucre como se espera e impida el pago de la misma.

Tabla No. 69: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades (08/06/2012)

Promotores Turísticos de sitio	Tasas de interés promedio	
	Complejos	Tasas de interés promedio
	Complejos	13,33%
	Restaurantes	14,00%
	Hoteles	16,83%
	Centro Ecológico	21,00%
	Museos	10,00%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 49: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar el inicio de sus actividades



El **gráfico No. 49** muestra las tasas de interés promedio de los créditos solicitados por los promotores turísticos de sitio para el financiamiento del inicio de las actividades; en el cual los complejos pagaron una tasa de interés promedio del 13,33%; los restaurantes pagaron una tasa de interés promedio del 14%; los hoteles pagaron una tasa de interés promedio del 16,83%; los centros ecológicos pagaron una tasa de interés promedio del 21% y los museos pagaron una tasa de interés promedio del 10%; esto demuestra que las tasas de interés son altas si se toma en cuenta que el sector turístico se encuentra en proceso de desarrollo y explotación, y por ende los ingresos son reducidos.

Tabla No. 70: Promotores turísticos de sitio que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades (08/06/2012)

		Tiempo				Total
		3 - 6 meses	1 -2 años	3 - 5 años	>= 5 años	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	0	10	12	4	26
	Restaurantes	2	44	5	2	53
	Hoteles	1	31	12	12	56
	Centro Ecológico	0	10	4	5	19
	Museos	2	20	7	4	33
Total		5	115	40	27	187
Porcentaje		4%	61%	21%	14%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 50: Promotores turísticos de sitio que recuperaron en un período de tiempo los recursos para financiar el inicio de sus actividades



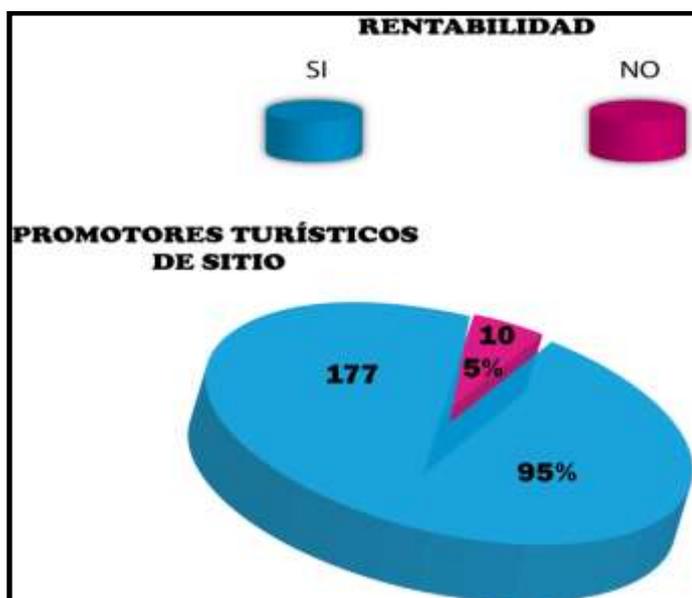
Como el turismo desde hace algunos años se ha encontrado en una etapa de crecimiento la mayoría de promotores turísticos de sitio recuperaron los recursos utilizados para financiar el inicio de sus actividades en mayor período. En el **gráfico No. 50** se muestra que en más de 5 años, recuperaron los recursos 27 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 14%; en un período de 3 a 5 años, lo efectuaron 40 promotores turísticos de sitio lo que representa el 21%, en un período de 1 a 2 años, lo realizaron 115 promotores turísticos de sitio lo que representa el 61%, y en un período de 3 a 6 meses, lo ejecutaron 5 promotores turísticos de sitio lo que representa el 4%.

Tabla No. 71: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran a su negocio rentable (08/06/2012)

		SI	NO	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	20	6	26
	Restaurantes	52	1	53
	Hoteles	54	2	56
	Centro Ecológico	19	0	19
	Museos	32	1	33
Total		177	10	187
Porcentaje		95%	5%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 51: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran a su negocio rentable



El **gráfico No. 51** indica que 177 promotores turísticos de sitio consideran a su negocio rentable, lo que representa el 95%, mientras 10 promotores turísticos de sitio consideran que no es rentable, lo que representa el 5%; esto demuestra que el desarrollo del turismo constituye una fuente de ingresos tanto para los promotores turísticos de sitio como para el Cantón Quito.

Tabla No. 72: Distribución de promotores turísticos de sitio que realizaron modificaciones en los últimos 6 años (08/06/2012)

		SI	NO	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	17	9	26
	Restaurantes	33	20	53
	Hoteles	37	19	56
	Centro Ecológico	10	9	19
	Museos	28	5	33
Total		125	62	187
Porcentaje		67%	33%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 52: Distribución de promotores turísticos de sitio que realizaron modificaciones en los últimos 6 años



El **gráfico No. 52** señala que 125 promotores turísticos de sitio han efectuado modificaciones en los últimos seis años, lo que representa el 67%; mientras que 62 promotores turísticos de sitio no realizaron ninguna modificación, lo que representa

el 33%; esto indica que la mayor parte de promotores turísticos de sitio han realizado modificaciones para satisfacer las exigencias y necesidades de turistas nacionales y extranjeros.

Tabla No. 73: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de modificación (08/06/2012)

		Tipo de modificación			Total
		Infraestructura	Servicio	Personal	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	17	3	0	20
	Restaurantes	33	3	1	37
	Hoteles	34	5	2	41
	Centro Ecológico	8	2	1	11
	Museos	27	1	0	28
Total		119	14	4	137
Porcentaje		87%	10%	3%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 53: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de modificación



El gráfico No. 53 muestra que efectuaron modificaciones en la infraestructura 119 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 87%; realizaron modificaciones en los servicios 14 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 10%, y cambiaron al personal 4 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 3%; evidenciando

que existe más modificaciones en la infraestructura con el propósito de ofrecer mejores instalaciones turísticas tanto a turistas nacionales como a turistas extranjeros.

Tabla No. 74: Distribución de promotores turísticos de sitio que solicitaron recursos para financiar las modificaciones (08/06/2012)

		Recursos				Total
		Propio	Ent. Finan.	Ent. Gubern.	Otros	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	14	1	0	2	17
	Restaurantes	26	6	1	0	33
	Hoteles	33	5	0	0	38
	Centro Ecológico	9	0	0	1	10
	Museos	21	0	1	8	30
Total		103	12	2	11	128
Porcentaje		80%	9%	2%	9%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 54: Distribución de promotores turísticos de sitio que solicitaron recursos para financiar las modificaciones



El gráfico No. 54 refleja que 103 promotores turísticos de sitio financiaron las modificaciones con recursos propios, lo que representa el 80%; 12 promotores turísticos de sitio solicitaron crédito en una entidad financiera, lo que representa el 9%; 2 promotores turísticos de sitio realizaron crédito en una entidad gubernamental, lo que representa el 2%; mientras 11 promotores turísticos de sitio financiaron las

modificaciones con la ayuda del municipio, Ecociencia, Corporación Vida de Quito y FONSAL¹¹, lo que representa el 9%; evidenciando que la mayor parte de los promotores turísticos de sitio realizaron las modificaciones con recursos obtenidos del giro de negocio.

Tabla No. 75: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar las modificaciones (08/06/2012)

		Tasas de interés
Promotores de Turísticos de sitio	Complejos	15,00%
	Restaurantes	14,00%
	Hoteles	19,00%
	Centro Ecológico	-
	Museos	15,00%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 55: Tasas de interés promedio que pagaron los promotores turísticos de sitio por el crédito solicitado para financiar las modificaciones



El gráfico No. 55 muestra las tasas de interés promedio de los créditos solicitados por los promotores turísticos de sitio para el financiamiento de las modificaciones; en el cual, los complejos pagaron una tasa de interés promedio del 15%; los restaurantes

¹¹ Fondo de Salvamento, institución del Distrito Metropolitano de Quito encargado de salvaguardar el patrimonio cultural, histórico, artístico y religioso del Cantón.

pagaron una tasa de interés promedio del 14%; los hoteles pagaron una tasa de interés promedio del 19% y los museos pagaron una tasa de interés promedio del 15%; lo que evidencia que las tasas de interés son altas para el sector turístico ya que se encuentra en un proceso de crecimiento y por ende los ingresos son reducidos.

Tabla No. 76: Distribución de promotores turísticos de sitio por período de tiempo en el que recuperaron los recursos invertidos en las modificaciones (08/06/2012)

		TIEMPO				Total
		3 - 6 meses	1 -2 años	3 - 5 años	>= 5 años	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	0	7	8	2	17
	Restaurantes	3	25	5	0	33
	Hoteles	1	26	8	2	37
	Centro Ecológico	0	7	3	0	10
	Museos	6	17	3	2	28
Total		10	82	27	6	125
Porcentaje		8%	66%	21%	5%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 56: Distribución de promotores turísticos de sitio por período de tiempo en el que recuperaron los recursos invertidos en las modificaciones



El gráfico No. 56 muestra que en más de cinco años, recuperaron los recursos invertidos en las modificaciones 6 promotores turísticos de sitio lo que representa el 5%; en un período de tres a cinco años, lo efectuaron 27 promotores turísticos de

sitio lo que representa el 21%, en un período de uno a dos años, lo realizaron 82 promotores turísticos de sitio lo que representa el 66%, y en un período de tres a seis meses lo ejecutaron 10 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 8% restaurantes; evidenciando que la mayor parte de promotores turísticos de sitio recuperaron los recursos invertidos en las modificaciones a un mediano plazo.

Tabla No. 77: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio cada día (08/06/2012)

		Turistas		Total
		Nacionales	Extranjeros	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	8960	607	9567
	Restaurantes	8163	153	8316
	Hoteles	1674	414	2088
	Centro Ecológico	5200	4652	9852
	Museos	5570	1097	6667
Total		29567	6923	36490
Porcentaje		81%	19%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 57: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio cada día



El gráfico No. 57 muestra que los promotores turísticos de sitio reciben cada día a 29.567 turistas nacionales, lo que representa el 81%, y 6.923 turistas extranjeros, lo que representa el 19%; esto refleja que los promotores turísticos de sitio reciben en mayor número a turistas nacionales que a turistas extranjeros por día.

Tabla No. 78: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio durante los feriados (08/06/2012)

		Turistas		Total
		Nacionales	Extranjeros	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	24078	1228	25306
	Restaurantes	17675	320	17995
	Hoteles	3322	663	3985
	Centro Ecológico	9975	3264	13239
	Museos	12089	1397	13486
Total		67139	6872	74011
Porcentaje		91%	9%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 58: Distribución de turistas que reciben los promotores turísticos de sitio durante los feriados



El gráfico No. 58 muestra que los promotores turísticos de sitio reciben durante los feriados a 67.139 turistas nacionales, lo que representa el 91%, y 6.872 turistas extranjeros, lo que representa el 9%; esto refleja que los promotores turísticos de sitio reciben en mayor número a turistas nacionales que a turistas extranjeros durante los feriados.

Tabla No. 79: Distribución de promotores turísticos de sitio según medios de comunicación que utilizan para dar a conocer sus servicios (08/06/2012)

		Medios					Total
		Internet	TV	Radio	Prensa	Otros	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	19	3	1	3	17	43
	Restaurantes	15	0	1	0	43	59
	Hoteles	35	3	0	2	25	65
	Centro Ecológico	19	7	2	3	5	36
	Museos	32	6	1	14	10	63
Total		120	19	5	22	100	266
Porcentaje		45%	7%	2%	8%	38%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 59: Distribución de promotores turísticos de sitio según medios de comunicación que utilizan para dar a conocer sus servicios



El gráfico No. 59 señala los medios de comunicación utilizados por los promotores turísticos de sitio para dar a conocer sus servicios; en el cual el internet es usado por 120 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 45%; la TV es utilizada por 19 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 7%; la radio es empleada por 5 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 2%; la prensa es utilizada por 22 promotores turísticos de sitio lo que representa el 8%; mediante volantes, vallas, ferias, guía telefónica y folletos se dan a conocer 100 promotores turísticos de sitio,

lo que representa el 38%; demostrando que la mayor parte de agencias turísticas hacen uso del internet y otros, a fin de promocionar sus servicios a turistas nacionales y turistas extranjeros.

Tabla No. 80: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones (08/06/2012)

		Frecuencia				Total
		Todos los días	1 vez semana	3 veces semana	Otros	
Promotores turísticos de sitio	Complejos	20	3	3	0	26
	Restaurantes	52	1	0	0	53
	Hoteles	51	2	2	1	56
	Centro Ecológico	11	7	0	1	19
	Museos	30	2	1	0	33
Total		164	15	6	2	187
Porcentaje		88%	8%	3%	1%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 60: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de descontaminación de sus instalaciones



El gráfico No. 60 indica la frecuencia de descontaminación de las instalaciones de los promotores turísticos de sitio; en el cual, 164 promotores turísticos de sitio realizan la descontaminación todos los días, lo que representa el 88%; 15 promotores

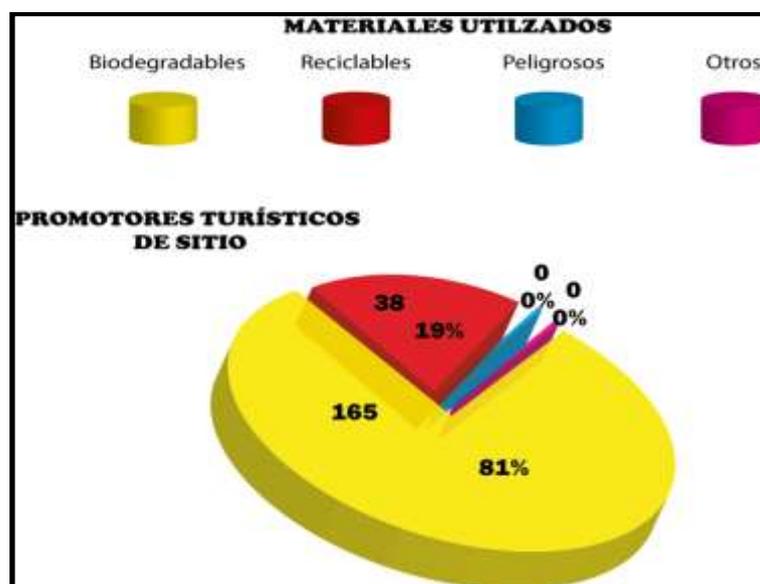
turísticos de sitio efectúan la descontaminación una vez a la semana, lo que representa el 8%; 6 promotores turísticos de sitio hacen la descontaminación tres veces a la semana, lo que representa el 3%, y 2 promotores turísticos de sitio descontaminan sus instalaciones después de cada visita y cada quince días, respectivamente, lo que representa el 1%; esto indica que los promotores turísticos de sitio se preocupan por dar una buena imagen ante los turistas nacionales y turistas extranjeros.

Tabla No. 81: Distribución de promotores turísticos de sitio según los materiales que utilizan para la prestación de servicios (08/06/2012)

		Materiales utilizados para la prestación de servicios				Total
		Biodegradable	Reciclables	Peligrosos	Otros	
Promotores T	Complejos	26	0	0	0	26
	Restaurantes	53	2	0	0	55
	Hoteles	41	22	0	0	63
	Centro Ecológico	16	7	0	0	23
	Museos	29	7	0	0	36
Total		165	38	0	0	203
Porcentaje		81%	19%	0%	0%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 61: Distribución de promotores turísticos de sitio según los materiales que utilizan para la prestación de servicios



El **gráfico No. 61** muestra el tipo materiales que los promotores turísticos de sitio utilizan en la prestación de servicios 165 promotores turísticos de sitio emplean materiales biodegradables, lo que representa el 81%; mientras que 38 promotores turísticos de sitio usan materiales reciclables, lo que representa el 19%; evidenciando que los materiales utilizados por los promotores turísticos de sitio no son nocivos para el ser humano y que no utilizan ningún tipo de materiales peligrosos.

Tabla No. 82: Distribución de promotores turísticos de sitio según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios (08/06/2012)

		Reciclaje	Contenedor común	Otros	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	10	17	1	28
	Restaurantes	7	49	0	56
	Hoteles	9	49	0	58
	Centro Ecológico	6	14	0	20
	Museos	15	19	0	34
Total		47	148	1	196
Porcentaje		24%	75%	1%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 62: Distribución de promotores turísticos de sitio según la forma de recolectar los desechos generados en la prestación de servicios



El **gráfico No. 62** indica que 148 promotores turísticos de sitio recolectan los desechos en un contenedor común, lo que representa el 75%; 47 promotores

turísticos de sitio reciclan los desechos, lo que representa el 24%, y un promotor turísticos utiliza los desechos como abono, lo que representa el 1%; esto demuestra que existe poca concientización en los promotores turísticos de sitio por el cuidado y preservación del medio ambiente.

Tabla No. 83: Distribución de empleados que laboran en los promotores turísticos de sitio (08/06/2012)

		No. de Empleados	Porcentaje
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	162	12%
	Restaurantes	266	19%
	Hoteles	304	22%
	Centro Ecológico	356	25%
	Museos	313	22%
Total		1401	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 63: Distribución de empleados que laboran en los promotores turísticos de sitio



En el **gráfico No. 63** se indica que 162 empleados laboran en complejos, lo que representa el 12%; 266 empleados laboran en restaurantes, lo que representa el 19%; 304 empleados laboran en hoteles, lo que representa el 22%; 356 empleados laboran en centros ecológicos, lo que representa el 25%, y 313 empleados laboran en museos, lo que representa el 22%; dando un total de 1401 empleados que laboran en los 187

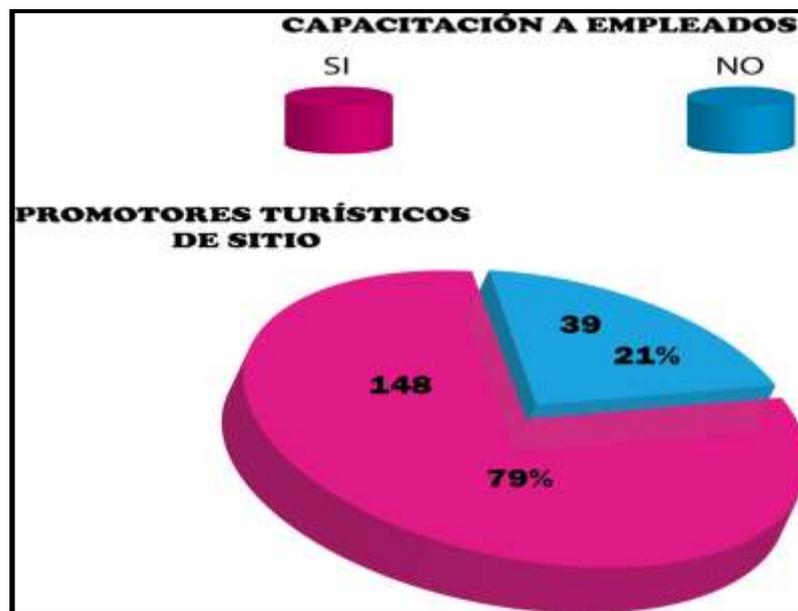
promotores turísticos de sitio, es decir, 7 empleados por promotor turístico de sitio; esto demuestra que generan fuentes de empleo en el Cantón Quito.

Tabla No. 84: Distribución de promotores turísticos de sitio que capacitan a los empleados (08/06/2012)

		SI	NO	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	14	12	26
	Restaurantes	38	15	53
	Hoteles	46	10	56
	Centro Ecológico	17	2	19
	Museos	33	0	33
Total		148	39	187
Porcentaje		79%	21%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 64: Distribución de promotores turísticos de sitio que capacitan a los empleados



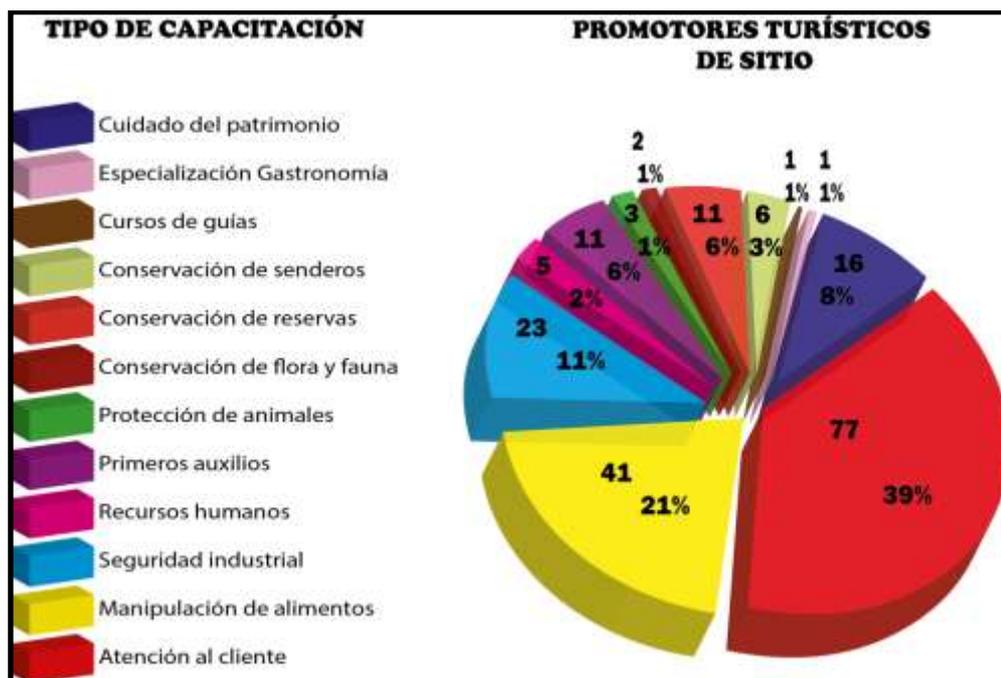
El gráfico No. 64 muestra que 148 promotores turísticos de sitio capacitan a los empleados, lo que representa el 79%; mientras que 39 promotores turísticos de sitio no capacitan a los empleados, lo que representa el 21%; argumentando que contratan a personas profesionales y especializadas; esto indica que la mayor parte de promotores turísticos de sitio capacitan a los empleados de acuerdo a las necesidades.

Tabla No. 85: Distribución de promotores turísticos de sitio según el tipo de capacitación a los empleados (08/06/2012)

	Promotores turísticos de sitio					Total	Porcentaje
	Comp	Resta	Hotel	C. Ecol	Muse		
Atención al cliente	9	13	33	6	16	77	39%
Manipulación de alimentos	3	37	1	-	-	41	21%
Seguridad industrial	5	4	14	-	-	23	11%
Recursos humanos	4	-	1	-	-	5	2%
Primeros auxilios	-	-	9	2	-	11	6%
Protección de animales	-	-	-	2	1	3	1%
Conservación flora/fauna	-	-	-	2	-	2	1%
Conservación de reservas	-	-	-	11	-	11	6%
Conservación de senderos	-	-	-	6	-	6	3%
Cursos de guías	-	-	-	1	-	1	1%
Espec.Gastronomía	-	-	-	-	1	1	1%
Cuidado del patrimonio	-	-	-	-	16	16	8%
Total	21	54	58	30	34	197	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 65: Distribución de promotores turísticos de sitio según el tipo de capacitación a los empleados



El **gráfico No. 65** refleja que 77 promotores turísticos de sitio capacitan a los empleados en atención al cliente, lo que representa el 39%; 41 promotores turísticos de sitio preparan a los empleados en manipulación de alimentos, lo que representa el 21%; 23 promotores turísticos de sitio educan a los empleados en seguridad industrial, lo que representa el 11%; 5 promotores turísticos de sitio instruyen a los empleados en recursos humanos, lo que representa el 2%; 11 promotores turísticos de sitio capacitan a los empleados en primeros auxilios y conservación de reservas, lo que representa el 6%, 3 promotores turísticos de sitio preparan a los empleados en protección animal, lo que representa el 1%; 2 promotores turísticos de sitio capacitan a los empleados en conservación de flora y fauna, lo que representa el 1%; 6 promotores turísticos de sitio instruyen a los empleados en conservación de senderos, lo que representa el 3%, un promotor turístico de sitio da cursos de guías y especialización gastronómica, a los empleados lo que representa el 1%, y en 16 promotores turísticos de sitio instruyen a los empleados en cuidado patrimonial, lo que representa el 8%; esto indica que los promotores turísticos de sitio preparan a los empleados con mayor frecuencia en: atención al cliente, manipulación de alimentos y seguridad industrial con el propósito de ofrecer servicios de calidad tanto a turistas nacionales como a turistas extranjeros.

Tabla No. 86: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de capacitación a los empleados (08/06/2012)

		Frecuencia				Total
		Cada 3 meses	Cada 6 meses	Cada año	Otros	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	1	3	8	2	14
	Restaurantes	2	7	29	0	38
	Hoteles	2	10	33	1	46
	Centro Ecológico	2	6	8	1	17
	Museos	6	12	13	2	33
Total		13	38	91	6	148
Porcentaje		9%	26%	61%	4%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 66: Distribución de promotores turísticos de sitio por frecuencia de capacitación a los empleados



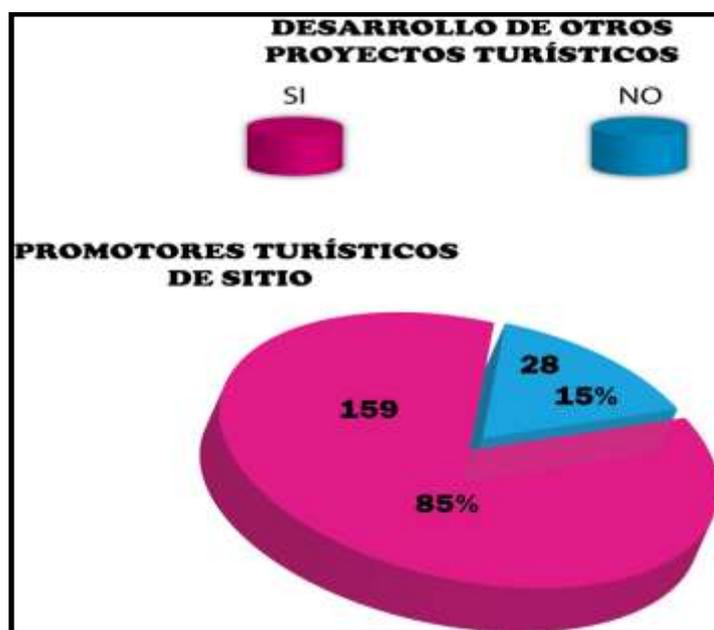
El gráfico No. 66 muestra que 13 promotores turísticos de sitio capacitan a los empleados cada tres meses, lo que representa el 9%; 38 promotores turísticos de sitio preparan a los empleados cada seis meses, lo que representa el 26%; 91 promotores turísticos de sitio instruyen a los empleados cada año, lo que representa el 61%, y 6 promotores turísticos de sitio capacitan a los empleados cada cuatro meses, cada dos años, cada tres años, cada mes y tres veces al año, respectivamente, lo que representa el 4%; evidenciando que las capacitaciones a los empleados son frecuentes y de acuerdo a las necesidades de cada promotor turístico de sitio.

Tabla No. 87: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito (08/06/2012)

		SI	NO	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	23	3	26
	Restaurantes	49	4	53
	Hoteles	42	14	56
	Centro Ecológico	18	1	19
	Museos	27	6	33
Total		159	28	187
Porcentaje		85%	15%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 67: Distribución de promotores turísticos de sitio que consideran que en los últimos años se ha incrementado el turismo en el Cantón Quito



El gráfico No. 67 indica que 159 promotores turísticos de consideran que el turismo ha incrementado en los últimos años en el Cantón Quito, lo que representa el 85%; mientras que 28 promotores turísticos de sitio piensan que no ha incrementado el turismo en los últimos 6 años, lo que representa el 15%; evidenciando que la promoción turística realizada por los organismos de gobierno encargados contribuye al desarrollo del turismo cantonal y nacional.

Tabla No. 88: Promotores turísticos de sitio que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades (08/06/2012)

		SI	NO	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	24	2	26
	Restaurantes	53	0	53
	Hoteles	53	3	56
	Centro Ecológico	17	2	19
	Museos	33	0	33
Total		180	7	187
Porcentaje		96%	4%	100

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 68: Promotores turísticos de sitio que cumplen con los requisitos para el desarrollo de sus actividades



En el **gráfico No. 68** se muestra que 180 promotores turísticos de sitio cumplen con todos los requisitos para el desarrollo de las actividades, lo que representa el 96%; mientras 7 promotores turísticos de sitio no cumplen con todos los requisitos para el desarrollo de las actividades por desconocimiento y despreocupación por parte de los mismos, lo que representa el 4%; esto demuestra que existe interés en la mayoría de los promotores turísticos de sitio por el cumplimiento de la legislación vigente y mayor vigilancia por parte de los organismos de control.

Tabla No. 89: Distribución de promotores turísticos de sitio que tienen certificación ambiental (08/06/2012)

		SI	NO	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	13	13	26
	Restaurantes	27	26	53
	Hoteles	37	19	56
	Centro Ecológico	15	4	19
	Museos	26	7	33
Total		118	69	187
Porcentaje		63%	37%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 69: Distribución de promotores turísticos de sitio que tienen certificación ambiental



El gráfico No. 69 muestra que a 118 promotores turísticos de sitio les han otorgado una certificación ambiental, lo que representa el 63%; mientras que 68 promotores turísticos de sitio no tienen una certificación ambiental, lo que representa el 37%; esto demuestra que los promotores turísticos de sitio se han preocupado por el cuidado y la conservación de medio ambiente.

Tabla No. 90: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de certificación ambiental (08/06/2012)

		Tipo de certificación ambiental			Total
		Cantonal	Nacional	Internacional	
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	13	0	0	13
	Restaurantes	26	1	0	27
	Hoteles	37	0	0	37
	Centro Ecológico	15	0	0	15
	Museos	26	0	0	26
Total		117	1	0	118
Porcentaje		99%	1%	0%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 70: Distribución de promotores turísticos de sitio por tipo de certificación ambiental



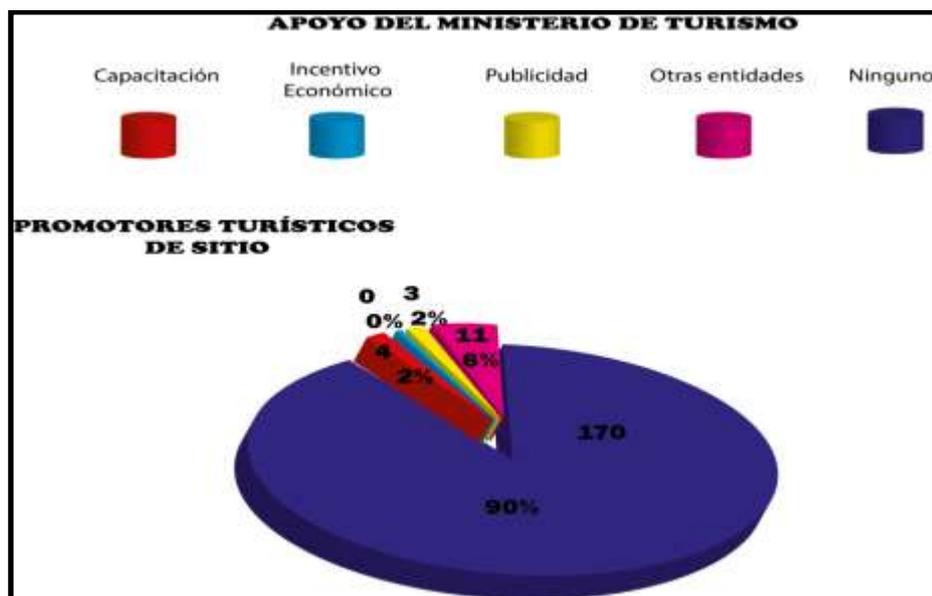
El gráfico No. 70 indica que 117 promotores turísticos de sitio tienen una certificación ambiental cantonal, lo que representa el 99%, y un promotor turístico de sitio posee una certificación ambiental nacional, lo que representa el 1%; evidenciando que ningún promotor turístico de sitio ha conseguido un certificación ambiental internacional.

Tabla No. 91: Distribución de promotores turísticos de sitio que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades (08/06/2012)

		Promotores turísticos de sitio					
		Capacitación	Inc. Económico	Publicidad	Ninguno	Otras entidades	Total
Promotores Turísticos de sitio	Complejos	0	0	1	22	3	26
	Restaurantes	0	0	0	49	4	53
	Hoteles	2	0	0	51	3	56
	Centro Ecológico	0	0	0	19	0	19
	Museos	2	0	2	29	1	34
Total		4	0	3	170	11	188
Porcentaje		2%	0%	2%	90%	6%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 71: Distribución de promotores turísticos de sitio que reciben apoyo del Ministerio de Turismo y otras entidades



El **gráfico No. 71** refleja que 170 promotores turísticos de sitio no tienen apoyo del Ministerio de Turismo, lo que representa el 90%; sin embargo, reciben ayuda por parte del Ministerio de Turismo a nivel publicitario 4 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 2%, y a través de capacitaciones 3 promotores turísticos de sitio, lo que representa el 2%; mientras que 11 promotores turísticos de sitio reciben capacitaciones de otras entidades (municipio, Corporación Turística, Ministerio de Salud, Cámara de Comercio) lo que representa el 6%.

Esto indica que el Ministerio de Turismo ha dejado de lado a los promotores turísticos de sitio, mismos que constituyen un pilar fundamental para el crecimiento del turismo tanto cantonal como nacional.

iii. Turistas

a. Turistas nacionales y extranjeros

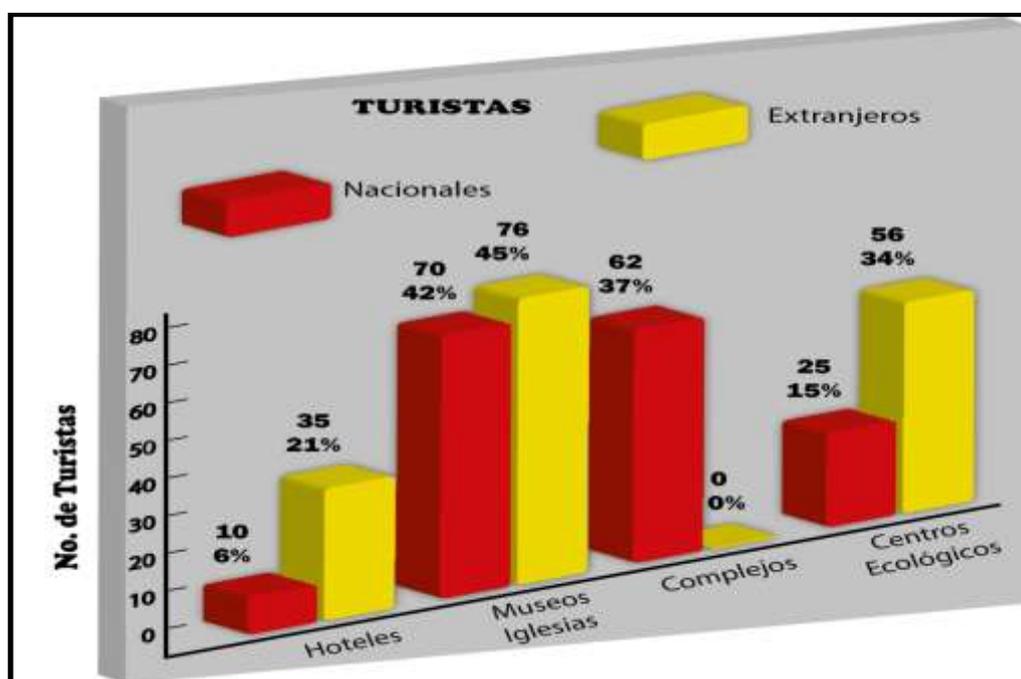
Se aplicó encuestas a 334 turistas (167 turistas nacionales y 167 turistas extranjeros) que visitan los lugares turísticos ubicados en las diferentes parroquias rurales y urbanas del Cantón Quito; de los cuales se obtuvo la siguiente información:

Tabla No. 92: Distribución de turistas encuestados por lugar turístico (11/06/2012)

	Lugar turístico				Total
	Hoteles	Museos/ Iglesias	Complejos	Centro Ecológico	
Turistas Nacionales	10	70	62	25	167
Porcentaje	6%	42%	37%	15%	100%
Turistas Extranjeros	35	76	0	56	167
Porcentaje	21%	45%	0%	34%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 72: Distribución de turistas encuestados por lugar turístico



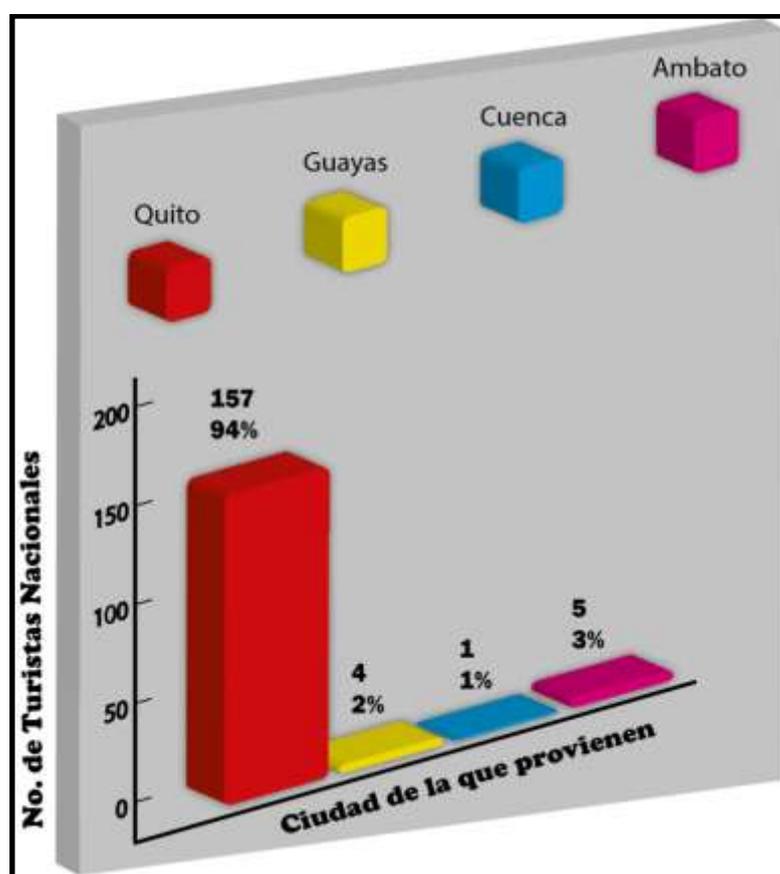
El gráfico No. 72 muestra que se aplicaron las encuestas a 167 turistas nacionales, de los cuales el 6% se realizó en hoteles, el 42% se realizó en museos/iglesias, el 37% en complejos y el 15 % en centros ecológicos; de igual manera se aplicaron las encuestas a 167 turistas extranjeros de los cuales el 21% se realizó en hoteles, el 45% se realizó en museos/iglesias y el 34 % en centros ecológicos; evidenciando que existe gran afluencia turística tanto de turistas nacionales como de extranjeros en los distintos lugares turísticos del Cantón Quito.

Tabla No. 93: Distribución de turistas nacionales por ciudad de origen (11/06/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
Ciudades	Quito	157	94%
	Guayaquil	4	2%
	Cuenca	1	1%
	Ambato	5	3%
Total		167	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 73: Distribución de turistas nacionales por ciudad de origen



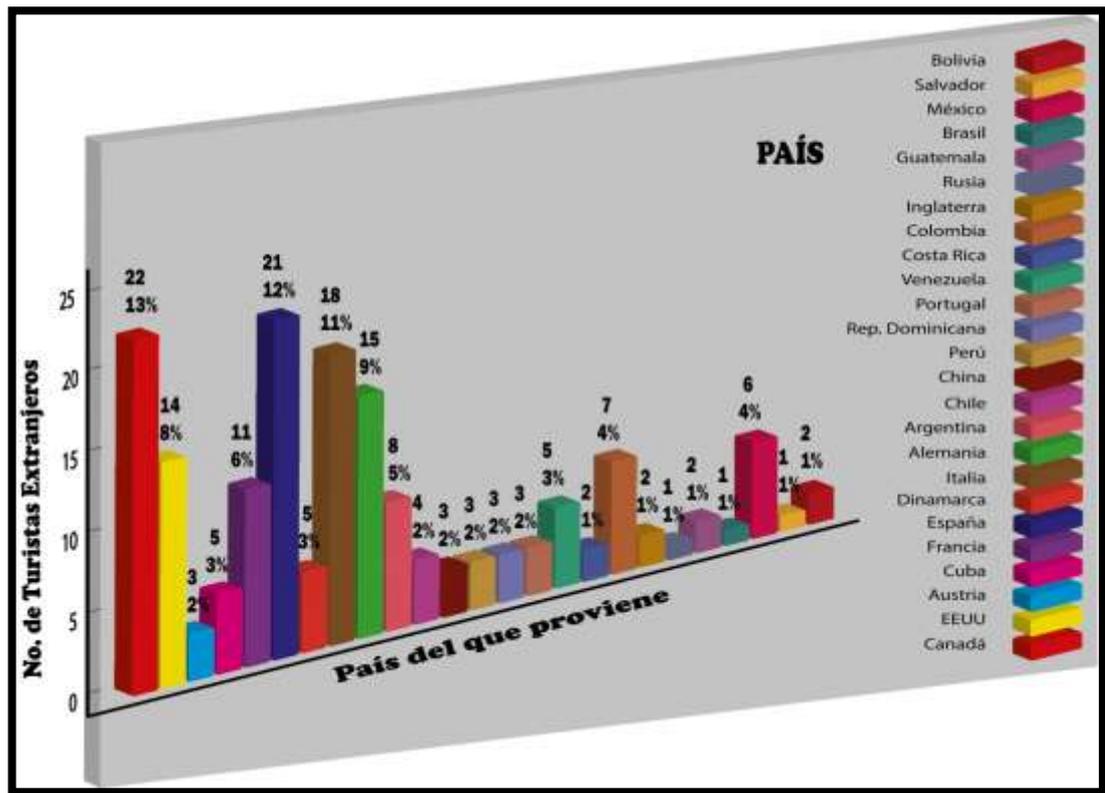
El gráfico No. 73 indica que 157 turistas vienen desde la ciudad de Quito, lo que representa el 94%; 4 turistas vienen desde la ciudad de Guayaquil, lo que representa el 2%; un turista viene desde la ciudad de Cuenca, lo que representa el 1%, y 5 turistas vienen desde la ciudad de Ambato, lo que representa el 3%; esto demuestra que existen más turistas de la ciudad de Quito que prefieren el turismo local.

Tabla No. 94: Distribución de turistas extranjeros por país de origen (11/06/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
País	Canadá	22	13%
	EEUU	14	8%
	Austria	3	2%
	Cuba	5	3%
	Francia	11	6%
	España	21	12%
	Dinamarca	5	3%
	Italia	18	11%
	Alemania	15	9%
	Argentina	8	5%
	Chile	4	2%
	China	3	2%
	Perú	3	2%
	República Dominicana	3	2%
	Portugal	3	2%
	Venezuela	5	3%
	Costa Rica	2	1%
	Colombia	7	4%
	Inglaterra	2	1%
	Rusia	1	1%
	Guatemala	2	1%
	Brasil	1	1%
	México	6	4%
El Salvador	1	1%	
Bolivia	2	1%	
Total		167	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 74: Distribución de turistas extranjeros por país de origen



El **gráfico No. 74** indica el número de turistas extranjeros por país de origen que visitan los lugares turísticos del Cantón Quito; en el cual, 22 turistas son de Canadá, lo que representa el 13%; 14 turistas son de EEUU, lo que representa el 8%; 3 turistas son de Austria, lo que representa el 2%; 5 turistas son de Cuba, lo que representa el 3%; 11 turistas son de Francia, lo que representa el 6%; 21 turistas son de España, lo que representa el 12%; 5 turistas son de Dinamarca, lo que representa el 3%; 18 turistas son de Italia, lo que representa el 11%; 15 turistas son de Alemania, lo que representa el 9%; 8 turistas son de Argentina, lo que representa el 5%; 4 turistas son de Chile, lo que representa el 2%; 3 turistas son de China, lo que representa el 2%; 3 turistas son de Perú, lo que representa el 2%; 3 turistas son de República Dominicana, lo que representa el 2%; 3 turistas son de Portugal, lo que representa el 2%; 5 turistas son de Venezuela, lo que representa el 3%; 2 turistas son de Costa Rica, lo que representa el 1%; 7 turistas son de Colombia, lo que representa el 4%; 2 turistas son de Inglaterra, lo que representa el 1%; un turista es de Rusia, lo que representa el 1%; 2 turistas son de Guatemala, lo que representa el 1%; un turista es de Brasil, lo que representa el 1%; 6 turistas son de México, lo que representa el 4%; un turista es de El Salvador, lo que representa el 1%, y 2 turistas son de Bolivia,

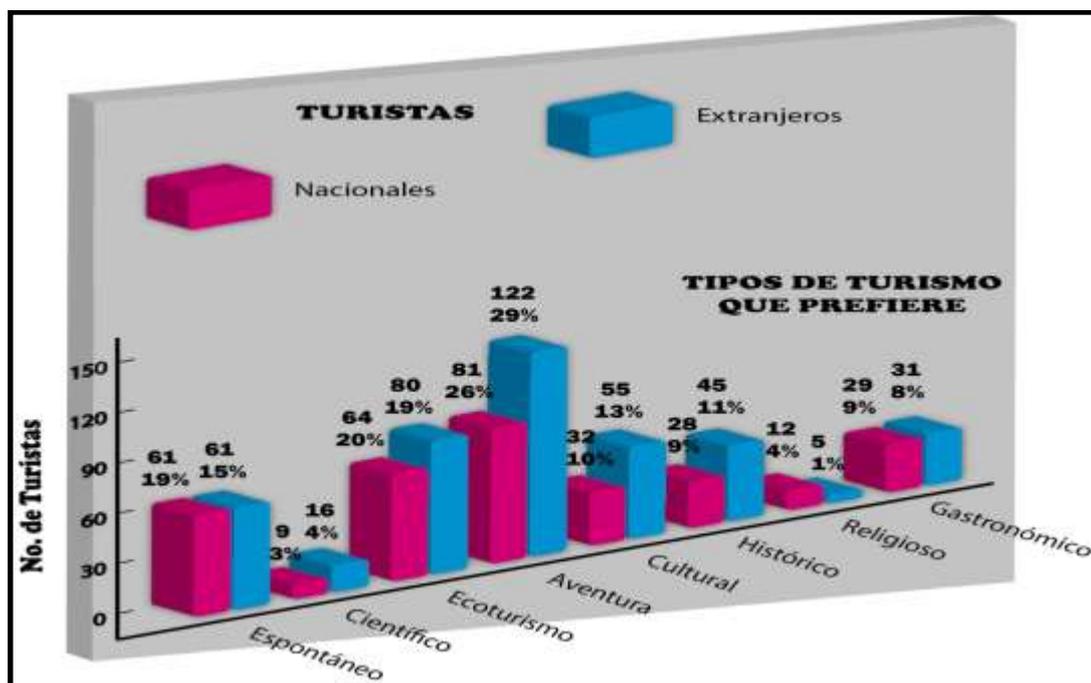
lo que representa el 1%; esto demuestra que a los turistas extranjeros les cautiva los atractivos turísticos del Cantón Quito.

Tabla No. 95: Distribución de turistas por tipo de turismo (11/06/2012)

	Tipos de Turismo								Total
	Recreacional	Científico	Ecoturismo	Aventura	Cultural	Histórico	Religioso	Gastronómico	
Turistas Nacionales	61	9	64	81	32	28	12	29	316
Porcentaje	19%	3%	20%	26%	10%	9%	4%	9%	100%
Turistas Extranjeros	61	16	80	122	55	45	5	31	415
Porcentaje	15%	4%	19%	29%	13%	11%	1%	8%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 75: Distribución de turistas por tipo de turismo



El gráfico No. 75 refleja el tipo de turismo que prefieren los turistas nacionales y extranjeros; en el cual, al 19% de turistas nacionales y 15% de turistas extranjeros les atrae el turismo recreacional; al 3% de turistas nacionales y 4% de turistas extranjeros les agrada el turismo científico; al 20% de turistas nacionales y 19% de

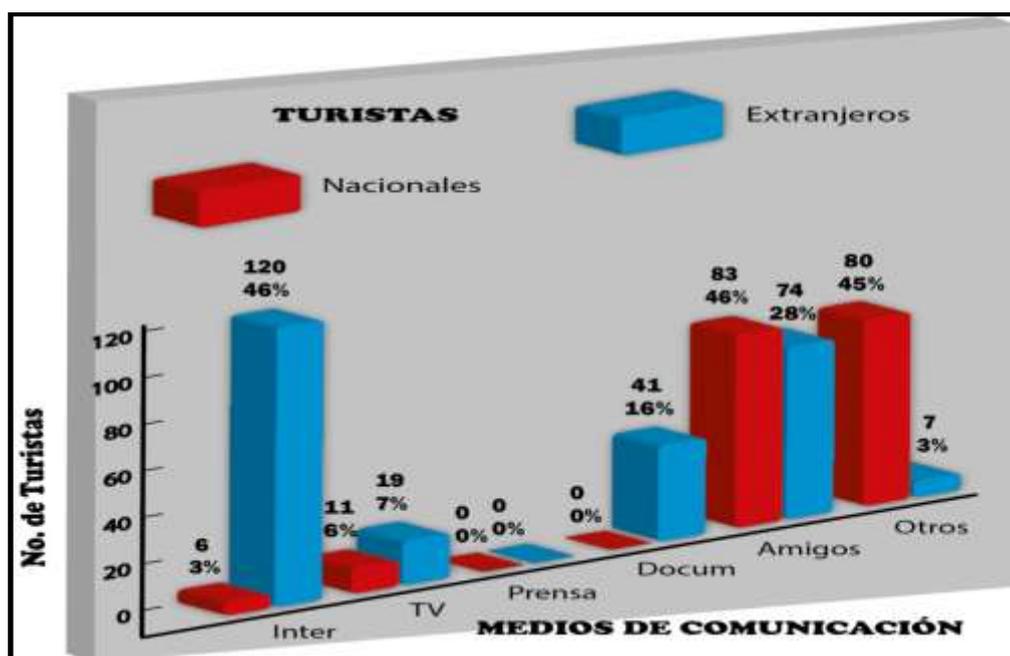
turistas extranjeros les gusta el ecoturismo; el 26% de turistas nacionales y 29% de turistas extranjeros prefieren el turismo de aventura; el 10% de turistas nacionales y 13% de turistas extranjeros optan por el turismo cultural; el 9% de turistas nacionales y 11% de turistas extranjeros eligen el turismo histórico; el 4% de turistas nacionales y 1% de turistas extranjeros escogen el turismo religioso y al 9% de turistas nacionales y 8% de turistas extranjeros les gusta disfrutar del turismo gastronómico; demostrando que el turismo recreacional, de aventura y ecoturismo son los tipos de turismo que más prefieren los visitantes nacionales y extranjeros.

Tabla No. 96: Distribución de turistas según medio de comunicación a través del cual conocieron la existencia del lugar turístico (11/06/2012)

	Medios						Total
	Intern	TV	Prensa	Document	Amigos	Otros	
Turistas Nacionales	6	11	0	0	83	80	180
Porcentaje	3%	6%	0%	0%	46%	45%	100%
Turistas Extranjeros	120	19	0	41	74	7	261
Porcentaje	46%	7%	0%	16%	28%	3%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 76: Distribución de turistas según medio de comunicación a través del cual conocieron la existencia del lugar turístico



El **gráfico No. 76** señala que el 3% de turistas nacionales y 46% de turistas extranjeros conocieron el lugar turístico mediante el internet; el 6% de turistas nacionales 7% de turistas extranjeros se enteraron de la existencia del lugar turístico a través de la TV; al 46% de turistas nacionales y 28% de turistas extranjeros les comentaron del lugar turístico los amigos; al 45% de turistas nacionales y 6% de turistas extranjeros les conversaron sus familiares y agencias turísticas, respectivamente, y el 16% de turistas extranjeros observaron el lugar turístico en documentales.

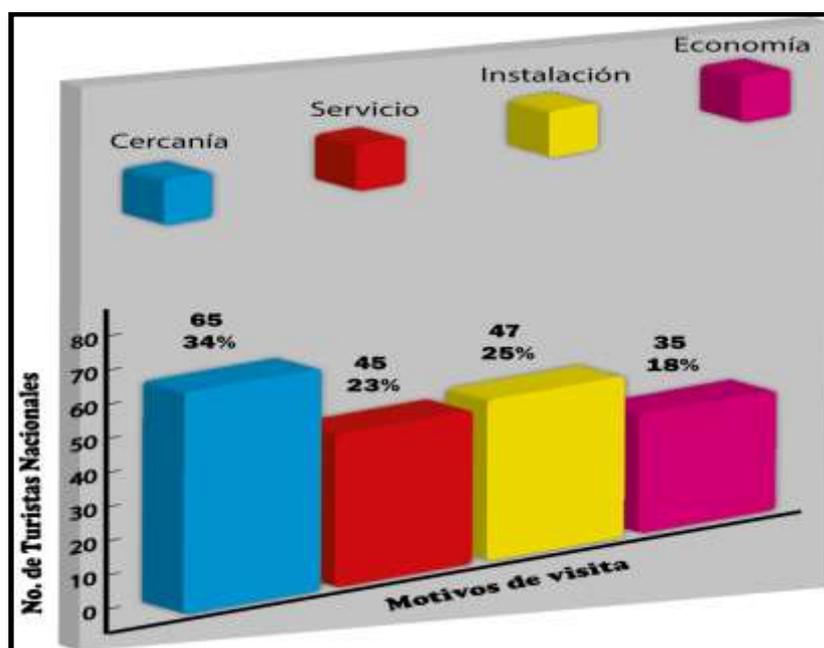
Esto indica que la mayor parte de turistas nacionales y turistas extranjeros conocieron la existencia del lugar turístico a través del internet y amigos, mientras que por medio de la prensa los turistas nacionales y extranjeros no han conocido ningún lugar turístico del Cantón Quito.

Tabla No. 97: Distribución de turistas nacionales por motivo de visita al lugar turístico (04/0/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
Motivo de Visita	Cercanía	65	34%
	Servicio	45	23%
	Instalación	47	25%
	Economía	35	18%
Total		192	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 77: Distribución de turistas nacionales por motivo de visita al lugar turístico



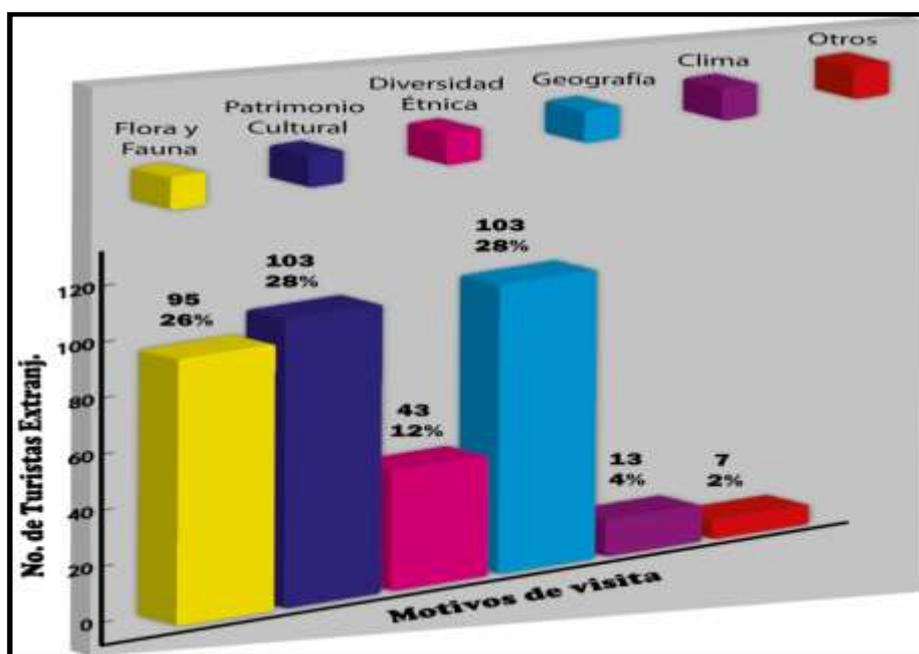
En el **gráfico No. 77** se muestra el motivo de visita al lugar turístico por parte de los turistas nacionales; en el cual, 65 turistas lo hacen por la cercanía, lo que representa el 34%; 45 turistas lo efectúan por el servicio ofrecido, lo que representa el 23%; 47 turistas lo visitan por las instalaciones, lo que representa el 25%, y 35 turistas por la economía, lo que representa el 18%; esto evidencia que los turistas nacionales frecuentan lugares turísticos que les ofrezcan comodidad, servicios de calidad y precios accesibles.

Tabla No. 98: Distribución de turistas extranjeros por motivo de visita al lugar turístico (04/0/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
Motivo de visita	Flora y Fauna	95	26%
	Patrimonio Cultural	103	28%
	Diversidad Étnica	43	12%
	Geografía	103	28%
	Clima	13	4%
	Otros	7	2%
Total		364	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 78: Distribución de turistas extranjeros por motivo de visita al lugar turístico



En el **gráfico No. 78** se muestra el motivo de visita al Ecuador por parte de los turistas extranjeros; en el cual, 95 turistas lo hacen por la flora y fauna, lo que representa el 26%; 103 turistas lo efectúan por el patrimonio cultural y la geográfica, lo que representa el 28%; 43 turistas vienen por la diversidad étnica, lo que representa el 12%; 13 turistas lo visitan por el clima, lo que representa el 4%, y 7 turistas vienen de paseo y a visitar a amigos, lo que representa el 2%; esto evidencia que la mayor parte de turistas extranjeros visitan el Ecuador por la flora y fauna, patrimonio cultural y geografía que son atractivos naturales del país.

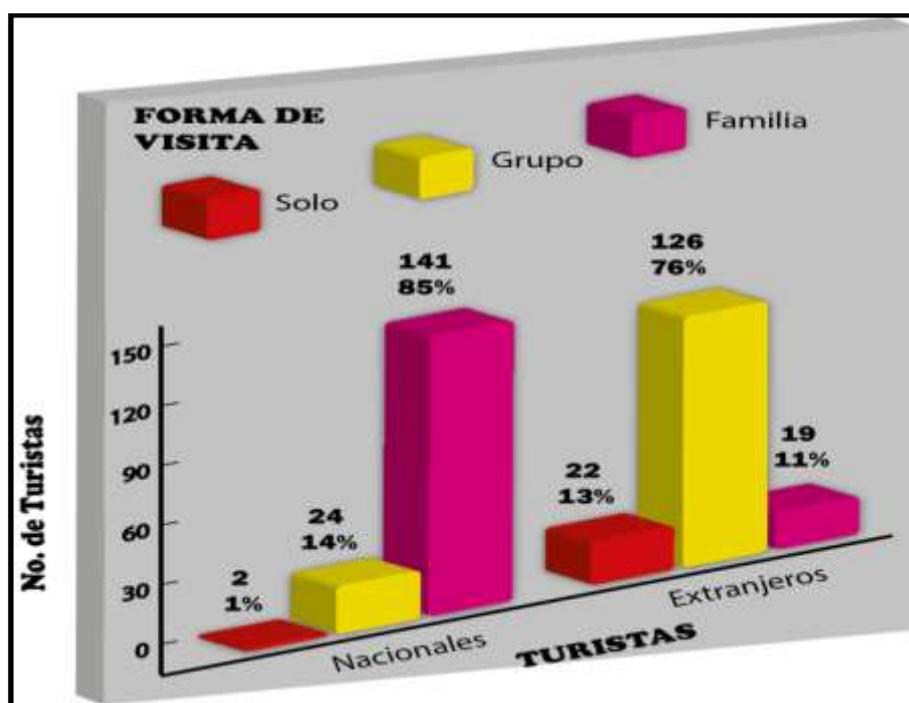
Tabla No. 99: Distribución de turistas por forma de visita al lugar turístico (11/06/2012)

	Visita			Total
	Solo	Grupo	Familia	
Turistas Nacionales	2	24	141	167
Porcentaje	1%	14%	85%	100%
Turistas Extranjeros	22	126	19	167
Porcentaje	13%	76%	11%	100%

	Número		Total
	Grupo	Familia	
Total turistas nacionales (167 encuestados)	305	737	1042
N°. promedio de turistas nacionales	13	5	18
Total turistas extranjeros (167 encuestados)	1086	85	1171
N°. promedio de turistas extranjeros	9	4	13

Elaborado: Flores, González¹².

Gráfico No. 79: Distribución de turistas por forma de visita al lugar turístico



El **gráfico No. 79** señala que el 1% de turistas nacionales y 13% de turistas extranjeros visitan el lugar turístico solos; el 14% de turistas nacionales y 76% de turistas extranjeros concurren al lugar turístico en grupo de agencia, y el 85% de turistas nacionales y 11% de turistas extranjeros visitan el lugar turístico en familia; lo que indica que la mayor de turistas nacionales visitan los lugares turísticos en grupos de aproximadamente 13 personas y 5 miembros por familia mientras que los turistas extranjeros visitan los lugares turísticos en grupos de aproximadamente 9 personas y 4 miembros por familia.

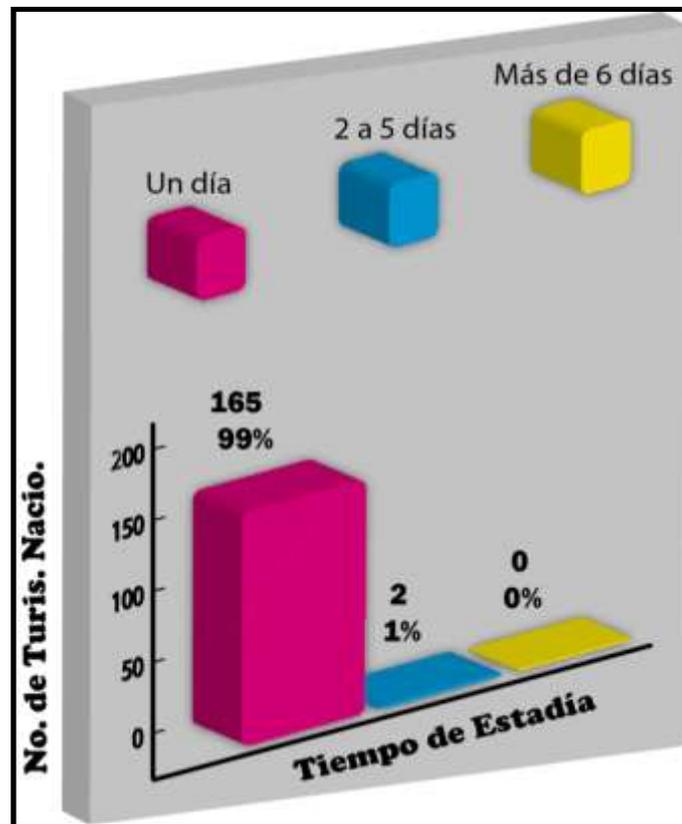
¹² Esta tabla muestra la cantidad tanto de turistas nacionales como extranjeros que han visitado los lugares turísticos en grupo de agencia y/o familia; misma que sustenta la tabla No. 99.

Tabla No. 100: Distribución de turistas nacionales por tiempo de estadía en el lugar turístico (11/06/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
Tiempo de estadía	Un día	165	99%
	2 a 5 días	2	1%
	Más de 6 días	0	0%
Total		167	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 80: Distribución de turistas nacionales por tiempo de estadía en el lugar turístico



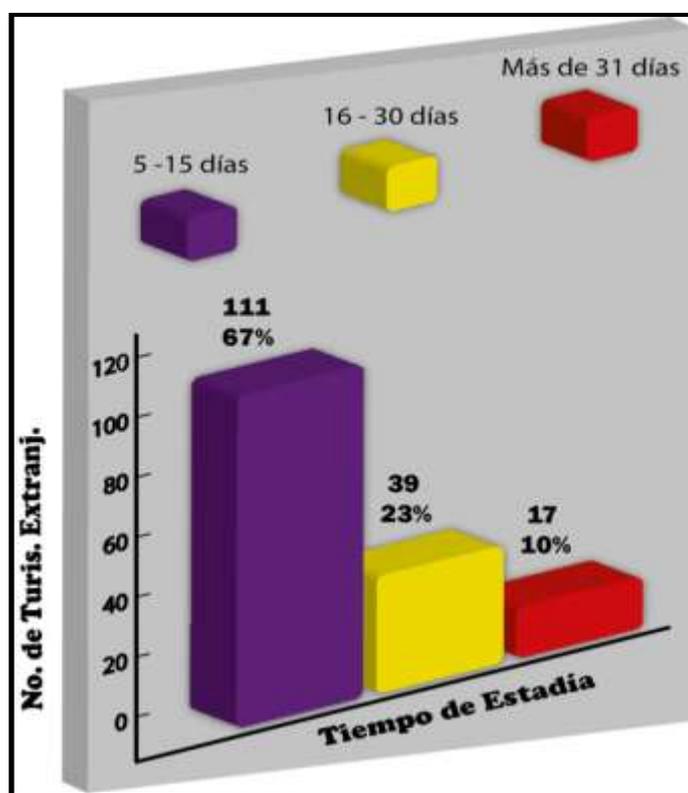
El gráfico No. 80 evidencia que el 99% de turistas nacionales visitan el lugar turístico durante un día y el 1% de turistas nacionales permanecen en el lugar turístico durante un período de dos a cinco días; lo que muestra que la mayor parte de turistas nacionales visitan el lugar turístico por un día.

Tabla No. 101: Distribución de turistas extranjeros por tiempo de estadía en el lugar turístico (11/06/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
Tiempo de estadía	5 -15 días	111	67%
	16 - 30 días	39	23%
	Más de 31 días	17	10%
Total		167	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 81: Distribución de turistas extranjeros por tiempo de estadía en el lugar turístico



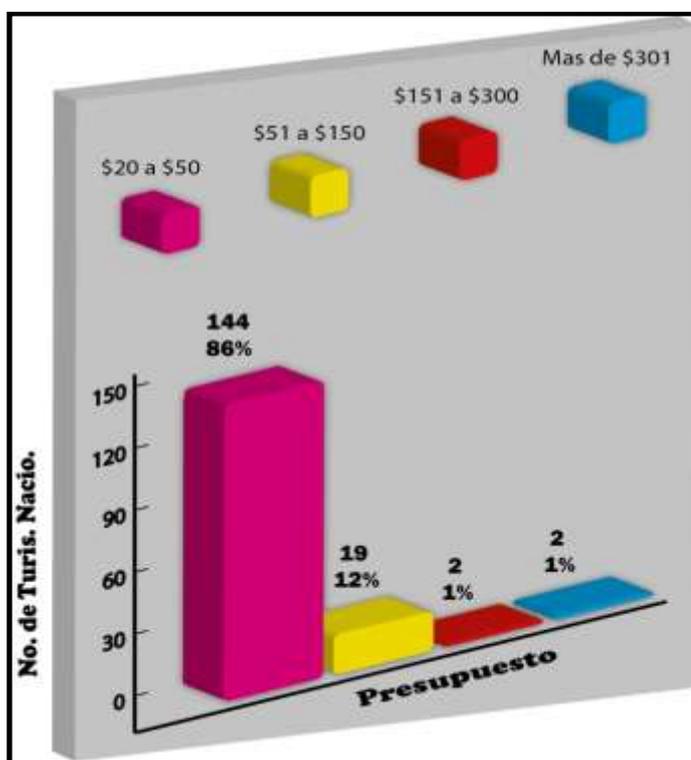
El **gráfico No. 81** evidencia que el 67% de turistas extranjeros visitan el lugar turístico durante un período de cinco a quince días; el 23% de turistas permanecen en el lugar turístico durante un período de dieciséis a treinta días, y el 10% de turistas permanecen en el lugar turístico por más de treinta y un días; lo que muestra que la mayor parte de turistas extranjeros visitan el lugar turístico durante un período de cinco a quince días.

Tabla No. 102: Distribución de turistas nacionales según presupuesto para la estadía en el lugar turístico (11/06/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
Presup.	\$20 a \$50	144	86%
	\$51 a \$150	19	12%
	\$151 a \$300	2	1%
	Más de \$301	2	1%
Total		167	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 82: Distribución de turistas nacionales según presupuesto para la estadía en el lugar turístico



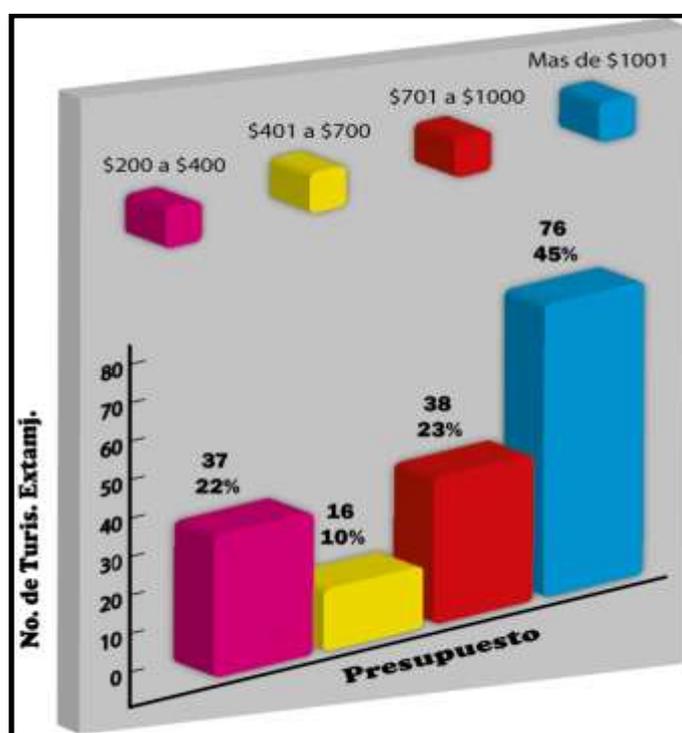
El **gráfico No. 82** muestra el presupuesto para la estadía en el lugar turístico de los turistas nacionales; en el cual, el 86% de turistas nacionales requieren de \$ 20 a \$ 50; el 12% de turistas nacionales necesitan de \$ 51 a \$ 150; el 1% de turistas nacionales gastan alrededor de \$ 151 a \$ 300, y el 1% de turistas nacionales gastan más de \$ 301; esto demuestra que los turistas nacionales demandan de un presupuesto muy económico para la estadía en el lugar turístico.

Tabla No. 103: Distribución de turistas extranjeros según presupuesto para la estadía en el lugar turístico (11/06/2012)

		No. de Turistas	Porcentaje
Presupues	\$200 a \$400	37	22%
	\$401 a \$700	16	10%
	\$701 a \$1000	38	23%
	Más de \$1001	76	45%
Total		167	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 83: Distribución de turistas extranjeros según presupuesto para la estadía en el lugar turístico



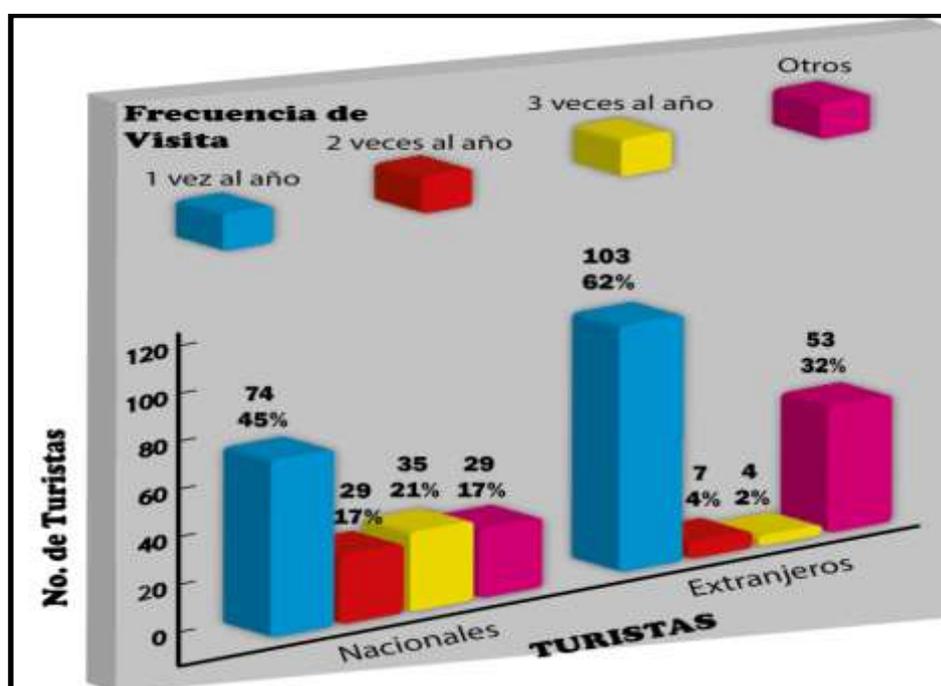
El **gráfico No. 83** muestra el presupuesto para la estadía en el lugar turístico de los turistas extranjeros; en el cual, el 22% de turistas extranjeros requieren de \$ 200 a \$ 400; el 10% de turistas extranjeros necesitan de \$ 401 a \$ 700; el 23% de turistas extranjeros gastan alrededor de \$ 701 a \$ 1000, y el 45% de turistas extranjeros gastan más de \$ 1001; esto demuestra que la mayor parte de los turistas extranjeros gastan más de \$ 1001 para la estadía en el lugar turístico.

Tabla No. 104: Distribución de turistas por frecuencia de visita al lugar turístico
(11/06/2012)

	Frecuencia de visita				Total
	1 vez al año	2 veces al año	3 veces al año	Otros	
Turistas Nacionales	74	29	35	29	167
Porcentaje	45%	17%	21%	17%	100%
Turistas Extranjeros	103	7	4	53	167
Porcentaje	62%	4%	2%	32%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 84: Distribución de turistas por frecuencia de visita al lugar turístico



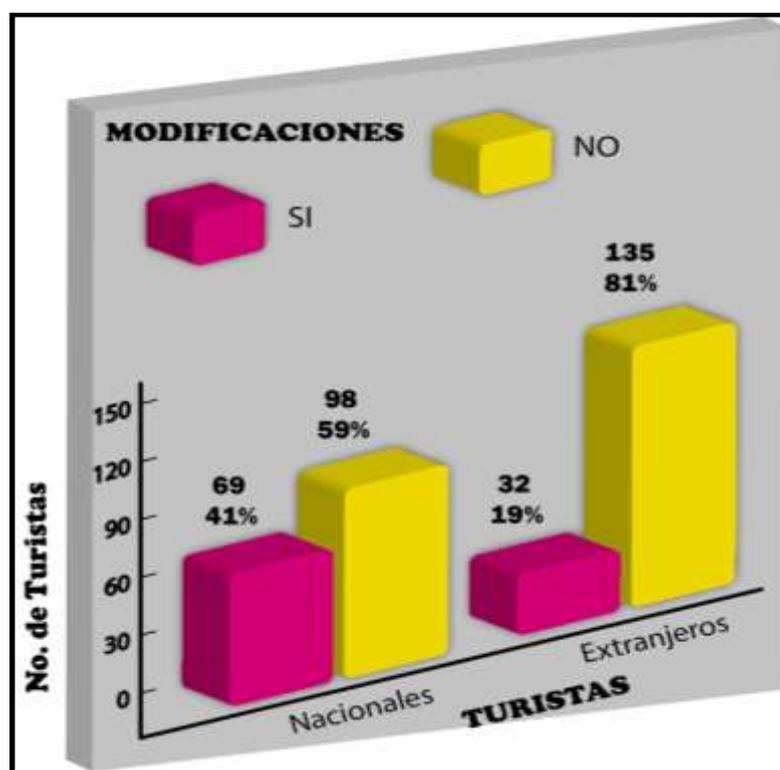
El gráfico No. 84 refleja que el 45% de turistas nacionales y 62% de turistas extranjeros visitan el lugar turístico una vez al año, el 17% de turistas nacionales y 4% de turistas extranjeros concurren al lugar turístico dos veces al año; el 21% de turistas nacionales y 2% de turistas extranjeros van al lugar turístico tres veces al año; el 32% de turistas extranjeros fueron por primera vez al lugar turístico, y 17% turistas nacionales visitan el lugar turístico todos los días, cada fin de semana, cada mes y algunos van por primera vez; lo que muestra que la mayor parte de los turistas nacionales y extranjeros visitan el lugar turístico por lo menos una vez al año.

Tabla No. 105: Distribución de turistas que observan modificaciones en el lugar turístico (11/06/2012)

	Modificaciones		Total
	SI	NO	
Turistas Nacionales	69	98	167
Porcentaje	41%	59%	100%
Turistas Extranjeros	32	135	167
Porcentaje	19%	81%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 85: Distribución de turistas que observan modificaciones en el lugar turístico



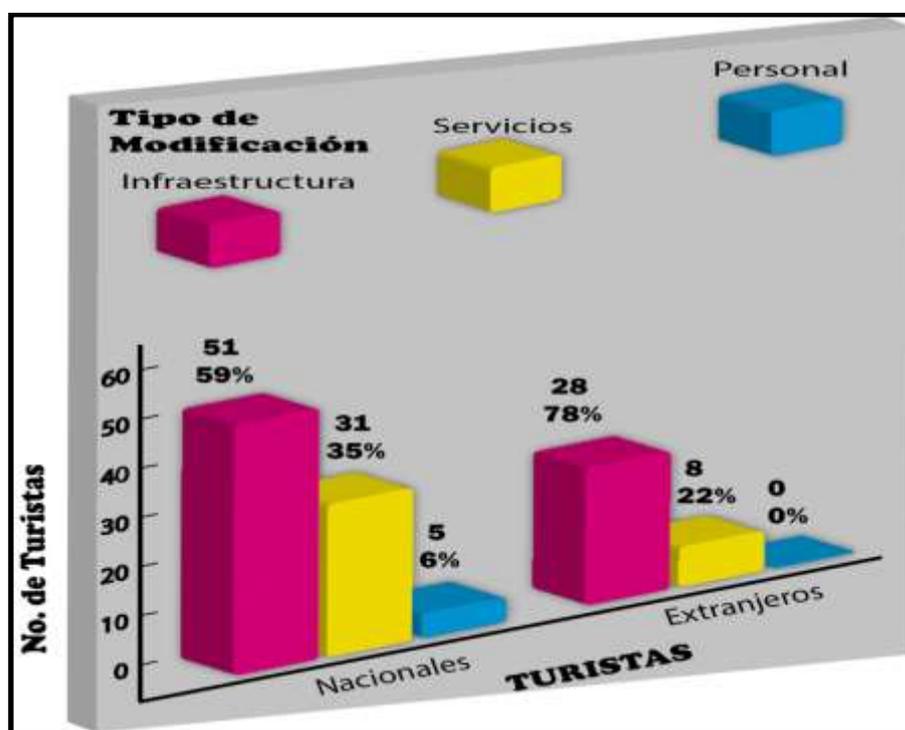
El **gráfico No. 85** señala que el 41% de turistas nacionales y 19% de turistas extranjeros han observado modificaciones en el lugar turístico; mientras que el 59% de turistas nacionales y 81% de turistas extranjeros no han observado ningún tipo de modificaciones; lo que indica que en los lugares turísticos no realizan readecuaciones y esto afecta a la calidad del servicio ofrecido tanto a turistas nacionales como extranjeros.

Tabla No. 106: Distribución de turistas por tipo de modificación realizado en el lugar turístico (11/06/2012)

	Tipo de modificación			Total
	Infraestructura	Servicios	Personal	
Turistas Nacionales	51	31	5	87
Porcentaje	59%	35%	6%	100%
Turistas Extranjeros	28	8	0	37
Porcentaje	78%	22%	0%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 86: Distribución de turistas por tipo de modificación realizado en el lugar turístico



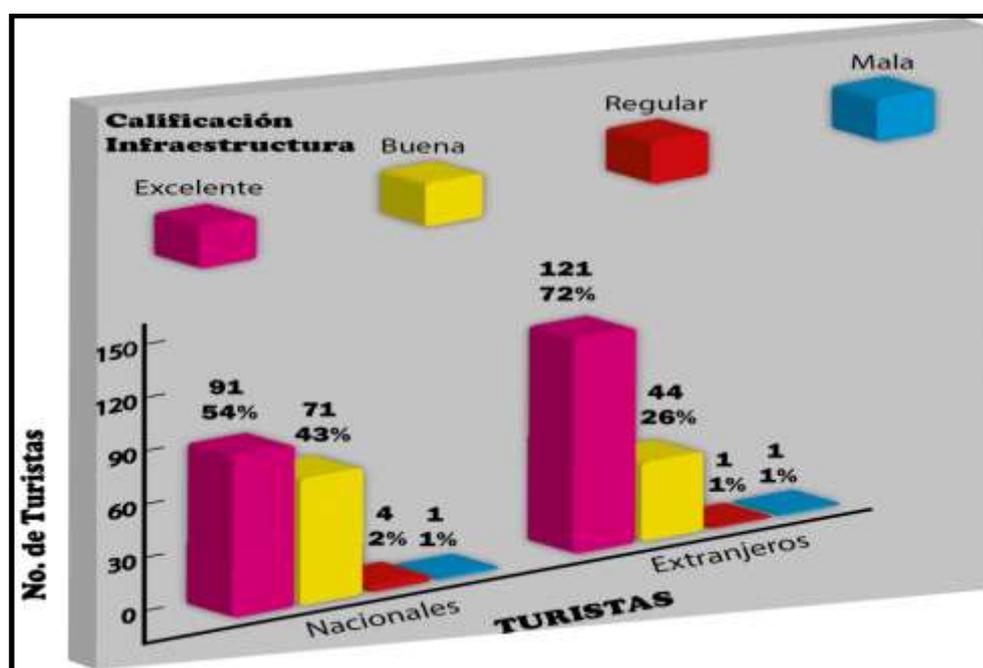
El gráfico No. 86 señala el tipo de modificación observado en el lugar turístico; en el cual, el 59% de turistas nacionales y 78% de turistas extranjeros indican que han realizado modificaciones en la infraestructura; el 35% de turistas nacionales y 22% de turistas extranjeros expresan que han cambiado los servicios, y el 6% de turistas nacionales señalan que han modificado al personal; esto evidencia que las modificaciones se realizan más en infraestructura y servicios con el propósito de satisfacer los requerimientos de turistas nacionales y extranjeros.

Tabla No. 107: Distribución de turistas según calificación de la infraestructura del lugar turístico (11/06/2012)

	Calificación de la infraestructura				Total
	Excelente	Buena	Regular	Mala	
Turistas Nacionales	91	71	4	1	167
Porcentaje	54%	43%	2%	1%	100%
Turistas Extranjeros	121	44	1	1	167
Porcentaje	72%	26%	1%	1%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 87: Distribución de turistas según calificación de la infraestructura del lugar turístico



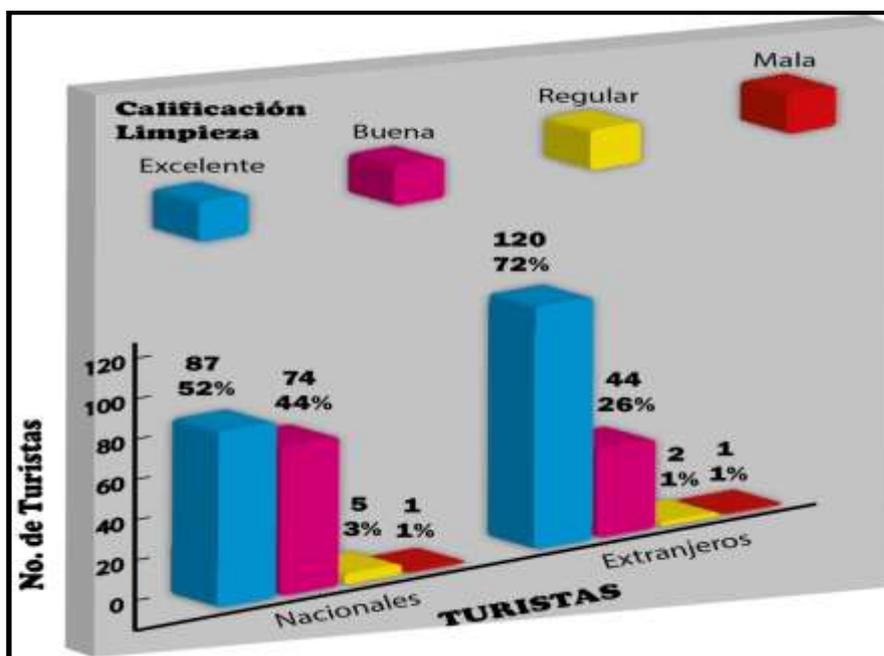
El gráfico No. 87 muestra la calificación de la infraestructura por parte de los turistas nacionales y extranjeros; en la cual, el 54% de turistas nacionales y 72% de turistas extranjeros la califican como excelente; el 43% de turistas nacionales y 26% turistas extranjeros la califican como buena; el 2% de turistas nacionales y 1% de turistas extranjeros la califican como regular, y el 1% tanto de turistas nacionales como de turistas extranjeros la califican como mala; demostrando que la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros consideran que la infraestructura de los lugares turísticos es excelente y buena.

Tabla No. 108: Distribución de turistas según calificación de la limpieza del lugar turístico (11/06/2012)

	Calificación de la limpieza				Total
	Excelente	Buena	Regular	Mala	
Turistas Nacionales	87	74	5	1	167
Porcentaje	52%	44%	3%	1%	100%
Turistas Extranjeros	120	44	2	1	167
Porcentaje	72%	26%	1%	1%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 88: Distribución de turistas según calificación de la limpieza del lugar turístico



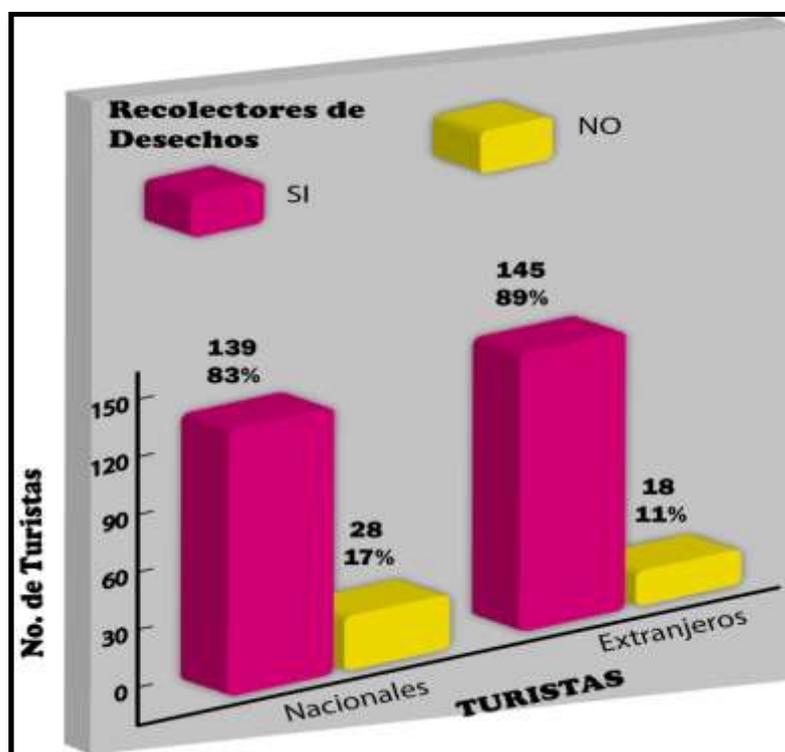
El **gráfico No. 88** muestra la calificación de la limpieza por parte de los turistas nacionales y extranjeros; en la cual, el 52% de turistas nacionales y 72% de turistas extranjeros la califican como excelente; el 44% de turistas nacionales y 26% de turistas extranjeros la califican como buena; el 3% de turistas nacionales y 1% de turistas extranjeros la califica como regular, y el 1% tanto de turistas nacionales como de turistas extranjeros la califican como mala; demostrando que la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros consideran que la limpieza de los lugares turísticos es excelente y buena.

Tabla No. 109: Turistas que consideran que existen los suficientes recolectores de desechos en el lugar turístico (11/06/2012)

	SI	NO	Total
Turistas Nacionales	139	28	167
Porcentaje	83%	17%	100%
Turistas Extranjeros	145	18	167
Porcentaje	89%	11%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 89: Turistas que consideran que existen los suficientes recolectores de desechos en el lugar turístico



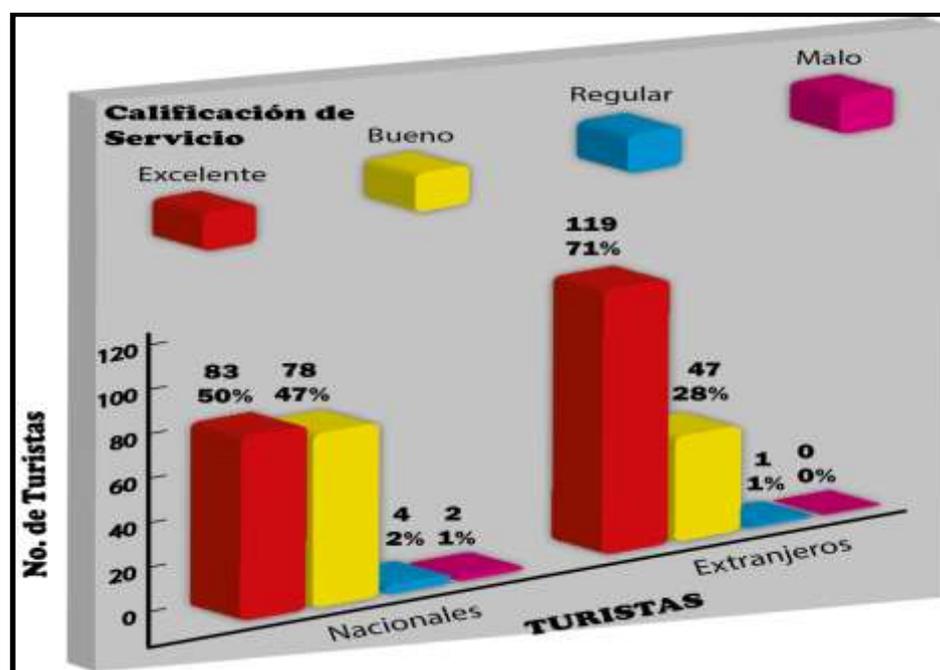
El gráfico No. 89 indica que el 83% de turistas nacionales y 89% de turistas extranjeros, consideran que existen los suficientes recolectores de desechos en los lugares turísticos; mientras que el 17% de turistas nacionales y 11% turistas extranjeros, señalan que no existen los suficientes recolectores de desechos; lo que muestra la preocupación que existe en los lugares turísticos por la ornamentación y el cuidado del medio ambiente.

Tabla No. 110: Distribución de turistas según calificación del servicio recibido en el lugar turístico (11/06/2012)

	Calificación del servicio				Total
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Turistas Nacionales	83	78	4	2	167
Porcentaje	50%	47%	2%	1%	100%
Turistas Extranjeros	119	47	1	0	167
Porcentaje	71%	28%	1%	0%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 90: Distribución de turistas según calificación del servicio recibido en el lugar turístico



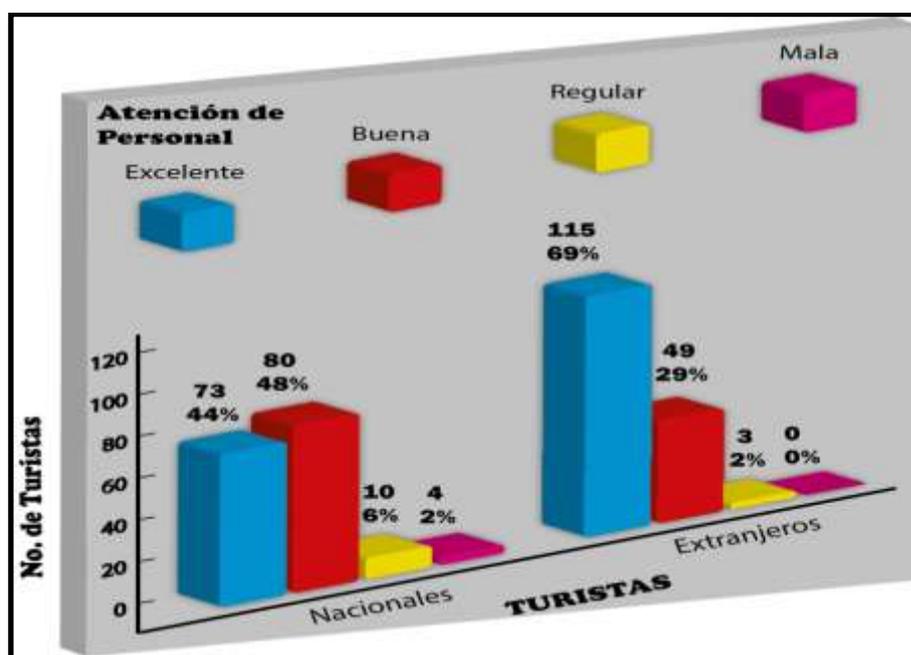
El gráfico No. 90 muestra la calificación del servicio recibido por parte de los turistas nacionales y extranjeros, en el cual, el 50% de turistas nacionales y 71% de turistas extranjeros lo califican como excelente; el 47% de turistas nacionales y 28% de turistas extranjeros lo califican como bueno; el 2% de turistas nacionales y 1% de turistas extranjeros lo califican como regular, y el 1% de turistas nacionales lo califican como malo; demostrando que la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros consideran que el servicio recibido en los lugares turísticos es excelente y bueno.

Tabla No. 111: Distribución de turistas según calidad de la atención del personal que labora en el lugar turístico (11/06/2012)

	Calidad de la atención del personal				Total
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Turistas Nacionales	73	80	10	4	167
Porcentaje	44%	48%	6%	2%	100%
Turistas Extranjeros	115	49	3	0	167
Porcentaje	69%	29%	2%	0%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 91: Distribución de turistas según calidad de la atención del personal que labora en el lugar turístico



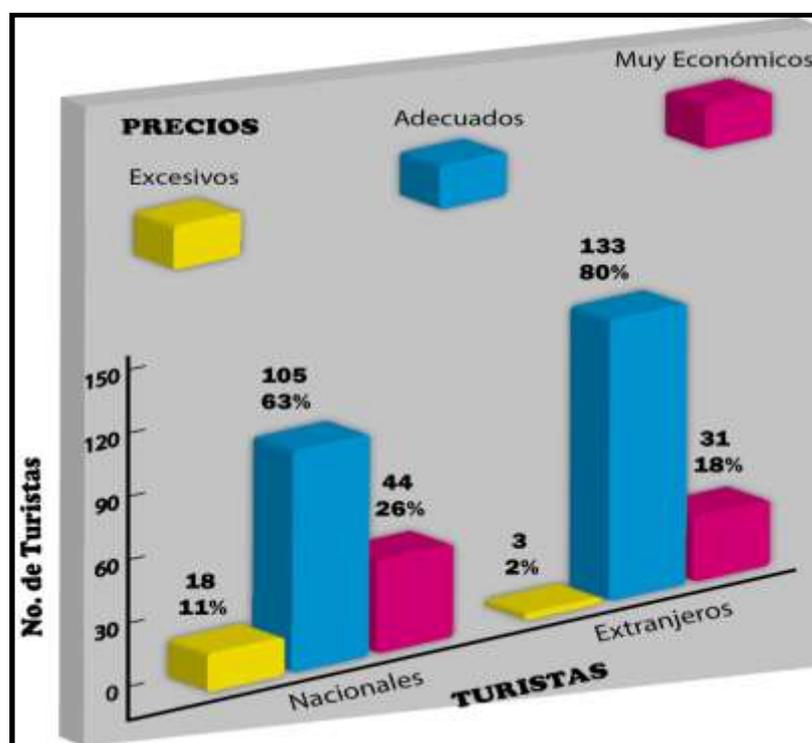
El gráfico No. 91 muestra la calificación de la atención del personal por parte de los turistas nacionales y extranjeros; en el cual, el 44% de turistas nacionales y 69% de turistas extranjeros la califican como excelente; el 48% de turistas nacionales y 29% de turistas extranjeros la califican como buena; el 6% de turistas nacionales y 2% de turistas extranjeros la califican como regular, y el 2% de turistas nacionales la califican como mala; demostrando que la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros consideran que la atención del personal que labora en los lugares turísticos es excelente y buena.

Tabla No. 112: Distribución de turistas según apreciación de precios del servicio recibido en el lugar turístico (11/06/2012)

	Precios del servicio			Total
	Excesivos	Adecuados	Muy Económico	
Turistas Nacionales	18	105	44	167
Porcentaje	11%	63%	26%	100%
<hr/>				
Turistas Extranjeros	3	133	31	167
Porcentaje	2%	80%	18%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 92: Distribución de turistas según apreciación de precios del servicio recibido en el lugar turístico



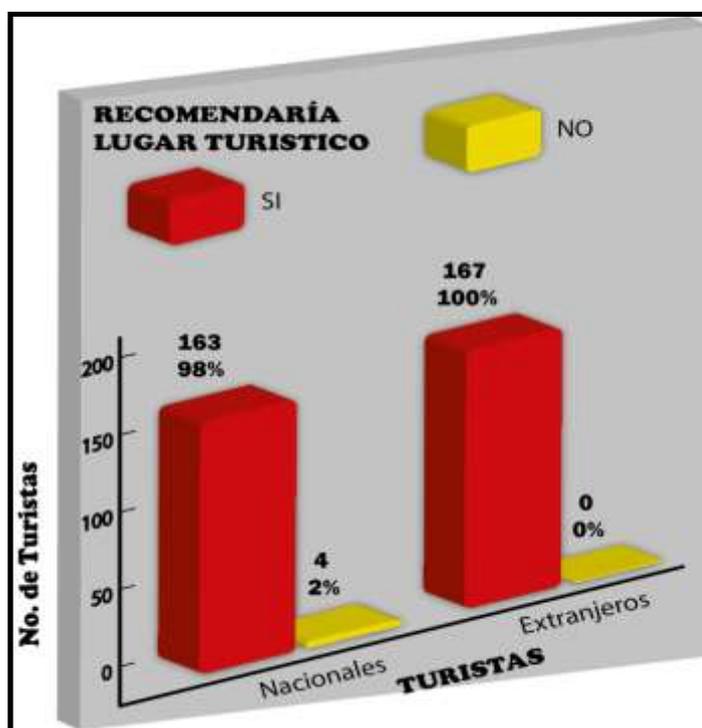
El gráfico No. 92 refleja que el 11% de turistas nacionales y 2% de turistas extranjeros, consideran que los precios por el servicio recibido en el lugar turístico son excesivos; el 63% de turistas nacionales y 80% de turistas extranjeros, creen que los precios son adecuados, y el 26% de turistas nacionales y 18% de turistas extranjeros, piensan que los precios son muy económicos; evidenciando que tanto los turistas nacionales como turistas extranjeros consideran que los precios de los servicios ofrecidos en los lugares turísticos son adecuados y muy económicos.

Tabla No. 113: Distribución de turistas que recomendarían a otras personas visitar el lugar turístico (11/06/2012)

	Recomendaría		Total
	SI	NO	
Turistas Nacionales	163	4	167
Porcentaje	98%	2%	100%
Turistas Extranjeros	167	0	167
Porcentaje	100%	0%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 93: Distribución de turistas que recomendarían a otras personas visitar el lugar turístico



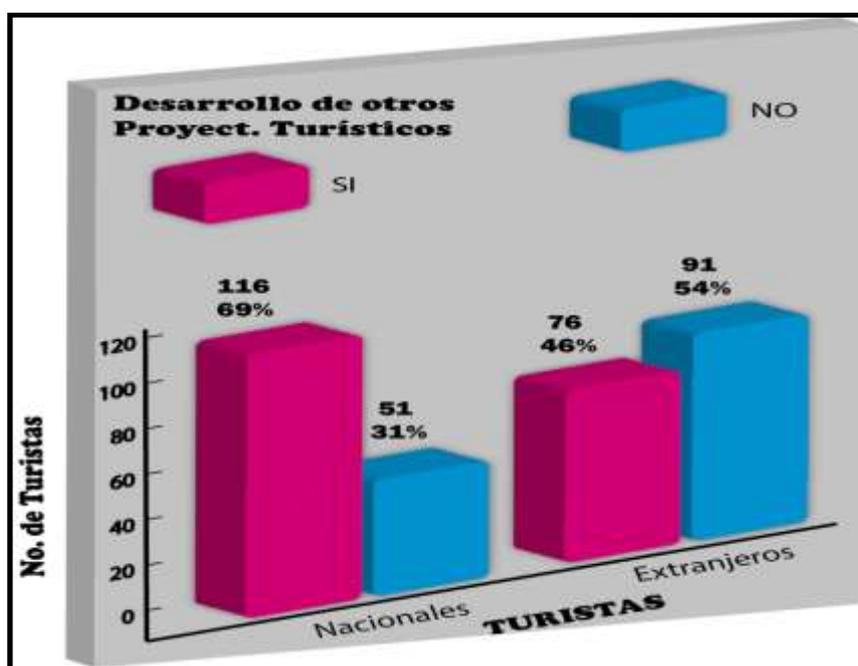
El **gráfico No. 93** señala que el 98% de turistas nacionales y 100% de turistas extranjeros, recomendarían a otras personas visitar el lugar turístico; mientras que el 2% de turistas nacionales, no recomendaría a otras personas visitar el lugar turístico por la falta de espacio en el mismo; esto indica que tanto turistas nacionales como turistas extranjeros recomendarían visitar los lugares turísticos ubicados en el Cantón Quito, y esto se debe a que la atención recibida, los servicios ofrecidos y las instalaciones son de calidad; además, de existir un entorno natural de gran atractivo.

Tabla No. 114: Distribución de turistas que consideran que se han desarrollado otros proyectos turísticos en el Cantón Quito (11/06/2012)

	Otros proyectos turísticos		Total
	SI	NO	
Turistas Nacionales	116	51	167
Porcentaje	69%	31%	100%
Turistas Extranjeros	76	91	167
Porcentaje	46%	54%	100%

Elaborado: Flores, González.

Gráfico No. 94: Distribución de turistas que consideran que se han desarrollado otros proyectos turísticos en el Cantón Quito



El **gráfico No. 94** muestra que el 69% de turistas nacionales y 46% de turistas extranjeros, consideran que se han desarrollado otros proyectos turísticos en el Cantón Quito; mientras que el 31% de turistas nacionales y 54% de turistas extranjeros, piensan que no se han desarrollado otros proyectos turísticos; evidenciando que existe conocimiento por parte de los turistas nacionales sobre nuevas alternativas turísticas dentro del Cantón Quito; sin embargo los turistas extranjeros lo desconocen y esto se debe a la escasa promoción turística a nivel internacional, a pesar de los esfuerzos que realizan las entidades de gobierno.

3.2.2.1. Factor económico

Las entidades que conforman el sistema financiero ecuatoriano ofrecen algunos tipos de créditos: comercial, microcrédito, hipotecario, vivienda, consumo, emergente, automotriz y 555 (cinco mil, cinco años, cinco por ciento); pero de todos estos créditos apenas los 3 primeros están destinados al sector turístico, mismos que son concedidos diariamente, en donde de 156 créditos emitidos por las entidades financieras el 63% son otorgados por las cooperativas de ahorro y crédito a través de microcréditos.

Dependiendo del monto de los créditos destinados al sector turístico las entidades financieras solicitan garantías sobre firmas, prendarias o hipotecarias. En cuanto a los montos los bancos privados otorgan créditos de hasta \$ 26.333,30 para microcrédito con una tasa de interés del 22,26% a un plazo de 37 meses, \$ 197.857,10 en créditos comerciales con una tasa de interés del 11,31% a un plazo de 56 meses y \$ 100.000 en créditos hipotecarios con una tasa de interés del 10,78% a un plazo de 152 meses; en cambio las cooperativas de ahorro y crédito ofrecen créditos de hasta \$ 19.181,25 para microcrédito con una tasa de interés del 19,04% a un plazo de 40 meses y \$ 16.633,30 en créditos comerciales con una tasa de interés del 14,70% a un plazo de 52 meses; mientras que los bancos públicos conceden créditos de hasta \$ 20.000 en microcrédito con una tasa de interés del 10% a un plazo de 60 meses y las mutualistas créditos comerciales de hasta \$ 15.000 con una tasa de interés del 15,72% a un plazo de 36 meses mismo que se concede en muy pocas ocasiones, puesto que las mutualistas ofrecen principalmente créditos de vivienda; lo mencionado anteriormente demuestra que los mayores montos para el financiamiento del sector turístico son concedidos por los bancos privados, pero las agencias turísticas y los promotores turísticos de sitio que requieren financiamiento por parte de las entidades financieras asisten más a las cooperativas de ahorro y crédito para solicitar microcréditos debido a que los montos de los mismos son más accesibles para su capacidad de pago, la tasa de interés es menor y el plazo es mayor en relación a los ofrecidos por los bancos privados; sin embargo, a pesar de esto el 81% de las agencias turísticas y el 75% de los promotores turísticos de sitio (restaurantes, hoteles, complejos, museos/iglesias y centros ecológicos) financian sus actividades con recursos propios, porque las entidades financieras no conceden créditos para el

inicio de actividades sino para ampliaciones, modificaciones o adquisición de capital de trabajo, ocasionando que las agencias turísticas y promotores turísticos de sitio no soliciten créditos al sistema financiero.

El tiempo de recuperación de la inversión para el inicio de las actividades en el 54% de las agencias turísticas y 21% de los promotores turísticos de sitio investigados es de 3 a 5 años; mientras que en el período de 1 a 2 años recuperan la inversión inicial el 61% de los promotores turísticos de sitio; demostrando que el tiempo de recuperación en las agencias turísticas y promotores turísticos de sitio oscila entre 1 y 5 años, ya que deben adquirir la confianza de los turistas, posesionarse en el mercado y los costos de los servicios son onerosos; sin embargo, es preciso mencionar que el 6% de los promotores turísticos de sitio reciben el apoyo de entidades de gobierno, como: FONSA, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Salud y Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, además de tener mayor afluencia turística que las agencias turísticas.

También se ha evidenciado que en los últimos 6 años (2006 - 2011), el 45% de las agencias turísticas han efectuado modificaciones: 57% en servicios, 33% en infraestructura y 10% en personal, en lo que se refiere a promotores turísticos de sitio el 67% de ellos han efectuado modificaciones: 10% en servicios, 87% en infraestructura y 3% en personal; en donde los recursos invertidos son propios y el tiempo de recuperación en su mayoría es de 1 a 2 años puesto que el negocio es rentable a pesar de que ha incrementado la competencia en un 50% tanto en agencias turísticas como en promotores turísticos de sitio. Sin embargo, la percepción del 59% de turistas nacionales y del 81% de turistas extranjeros en cuanto a las modificaciones que según los promotores turísticos de sitio realizan es contradictoria, ya que consideran que dichas modificaciones no se han efectuado.

En cuanto al tipo de turismo que se promociona en el Ecuador, el 23% es turismo emisor en el cual se ofertan 19 destinos turísticos en todo el mundo y el 42% es turismo receptivo en donde los paquetes turísticos tienen como destino: en un 29% a Galápagos, en un 20% a la Amazonía, en un 16% a la Costa, en un 15% a la Sierra, en un 16% los City Tours y un 4% a la Mitad del Mundo. La afluencia turística difiere entre las agencias turísticas y los promotores turísticos de sitio, ya que en las

agencias turísticas de 3.867 paquetes turísticos vendidos diariamente 2.857 se lo realiza a turistas extranjeros cuya cantidad aumenta en un 37% en feriados y de 1.010 paquetes turísticos vendidos diariamente a turistas nacionales incrementa en un 48% en feriados; sin embargo, del 100% de paquetes turísticos vendidos a turistas nacionales y extranjeros apenas el 20% son destinados a lugares turísticos del Cantón Quito (City Tours y Mitad del Mundo); mientras que en los promotores turísticos de sitio de 36.490 turistas que reciben diariamente 29.567 son turistas nacionales mismo que aumenta en un 56% en feriados, en cambio en los turistas extranjeros disminuye en un 1%.

Entre los motivos principales por los cuales los turistas extranjeros visitan el Ecuador son: en un 26% por flora y fauna y en un 56% por geografía y patrimonio cultural, esto se debe a que a pesar de ser un país pequeño cuenta con un entorno que permite el desarrollo de especies únicas en el mundo convirtiéndose en un atractivo ideal para los amantes de la naturaleza, además de ser patrimonio de arte y cultura; las formas en que prefieren visitar el país ecuatoriano son: en un 76% en grupos de agencia de aproximadamente 9 personas, en un 11% en familia de aproximadamente 4 personas y en un 13% viajan solos; la frecuencia de visita de los turistas extranjeros es de una vez al año con un tiempo de estadía de 5 a 15 días y un presupuesto de más de \$ 1.001. En cambio, los turistas nacionales visitan los distintos lugares turísticos del Cantón Quito en un 34% por la cercanía, en un 25% por las instalaciones, en un 23% por el servicio que ofrecen y en un 18% por la accesibilidad económica; la frecuencia de visita varía de 1 a 3 veces al año con un tiempo de estadía de un día y un presupuesto de \$ 20 a \$ 50; confirmando así que el turismo es una de las alternativas que asegura un mejor desarrollo económico para el Cantón Quito y el país en general.

En lo referente al turismo el 39% de las agencias turísticas consideran que no se han desarrollado otros proyectos turísticos en el Cantón Quito, mientras que el 57% de los turistas y el 85% de los promotores turísticos de sitio (restaurantes, hoteles, complejos, museos/iglesias, y centros ecológicos) estiman que si se ha desarrollado el turismo; lo que refleja que el turismo está evolucionando lentamente, como por ejemplo: en la zona norte del Cantón Quito existen pocos y pequeños proyectos turísticos, demostrando que en dicha zona el entorno natural existente aún no se ha

explotado en su totalidad, esto sucede en parroquias como: Pacto, Gualea, Nanegal, San José de Minas, Atahualpa, Chavezpamba, Perucho y Nono; mismas que son ideales para emprender grandes proyectos de ecoturismo y turismo de aventura debido a que cuentan con un clima tropical, senderos ecológicos, cascadas y ríos, los cuales son los preferidos por la mayoría de turistas nacionales y extranjeros lo que permitiría tanto un ingreso económico para mejorar el nivel de vida de los habitantes de dichas parroquias como para la economía del Cantón Quito, además de ampliar las alternativas turísticas; en la zona centro y sur, al contrario de la zona norte, existe un mejor desarrollo turístico ya que en estas zonas el emprendimiento del turismo se ha venido realizando desde hace muchos años logrando un posicionamiento en el sector turístico, además de contar con una adecuada infraestructura y ofrecer un excelente servicio a precios adecuados; satisfaciendo así las necesidades y exigencias de los turistas, quienes en un 99% recomiendan la visita a los lugares turísticos ubicados en estas zonas.

3.2.2.2. Factor político

Existe poca participación de entidades públicas en el desarrollo de las actividades turísticas, ya que de 36 entidades financieras y de 106 agencias turísticas, el 1% pertenecen al sector público y de 187 promotores turísticos de sitio el 16%, pertenecen al sector público; además, solo el 13% de las agencias turísticas y 4% de los promotores turísticos de sitio reciben apoyo del Ministerio de Turismo a través de capacitaciones y publicidad, evidenciando así que no existe una apertura total por parte del sector público para mejorar el potencial turístico del Cantón Quito.

Las entidades financieras manejan la autorización de créditos de diversas formas, entre los cuales se encuentran: el Comité de Crédito, la Comisión de Crédito, la Mesa de Crédito, el Gerente del Departamento de Crédito, el Comité de Riesgos y la Unidad de Análisis, en donde de 36 entidades financieras investigadas el 61% aprueban los créditos mediante el Comité de Crédito; lo que indica que cada entidad financiera busca la mejor forma de organizarse para satisfacer adecuadamente las necesidades de sus clientes y en función a esto establecen los requisitos para la otorgación de créditos, a su vez estas varían muy poco entre las entidades financieras, por ejemplo: el 12% de las entidades financieras solicitan la presentación

de la solicitud de crédito, el 11% de las entidades financieras solicitan la copia de la cédula de identidad y papeleta de votación, el 10% de las entidades financieras solicitan la presentación de la planilla de servicios básicos, el 8% de las entidades financieras solicitan ser socio de la misma y copia del RUC, el 7% de las entidades financieras solicitan la copia del impuesto predial, rol de pagos y copia de escrituras o matrícula de un bien mueble o inmueble, respectivamente; el 6% de las entidades financieras solicitan la presentación de un certificado laboral y el 5% de las entidades financieras solicitan la copia del impuesto a la renta y los datos del garante; esto demuestra que todas las entidades financieras toman las debidas precauciones con el propósito de garantizar la recuperación de los créditos, así como no poner demasiados impedimentos para acceder a dichos créditos.

En lo referente a los requisitos establecidos por la ley para que las agencias turísticas y promotores turísticos de sitio desarrollen sus actividades; el 100% de las agencias turísticas y el 96% de los promotores turísticos de sitio cumplen con los mismos; evidenciando que existe trabajo en conjunto por parte de las agencias turísticas, promotores turísticos de sitio y organismos de control con el fin de brindar un mejor servicio y seguridad a los turistas.

3.2.2.3. Factor social

A medida que ha ido creciendo el turismo no solo se ha dado un crecimiento económico; sino también el mejoramiento de las condiciones de vida, incremento de fuentes de trabajo, además de ofrecer nuevas alternativas turísticas a las personas para su recreación, distracción y salir de lo cotidiano; lo cual se evidencia con la creación de aproximadamente 30 nuevas agencias turísticas y 44 promotores turísticos de sitio, mismos que en promedio dan empleo a 9 personas las agencias turísticas y 7 personas los promotores turísticos de sitio (restaurantes, complejos, museos/iglesias, centros ecológicos y hoteles); además de proveerles, en el caso del 61% de los promotores turísticos de sitio capacitación anual a los empleados en: manipulación de alimentos (21% de los promotores), atención al cliente (39% de los promotores), cuidado del patrimonio cultural (8% de los promotores), seguridad industrial (11% de los promotores) y conservación de reservas (6% de los promotores), mientras que el 47% de las agencias turísticas preparan anualmente a

los empleados en: atención al cliente (72% de las agencias), seguridad industrial (3% de las agencias) y recursos humanos (25% de las agencias); lo que ayuda a dar un valor agregado a los empleados tanto a nivel personal como profesional, permitiendo que cuenten con las herramientas necesarias para que puedan desenvolverse frente a cualquier situación; además, se va a contar con personal calificado que preste un mejor servicio a los turistas, quienes son un factor fundamental en el desarrollo del turismo, ya que sin su participación ningún proyecto turístico se podría llevar a cabo.

Para dar a conocer los servicios turísticos, el 38% de los promotores turísticos de sitio utilizan vallas y boletines, mientras que el 45% de dichos promotores y el 75% de las agencias turísticas utilizan el internet; lo que permite captar la atención y presencia en un 94% de turistas del Cantón Quito, en un 6% turistas de otras ciudades del país, en un 26% turistas de Canadá y España, en un 11% turistas de Italia y en un 9% turistas de Alemania, dando a conocer las raíces ancestrales, tradiciones y costumbres, lo que ayuda a nivel nacional que los ecuatorianos conozcan y valoren lo propio y a nivel internacional lograr una imagen y reconocimiento turístico; sin embargo hay que recalcar que tanto los turistas nacionales como extranjeros conocen de la existencia de los atractivos turísticos no solo por esta publicidad sino también por recomendaciones de amigos y familiares, ya que en los últimos 6 años (2006 – 2012) ha existido mayor afluencia turística de los países europeos.

Otro de los factores a tomar en cuenta para el desarrollo de los proyectos turísticos es la preferencia turística; en la investigación realizada los turistas nacionales optan por: turismo de aventura (26%), ecoturismo (20%), turismo recreacional (19%); mientras que los turistas extranjeros optan por: turismo de aventura (29%), ecoturismo (19%), turismo recreacional (15%); en cambio el turismo: científico, cultural, histórico, religioso y gastronómico son de poca aceptación por los turistas nacionales y extranjeros; lo que refleja que la población turística tiene mayor gusto por actividades que involucran adrenalina, diversión, movimiento, naturaleza, campos abiertos, etc.

3.2.2.4. Factor ambiental

En esta investigación se ha podido concluir que el 63% de las agencias turísticas (106) y el 88% de los promotores turísticos de sitio (187) realizan la limpieza todos los días y cuentan con suficientes recolectores de desechos, lo que indica que mantienen una correcta higiene que asegura la integridad de los turistas; en cuanto a los materiales utilizados para la prestación de servicios, en el 100% de las agencias turísticas son reciclables, mismos que son reusados (papel) y posteriormente son recolectados en un contenedor común por el 45% de las agencias turísticas; mientras que el 81% de los promotores turísticos de sitio utilizan en su mayoría materiales biodegradables y el 75% de dichos promotores recolectan los desechos generados en un contenedor común; lo que evidencia que existe conciencia en el cuidado del ambiente y no están generando una contaminación severa.

Otra de las situaciones observadas durante la parte experimental de esta investigación es que el 63% de los promotores turísticos de sitio tienen una certificación ambiental de los cuales el 99% poseen certificados ambientales a nivel cantonal; pero de acuerdo al párrafo anterior existe una contradicción, lo que nos lleva a pensar que los promotores turísticos de sitio cumplen con los requisitos ambientales únicamente en el momento de obtener la certificación ambiental, mientras que en el resto de tiempo se despreocupan en este aspecto por economizar costos.

3.3. Comprobación de hipótesis

Para efectuar la comprobación de las hipótesis que anteriormente se plantearon con el propósito de estudiar la incidencia de los recursos monetarios que el sistema financiero ecuatoriano ha puesto a disposición de la iniciativa privada y pública para la generación de turismo en el Cantón Quito, para el período 2006 – 2011; se tomará en consideración toda la información recolectada en la población conocida, objeto de estudio:

Primera hipótesis

A mayor desarrollo de proyectos de turismo, mayor nivel de empleo.

- * **Variable dependiente:** Nivel de empleo.
- * **Variable independiente:** Desarrollo de proyectos de turismo.

En los gráficos No. 16 y 46 se muestra que en los últimos 6 años (2006 – 2011) se han creado nuevas agencias turísticas y nuevos promotores turísticos de sitio (restaurantes, hoteles, museos/iglesias, complejos y centros ecológicos), además en los gráficos No. 42, 67 y 94 se indica que las agencias turísticas, promotores turísticos de sitio y turistas consideran que si se han desarrollado otros proyectos turísticos; lo que indiscutiblemente ha incrementado las fuentes de empleo ya que según los gráficos No. 38 y 63 en las agencias turísticas y promotores turísticos de sitio investigados se da empleo a 2.345 personas, lo que significa que en cada agencia turística se emplea aproximadamente a 9 personas y en cada promotor turístico de sitio se emplea aproximadamente a 7 personas; demostrando así que la primera hipótesis es **verdadera**, debido a que cada proyecto turístico requiere de capital intelectual y capital de trabajo para el desarrollo adecuado de sus actividades.

Segunda hipótesis

La escases de recursos monetarios para el sector turístico afecta a la calidad de la infraestructura turística.

- * **Variable dependiente:** Calidad de la infraestructura turística.
- * **Variable independiente:** Escases de los recursos monetarios para el sector turístico.

Según los gráficos No. 18, 23 y 24 de agencias turísticas y los gráficos No. 48, 53 y 54 de promotores turísticos de sitio (restaurantes, hoteles, museos/iglesias, complejos y centros ecológicos) para financiar tanto el inicio de actividades como las modificaciones en infraestructura no existe escases de recursos monetarios debido a que las agencias turísticas y promotores turísticos de sitio financian en su gran mayoría, con recursos propios lo que evidencia la poca participación del sistema financiero ecuatoriano en el sector turístico del Cantón Quito; al no existir dicha

escases de recursos las agencias turísticas y los promotores turísticos de sitio han logrado mantener una excelente infraestructura, lo cual se sustenta con el gráfico No. 88 de turistas; comprobando así que la segunda hipótesis es **verdadera** debido a que en este caso no existe escases de recursos monetarios por lo tanto la infraestructura es adecuada, lo que no sucediera si existiera dicha escases.

Tercera hipótesis

A mayor promoción turística, mayor afluencia de turistas y mejoramiento de la economía de las unidades turísticas.

- * **Variable dependiente:** Afluencia de turistas.

Mejoramiento de la economía de las unidades turísticas.

- * **Variable independiente:** Promoción turística.

La tercera hipótesis es **verdadera**, debido a que en el gráfico No. 34 de agencias turísticas, gráfico No. 59 de promotores turísticos de sitio (restaurantes, hoteles, museos/iglesias, complejos y centros ecológicos) y gráfico No. 76 de turistas se muestra que se dan a conocer los distintos lugares turísticos del Cantón Quito mediante diversos medios de comunicación y la recomendación de los turistas, lo que influye en la asistencia masiva de turistas tanto en las agencias turísticas como en los promotores turísticos de sitio según los gráficos No. 30 y 57 respectivamente; dando como resultado que todo proyecto turístico ubicado en el Cantón Quito es rentable lo que mejora la calidad de vida y economía del mismo, como se evidencia en el gráfico No. 21 de agencias turísticas y gráfico No. 51 de promotores turísticos de sitio.

Cuarta hipótesis

La población del Cantón Quito le atribuye más importancia al turismo cultural que al turismo recreacional.

- * **Variable dependiente:** Turismo cultural.

Turismo recreacional.

- * **Variable independiente:** Población del Cantón Quito.

Según el gráfico No. 57 de promotores turísticos de sitio (restaurantes, hoteles, museos/iglesias, complejos y centros ecológicos) y gráfico No. 75 de turistas; la cuarta hipótesis es **falsa**, ya que la preferencia turística de la población del Cantón Quito es el turismo recreacional antes que el turismo cultural, pues existe mayor afluencia turística en los complejos que en los museos/iglesias; debido a que en los complejos se vive un ambiente de mayor distracción, se hace deporte y se puede compartir con la familia y amigos, mientras que en los museos/iglesias existe un ambiente más cultural y pasivo lo cual no es atractivo para la mayor parte de la población del Cantón Quito.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan de manera resumida los resultados obtenidos en la investigación, así como emitir consejos para que el sistema financiero ecuatoriano asigne más recursos a la iniciativa privada y pública para la generación de turismo en el Cantón Quito.

Conclusiones

Existe poca asignación de recursos al sector turístico por parte del sistema financiero ecuatoriano, lo que lleva a que las agencias turísticas y promotores turísticos de sitio financien sus actividades con recursos propios.

La mayor parte del segmento del sector turístico que financian sus actividades a través del sistema financiero ecuatoriano, lo realizan mediante microcréditos otorgados por las cooperativas de ahorro y crédito, debido a que los montos de los mismos son más accesibles para su capacidad de pago, la tasa de interés es menor y el plazo es mayor en relación a los ofrecidos por las otras entidades financieras.

El tiempo de recuperación de la inversión para el financiamiento del inicio de los proyectos turísticos depende de diversos factores, como: posicionamiento en el mercado, costos del servicio y el apoyo de entidades de gobierno.

En los últimos 6 años (2006 - 2012) el 45% de las agencias turísticas y el 67% de los promotores turísticos de sitio han efectuado modificaciones, principalmente en los servicios ofrecidos y en la infraestructura, para lo cual han utilizado recursos propios debido a que el negocio es rentable; sin embargo la percepción de los turistas es contradictoria, ya que consideran que dichas modificaciones no se han efectuado.

Del total de paquetes turísticos vendidos a turistas nacionales y a extranjeros apenas el 20% son destinados a lugares turísticos del Cantón Quito (City Tours y Mitad del Mundo), debido a que la mayor parte de los turistas prefieren el turismo de aventura

y ecoturismo, por tal motivo viajan a Galápagos y a la Amazonía en donde existen alternativas turísticas de este tipo.

Los principales motivos por los cuales los turistas extranjeros visitan el Ecuador son: flora y fauna, geografía y patrimonio cultural; mientras que los turistas nacionales visitan los distintos lugares turísticos del Cantón Quito, por: la cercanía, las instalaciones y servicios que ofrecen; demostrando así que el Cantón Quito cuenta con atractivos turísticos ideales para los amantes de la naturaleza, además de ser una exposición viviente de arte y cultura.

El desarrollo del turismo en los últimos 6 años ha evolucionado lentamente, debido a que se ha prestado atención únicamente a los proyectos turísticos de las zonas sur y centro; mientras que en la zona norte del Cantón Quito a pesar de existir un gran potencial no se han emprendido proyectos turísticos significativos.

Las agencias turísticas y los promotores turísticos de sitio reciben muy poco apoyo por parte del Ministerio de Turismo, evidenciando así que no existe la apertura por parte del sector público para mejorar el potencial turístico del Cantón Quito.

El sector turístico a más de generar nuevas fuentes de empleo, ha permitido dar a conocer las raíces ancestrales, tradiciones y costumbres a través de publicidad en el internet, boletines y vallas, logrando así una imagen y reconocimiento turístico a nivel internacional.

Los promotores turísticos de sitio cumplen con los requisitos ambientales únicamente en el momento de obtener la certificación ambiental, mientras que en el resto de tiempo se despreocupan en este aspecto por economizar costos.

Recomendaciones

Crear un tipo de crédito destinado para el emprendimiento y financiamiento de proyectos turísticos en el sistema financiero ecuatoriano con monto, tasa de interés y plazo accesibles y así poder incrementar la oferta turística en el Cantón Quito.

Realizar un estudio preliminar considerando las condiciones, ubicación del lugar en donde se va a desarrollar el proyecto turístico, la oferta y demanda del mercado, análisis de costos y gastos, así como la legislación que rige este tipo de actividad; con el propósito de asegurar la recuperación inmediata de la inversión a efectuar para el inicio de dicho proyecto.

Efectuar modificaciones evidentes a nivel de infraestructura, servicios y personal en los distintos promotores turísticos de sitio ubicados en el Cantón Quito; a fin captar la atención y satisfacer las necesidades y exigencias de los turistas.

Apoyar la creación de proyectos de ecoturismo y turismo de aventura en la zona norte del Cantón Quito; por parte del Ministerio de Turismo y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para de esta manera aprovechar el clima tropical, senderos ecológicos, cascadas y ríos que existen, lo que permitiría seguir incrementando nuevas fuentes empleo, mejorar el nivel de vida de los habitantes de dichas parroquias y la economía de dicho Cantón, además de ampliar las alternativas turísticas.

Ayudar y colaborar con los proyectos turísticos existentes mediante capacitaciones, incentivos económicos, publicidad, etc., para que de esta manera promocionar y ampliar el sector turístico del Cantón Quito; mismo que debería realizar el Ministerio de Turismo.

Reciclar los materiales utilizados por los promotores turísticos de sitio lo que disminuirá la utilización de recursos naturales y poder contar con los mismos en un futuro; además debe existir mayor control por parte del Ministerio del Ambiente en este aspecto.

GLOSARIO

Actividades offshore: son aquellas actividades bancarias realizadas con no residentes del país del domicilio de la entidad bancaria.

Actividad turística: son aquellos actos que realizan las personas para que ocurra el turismo.

Alianza estratégica: en el sector turístico son relaciones cooperativas de servicios entre dos o más entidades que pueden incluir tarifas, beneficios y otros.

Alojamiento turístico: entidad que ofrece un servicio, que permite al cliente hospedarse para su descanso.

Atractividad: llama la atención y despierta el interés de las personas.

Bonos Brady: son las obligaciones emitidas por el Estado para refinanciar la deuda pública externa; estos bonos son volátiles y pueden ser vendidos en una moneda distinta.

Capacitación: es el proceso mediante el cual se educa y guía al personal de una entidad para lograr un mejor desarrollo de sus habilidades y por consiguiente un eficiente desempeño laboral.

Capital de trabajo: es el recurso económico que posee una persona natural o jurídica para el desarrollo normal de sus actividades.

Certificación ambiental: es un permiso concedido por la Dirección Metropolitana de Quito, el cual consiste en la evaluación del impacto ambiental que generan los procesos de una entidad a fin de garantizar el manejo y la conservación de los recursos naturales en beneficio de la sociedad y de la naturaleza.

Coefficiente de confianza: es la probabilidad de que los resultados obtenidos de la estimación sean correctos.

Comisionista: persona que por realizar una compra o venta a favor de otra persona recibe una cantidad de dinero, conocida como comisión.

Contenedor común: es un recipiente en el cual se depositan todos los desperdicios y desechos sin efectuar ninguna clasificación de los mismos.

Cotizaciones de mercado: documento que evidencia los valores de los bienes y servicios existentes en el mercado.

Crédito subordinado: son los créditos que pueden ser comunicados de manera oportuna o con demora, y que se incluyen por la administración en la lista de acreedores o por un juez al resolver la negación de la misma; además son los créditos por intereses de cualquier clase, incluidos los moratorias, los créditos por multas y demás sanciones monetarias y los créditos que por anulación concursal resulten a favor de la persona que en la sentencia sea declarado parte de mala fe en el acto impugnado (desmentido).

Crisis financiera: se origina cuando el sistema financiero de un país quiebra; es decir el crecimiento económico es nulo.

Desarrollo sostenible: es aquél proceso capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones.

Desechos: es un residuo que se genera luego de haber realizado la actividad para el cual fue creado.

Descontaminación: proceso que se lleva a cabo para efectuar la limpieza de un lugar u objeto específico.

Diversidad étnica: conjunto de diversas razas que conviven en un mismo lugar o país, pero tienen diferentes costumbres, tradiciones, idioma, aspecto físico, etc.

Divisas: medio de pago (cheques, pagarés, letras de cambio, etc.) expresado en moneda extranjera.

Divisibilidad: es la facilidad que tiene el dinero de ser fraccionado según las necesidades de las personas.

Dudoso recaudo: es cuando existe la mínima probabilidad de recuperar el dinero concedido mediante crédito.

Economía: estudia la creación de la riqueza y la producción de bienes y servicios.

Endeudamiento público: hace referencia al financiamiento destinado al sector público.

Entidad autónoma: son organizaciones independientes de entidades de gobierno y libres en el manejo de sus actividades.

Establecimientos turísticos: instalaciones abiertos al público y acondicionados para la prestación de servicios turísticos.

Euro bonos: son títulos de renta fija emitidos por una empresa o entidad pública en el mercado de capitales de otro país diferente en moneda extranjera o en moneda nacional; se denominan euro bonos porque se emiten en su mayoría en el mercado europeo.

Feriado bancario: consiste en la congelación de las cuentas bancarias con el propósito de evitar que las personas retiren todo el dinero y se de la fuga del capital.

Financiar: es aportar el dinero necesario para invertir en el emprendimiento de un proyecto o efectuar modificaciones en el mismo.

Fuga de capitales: constituye la salida de capital de un país para ser invertidos en otros con el propósito de obtener tasas de rendimiento más altas.

Garantía hipotecaria: es el derecho que tiene el prestamista sobre un bien inmueble para asegurar la recuperación del dinero concedido en préstamo.

Garantía prendaria: es el derecho que tiene el prestamista sobre un bien mueble para asegurar la recuperación del dinero concedido en préstamo.

Garantía quirografaria: la manera de asegurar la recuperación del dinero concedido en préstamo es mediante la firma del prestatario.

Gastronomía: es el arte de preparar una buena comida.

Hotel: es un establecimiento equipado y planificado para el alojamiento de huéspedes o viajeros de una manera temporal.

In situ: expresión latina que significa en el sitio o en el lugar.

Índice dinámico: es un indicador que puede variar de acuerdo a las circunstancias o situaciones que se presenten respecto a un tema.

Iniciativa: idea que sirve para iniciar, inventar o emprender cosas.

Inversión: empleo de una cantidad de dinero en una cosa para conseguir ganancias.

Lugar turístico: es el espacio de interés que los turistas visitan, generalmente por su significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.

Margen de error: es la probabilidad de que los hallazgos encontrados no muestren la realidad acerca del tema investigado.

Marketing: conjunto de actividades destinadas a lograr la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio.

Material biodegradable: son aquellos recursos cuya descomposición no causa efectos nocivos para el ser humano y el ambiente.

Material peligroso: son aquellos recursos cuya descomposición afecta nocivamente al ser humano y al ambiente.

Material reciclable: es aquel recurso que puede someterse a un tratamiento total o parcial que permita convertirlo en materia prima o en un nuevo producto.

Método: es el conjunto de tareas, procedimientos y técnicas que el autor debe seguir para obtener conocimiento y lograr un desarrollo adecuado del tema investigado.

Normas jurídicas: son un conjunto de reglas establecidas y sancionadas por organismos del Estado que regulan la conducta o forma de llevar a cabo las actividades.

Operaciones activas: son aquellas operaciones que permiten a las entidades financieras generar más dinero, a partir de los recursos captados de los clientes.

Operaciones fraudulentas: son aquellas operaciones que se realizan con mala intención y actitudes engañosas.

Operaciones pasivas: son aquellas operaciones a través de las cuales las entidades financieras captan, reciben o recolectan dinero de las personas.

Paquete turístico: es un conjunto de servicios de aspecto turístico, los cuales pueden ser alojamiento, transporte, alimentación, entradas a los distintos lugares turísticos, tickets de avión, etc.

Patrimonio cultural: constituye todas las creaciones históricas que reflejan la identidad de un pueblo.

Patrimonio técnico: es el respaldo patrimonial con el que debe contar toda institución financiera.

Pernoctar: permanecer la noche en algún lugar fuera de la vivienda habitual, en especial cuando se viaja.

Política cambiaria: táctica utilizada por el gobierno y el Banco Central del Ecuador para establecer y mantener el valor de la moneda frente a otras.

Política crediticia: conjunto de lineamientos que determinan la cantidad de recursos disponibles para el crédito y las condiciones para el otorgamiento del mismo.

Política estratégica: guía que determina el accionar en la toma de decisiones para lograr los objetivos planteados.

Política financiera: conjunto de lineamientos que regulan el sistema financiero nacional y determinan la cantidad de recursos disponibles para actividades productivas.

Política monetaria: conjunto de lineamientos que estabilizan el valor del dinero, evitan desequilibrios permanentes en la balanza de pagos e influyen en las tasa de interés e inflación.

Probabilidad de ocurrencia sin éxito: es el riesgo de que un evento no suceda como se ha estimado.

Promotor turístico de sitio: son aquellos que realizan actividades para promover el turismo en determinado sector.

Proporción poblacional de éxito: es la probabilidad que la estimación realizada muestre la realidad.

Provisión: es la probabilidad de que no se recupere una deuda a un plazo determinado.

Proyecto turístico: es la planificación que establece un conjunto de actividades relacionadas con el turismo.

Recíproca: igualdad que existe entre dos personas o cosas.

Riesgo de crédito: asociado al premio o descuento sobre una tasa de referencia (tasa estimada de rentabilidad, un índice de rentabilidad o un indicador financiero), que se obtienen a partir de cotizaciones de mercado para transacciones de instrumentos de emisores con iguales calificaciones de riesgo de crédito.

Reuso: es la acción de utilizar materiales varias veces para generar productos y de esta manera disminuir la contaminación del ambiente.

Servicio: actividad realizada para la satisfacción de las necesidades de las personas.

Tasa de interés: es un porcentaje que se paga por el uso del dinero durante una unidad de tiempo establecida.

Turismo: actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de las personas fuera de su lugar de residencia habitual.

Turismo comunitario: se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales.

Turismo emisor: constituye aquellas actividades de visitantes residentes de un país fuera del mismo con fines de ocio, negocios u otros motivos.

Turismo receptor: constituye aquellas actividades de visitantes no residentes de un país con fines de ocio, negocios u otros motivos.

Turista: persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

Trueque: es el intercambio de mutuo acuerdo entre dos personas de objetos o servicios.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Álvarez, Fernández, & Gutiérrez. (1989). El Dinero y las Entidades Financieras. En Álvarez, Fernández, & Gutiérrez, *Introducción de Elementos de Economía* (págs. 259 - 263). Madrid, España: Gráficas Juma.

Banco Central del Ecuador. (2012). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 5 de Octubre de 2012, de Evolución del sistema financiero: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/1999/cap5.PDF>

Banco_Central_del_Ecuador. (2009). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 2012 de Marzo de 20, de Conozca al Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000945>.

Banco_Central_del_Ecuador. (2009). Homologación Tablas 36-6: Destino del Crédito por Destino Financiero. *Clasificación del Crédito según el Destino Financiero*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Banco_Central_del_Ecuador. (31 de Diciembre de 2008). *Organos de Dirección, Administrativo y Control*. Recuperado el 28 de Enero de 2012, de Ley Organica de Regimen Monetario y Banco del Estado, Codificación: <http://www.bce.fin.ec/documentos/ElBancoCentral/leyRegimenMonetario.pdf>

Bernal, C. A. (2006). Fuentes de recolección de información. En C. A. Bernal, *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (pág. 175). México: Pearson.

Cabarcos, N. (2006). El turismo y la estructura del mercado. En N. Cabarcos, *Promoción y venta de servicios turísticos* (pág. 2). España: Gesbiblo, S.L.

Cámara_Provincial_de_Turismo_Pichincha. (2012). *CAPTUR*. Recuperado el 18 de Febrero de 2012, de Nuestros servicios: http://www.captur.travel/web2011/nuestros_servicios.html

Cámara_Provincial_de_Turismo_Pichincha. (2012). *Cámara Provincial de Turismo Pichincha*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2011, de La Cámara que Apoya tu Negocio: <http://www.captur.gob.ec>.

Cassen, B., Chesnais, F., Edo, L., Frade, C., George, S., Gould, E., y otros. (2001). Poder y Dinero en la Era de la Globalización. En J. M. Naredo, *ATTAC Contra la Dictadura de los Mercados* (págs. 85, 86, 87). Barcelona, España: Icaria editorial, s.a.

Club_visitaecuador. (2012). *Noticias*. Recuperado el 15 de Febrero de 2012, de Nueva era en la promoción turística del Ecuador: http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=280&codi_seccion=0&cod_seccion=5&codigo=0LI8qNgO

Consejo_Metropolitano_de_Quito. (2010). Creación de Empresas Públicas Metropolitanas. *Ordenanza 0309, Registro Oficial 186, 5 - V - 2010*. Quito, Pichincha, Ecuador: Ediciones Legales.

Crebrian, A. (2001). El turismo de naturaleza y sus potencialidades en Paraguay. En A. Crebrian, *Turismo Cultural y desarrollo sostenible* (pág. 238). España: Universidad de Murcia.

Curial, J. (2008). Introducción al turismo cultural. En J. Curial, *Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos* (pág. 101). Madrid: Dykinson S.L, Melendez Valdez.

De la Puente, C. (1995). Comandos estadísticos. En C. De la Puente, *Una guía para la investigación* (pág. 245). España: Complutense.

Desconocido. (s.f.). Recuperado el 12 de Noviembre de 2011, de dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/86/6/CAPITULO%20I.pdf

El_Ciudadano.gob.ec. (3 de Enero de 2011). *Quito, Capital América de Cultura 2011*. Recuperado el 26 de Marzo de 2012, de Quito, Capital América de Cultura

2011:

http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=20028:quito-capital-americana-de-cultura-2011&catid=1:archivo

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (2011). *Sitio Oficial de Turismo de la Ciudad de Quito*. Recuperado el 26 de Marzo de 2012, de Quito y Ecuador buscan ser sede de la Cumbre Mundial de Turismo de Aventura 2012.:

http://www.quito.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=574&Itemid=192

Gobierno de la Provincia de Pichincha. (2005). *Inicio*. Recuperado el 26 de Marzo de 2012, de Primer Periódico Virtual de la Ruralidad Joyas de Quito Rincones de Ensueño:

http://204.93.168.132/~joyasd//index.php?option=com_content&task=view&id=4&Itemid=44

Gómez, M. (1998). Construcción y análisis de gráficos estadísticos. En M. Gómez, *Elementos de estadística descriptiva* (pág. 179). España: EUNED.

Gómez, M. (1998). Elementos de Estadística Descriptiva. En M. Gómez, *Fuentes de datos y técnicas de recolección* (pág. 33). España: EUNED.

Hernández, A. (2004). Fuentes de financiamiento. En A. Hernández, *Matemáticas financieras* (pág. 521). México, DF: International Thomson Editores.

Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Concepción y elección del diseño de investigación. En R. Hernandez, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la investigación* (pág. 209). México: Mc-Hill interamericana.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Concepción y elección del diseño de investigación. En R. Hernández, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la investigación* (pág. 211). México: Mc- Hill Interamericana.

Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Concepción o elección del diseño de investigación. En R. Hernandez, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la Investigación* (pág. 208). México: Mc-Hill Interamericana.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Concepción y elección del diseño de investigación. En R. Hernández, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la Investigación* (pág. 210). México: Mc-Hill Interamericana.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Selección de la muestra. En R. Hernández, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la Investigación* (pág. 241). México: Mc-Hill Interamericana.

Iglesias, J. M. (2003). El patrimonio medieval de campo: soporte para el desarrollo del turismo cultural. En J. M. Iglesias, *Cursos sobre el patrimonio histórico* (pág. 343). Cantabria: Gráficas Calima.

Krugman, P. (2007). Funciones del Dinero. En P. Krugman, *Introducción a la Economía: Macroeconomía* (pág. 323). Barcelona, España: Alvagraf, S.L.

Latorre, E. (1996). Introducción a la metodología de la investigación científica. En E. Latorre, *Teoría General de Sistemas aplicada a la solución integral de problemas* (pág. 26). Santiago de Cali: Universidad del Valle.

Lozada, J. R. (1941). *El turismo: lazo espiritual y fuente de proceso*. California: D.F., Editorial Pirámede.

Madruga, Torres, Carballosa, & Pérez. (2007). *Enfoque Teórico Metodológico de los Contenidos de las Asignaturas Macro y Microeconomía a la Luz de la Teoría Marxista Leninista*. Cuba, Cuba: eumed.net.

Mercado, S. (2004). El proceso lógico de la investigación. En S. Mercado, *Mercadotecnia programada* (pág. 149). México: LIMUSA S.A.

Mill, J. (1951). Del Crédito como Sustituto del Dinero. En J. Mill, *Principios de la Política Económica* (pág. 446). México D. F., Méxco: Fondo de Cultura Económica.

Ministerio de Turismo. (Enero de 2011). *Barómetro turístico de Ecuador - Volumen No.1*. Recuperado el 25 de Julio de 2012, de Barómetro turístico de Ecuador - Volumen No.1: http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro_para_difusion.pdf

Ministerio de Turismo. (2010 de Septiembre de 2010). *MINISTERIO DE TURISMO*. Recuperado el 25 de Julio de 2012, de Turismo en Ecuador vive un cambio de época: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2483:turismo-en-el-ecuador-vive-un-cambio-de-epoca&catid=278:noticias-2010&Itemid=213

Ministerio_de_Turismo. (27 de Diciembre de 2002). Capítulo IV. Del Ministerio de Turismo. *Ley de Turismo No. 97*, 1. Quito, Pichincha, Ecuador.

Ministerio_de_Turismo. (5 de Agosto de 2011). *Ecuador Ama la Vida*. Recuperado el 26 de Marzo de 2012, de Ecuador Ama la Vida: <http://www.ecuador.travel/español/acerca-de-ecuador/ecuador-patrimonio-de-unesco/ecuador-sitios-patrimonio-de-la-humanidad.html>

Ministerio_de_Turismo. (15 de Febrero de 2011). *Ecuador Ama la Vida*. Recuperado el 13 de Febrero de 2012, de 10 Razones que avalan al Ecuador como un país mega diverso: <http://www.ecuador.travel/espanol/acerca-de-ecuador/ecuador-naturaleza-y-vida-silvestre/10-razones-porque-ecuador-es-megadiverso.html>

Ministerio_de_Turismo. (11 de Agosto de 2011). *Ecuador Ama la Vida*. Recuperado el 13 de Febrero de 2012, de Visión general y detalle de los Parques Nacionales del Ecuador: <http://www.ecuador.travel/espanol/acerca-de-ecuador/ecuador-parques-nacionales/parques-nacionales-del-ecuador.html>

Ministerio_de_Turismo. (2012). *Estadísticas turísticas; Publicaciones completas*. Recuperado el 8 de Febrero de 2012, de Ministerio de Turismo:

http://issuu.com/turismoecuador/docs/boletin_2006-2010_alta?mode=window,
http://www.turismo.gob.ec/images/stories/estadisticas/Publicacion_Enero_2012.xlsm

Ministerio_de_Turismo. (2011). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2011, de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec>.

Ministerio_de_Turismo. (2007). PLANDETUR 2020. *Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador*. QUITO, Pichincha, Ecuador.

Monje, J., Gómez, P., & Rivas, M. (2005). En J. Monje, P. Gómez, & M. Rivas, *Biología general* (pág. 475). Costa Rica: Universidad Estatal a distancia San José.

Muñoz, J. (1989). Turismo religioso. En J. Muñoz, *Folklore y turismo* (pág. 61). Tegucigalpa, Honduras: Guaymuras.

Ochoa, & Quiñonez. (1999). El Crédito Bancario. En Ochoa, & Quiñonez, *El Crédito Bancario* (págs. 22-25). Guayaquil, Ecuador.

ONU, C. (Noviembre de 2010). Banca de Desarrollo en el Ecuador. *Banca de Desarrollo en el Ecuador*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.

Ortíz, F. (2004). En F. Ortiz, *Diccionario de metodología de investigación científica* (pág. 94). México: Limusa S.A.

Ortíz, O. L. (2001). Defición, Usos y Características del Dinero. En O. L. Ortiz, *El Dinero: La Teoría, la Política y las Instituciones* (pág. 25). México D. F., México.

Pachón, E., Acosta, F., & Milazzo, M. (1999). ¿En qué consiste las finanzas? En E. Pachón, F. Acosta, & M. Milazzo, *Economía y política* (pág. 46). Bogotá: Norma, S.A.

Scientific_European_Federation_of_Osteopaths. (2012). *Las Estadísticas*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2011, de Las Estadísticas: <http://scientific-european-federation-osteopaths.org/es/estadisticas>.

Secretaría de Turismo de México. (2010). Boletín 096. *Detona inversión del Gobierno Federal Proyectos Turísticos por más de 3 mil millones de pesos*. México D.F., Distrito Federal, México.

Sentís, J. (2003). Conceptos básicos de estadística. En J. Sentís, *Bioestadística* (pág. 10). Barcelona: Grafiques 92.

Silvestrini, M., & Vargas, J. (Enero de 2008). *Fuentes de Información Primarias, Secundarias y Terciarias*. Recuperado el 3 de Marzo de 2012, de Fuentes de Información Primarias, Secundarias y Terciarias: <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>

Soley, J. (2000). El Sistema Financiero y sus Organos de Supervisión. En J. Soley, *Sistema Financiero y su Encuentro con la Empresa* (pág. 17). Barcelona, España: Deusto S.A.

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (2011). *De los Activos y Límites de Créditos*. Recuperado el 20 de Febrero de 2012, de Normas Generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones Financieras: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_IX_cap_II.pdf

Superintendencia de Bancos y Seguros. (2009). *Download*. Recuperado el 5 de Octubre de 2012, de Memoria institucional 2011: http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=157&vp_tip=2

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (2012). Recuperado el 4 de Febrero de 2012, de Superintendencia de Bancos y Seguros: <http://www.sbs.gob.ec>

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (15 de Enero de 2011). *Capítulo III.- Constitución, funcionamiento y operación de los almacenes generales de depósito*. Recuperado el 10 de Enero de 2012, de Libro I.- Normas Generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero:

http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_I_cap_III.pdf

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (11 de Enero de 2011). *Capítulo IV.- Constitución, funcionamiento y operación de las casas de cambio*. Recuperado el 8 de Febrero de 2012, de Libro I.- Normas generales para la aplicación de la ley de instituciones del sistema financiero: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_I_cap_IV.pdf

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (11 de Enero de 2011). *Capítulo V.- Constitución, funcionamiento y operación de las compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito*. Recuperado el 10 de Febrero de 2012, de Libro 1.- Normas generales de aplicación de la ley general de instituciones del sistema financiero: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_I_cap_V.pdf

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (13 de Enero de 2011). *Capítulo VI.- Constitución, funcionamiento y operación de las compañías de arrendamiento mercantil*. Recuperado el 14 de Febrero de 2012, de Libro 1.- Normas generales de la aplicación de la ley general de instituciones del sistema financiero: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_I_cap_VI.pdf

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (24 de Enero de 2001). De la Superintendencia de Bancos. *Reglamento de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (23 de Enero de 2001). *De la Superintendencia de Bancos*. Recuperado el 28 de Enero de 2012, de Reglamento de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero: <http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Reglamento%20Ley%20de%20Inst.%20Financieras.pdf>

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (10 de Enero de 2001). *De la Superintendencia de Bancos*. Recuperado el 28 de Enero de 2012, de Ley General de Instituciones del Sistema Financiero: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/Ley_gral_inst_sist_financiero_nov_2011.pdf

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (2011). De los Activos y Límites de Crédito. *Normas Generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (2009). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Recuperado el 19 de Marzo de 2012, de Reseña Historica: <http://www.sbs.gob.ec>.

Superintendencia_de_Bancos_y_Seguros. (2011). *TITULO IX.- De los Activos y Límites de crédito*. Recuperado el 20 de Marzo de 2012, de Normas Generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones Financieras: http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_IX_cap_IV.pdf

Superintendencia_de_Compañías. (2012). *Consulta de compañías*. Recuperado el 8 de Febrero de 2012, de Superintendencia de Compañías: <http://www.supercias.gob.ec/consultas/inicio.html>

Torres, E., Esteve, R., & Fuentes, R. (2006). Turismo gastronómico. En E. Torres, R. Esteve, & R. Fuentes, *Estructura de mercados turísticos* (pág. 268). Barcelona: Eureka Media, S.L.

Turismo_Museos. (2012). *Museos Quito*. Recuperado el 11 de Febrero de 2012, de Turismo Museos: <http://www.galapagos-reise.com/TurismoEcuador/TurismoMuseos02.html>

Vargas, G. (1997). Aspectos conceptuales de la geografía y de la geografía turística. En G. Vargas, *Geografía turística de Costa Rica* (pág. 10). Costa Rica: Universidad Estatal a distancia San José.

Vilariño, Á. (2001). Sistema financiero: agentes, mercados y activos. En Á. Vilariño, *Sistema Financiero Español* (pág. 10). Madrid: Akal, S.A.

Viñals, M. J. (2002). Capítulo XV. Turismo en espacios rurales: una perspectiva latinoamericana. En M. J. Viñals, *Turismo en espacios naturales y rurales II* (pág. 315). Valencia : Universidad Politénica de Valencia UPV.

ANEXOS

Anexo 1. Promotores turísticos del Cantón Quito, objetos de estudio

Agencias turísticas

ACTIVIDADES DE VIAJES DEDICADAS PRINCIPALMENTE A VENDER SERVICIOS DE VIAJES, DE VIAJES ORGANIZADOS, DE TRANSPORTE Y ALOJAMIENTO		
No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD	PARROQUIA
1	Absolud Expeditions Cía. Ltda.	Quito
2	ACONIPA S.A.	Quito
3	Acuariotrael Agencia de Viajes DLUCCA S.A.	Quito
4	Administracion Turistica y Negocios ADTURIS S.A.	Quito
5	Advantage Agencia de Viajes y Turismo General Cía. Ltda.	Quito
6	Adventure Trips ADVENTRIPS S.A.	Quito
7	ADVICETOURIS Cía. Ltda.	Conocoto
8	Agencia de Viajes Bellmundo Tours S.A.	Quito
9	Agencia de Viajes Bioplanet S.A.	Quito
10	Agencia de Viajes C-Minter Cía. Ltda.	Quito
11	Agencia de Viajes Carvitrael Cía. Ltda.	Quito
12	Agencia de Viajes Equateur Voyages Passion Cía. Ltda.	Quito
13	Agencia de Viajes Extremetour And Adventure Cía. Ltda.	Quito
14	Agencia de Viajes Galapagos Natural Paradise Cía. Ltda.	Quito
15	Agencia de Viajes Galapagos Options Cía. Ltda.	Quito
16	Agencia de Viajes Giramondo Cía. Ltda.	Quito
17	Agencia de Viajes Gran Piramide S.A.	Quito
18	Agencia de Viajes Internacional Costamartravel Cía. Ltda.	Quito
19	Agencia de Viajes Intrepid South American Cía. Ltda.	Quito
20	Agencia de Viajes Jet Travel JETRAV S.A.	Quito
21	Agencia de Viajes Jungaltur S.A.	Quito
22	Agencia de Viajes Jungh Cía. Ltda.	Cumbayá
23	Agencia de Viajes Lifestour Cía. Ltda.	Tumbaco
24	Agencia de Viajes Magnifictouris S.A.	Quito
25	Agencia de Viajes Manzanatravel Cía. Ltda.	Quito
26	Agencia de Viajes Metroagencia S.A.	Quito
27	Agencia de Viajes Mid World cia. Ltda	Quito
28	Agencia de Viajes Migrationtravel S.A.	Quito
29	Ag. de Viajes Nacional e Internacional Puerta Al Sol C.A.	Quito
30	Agencia de Viajes Pacific Team Cía. Ltda.	Quito
31	Agencia de Viajes Panamericana ROHUEL Cía. Ltda.	Quito
32	Agencia de Viajes Pedestal Travel Cía. Ltda.	Quito

33	Agencia de Viajes Primetours Cía. Ltda.	Quito
34	Agencia de Viajes Quindexpediciones Cía. Ltda.	Quito
35	Agencia de Viajes Sambitours Cía. Ltda.	Quito
36	Agencia de Viajes Sangay Touring Cía. Ltda.	Quito
37	Agencia de Viajes Silamaz Cía. Ltda.	Quito
38	Agencia de Viajes Sol y Viento Intiwayra Cía. Ltda.	Quito
39	Agencia de Viajes Solamazon Cía. Ltda.	Quito
40	Agencia de Viajes Travel Vale Futuro Cía. Ltda.	Quito
41	Agencia de Viajes Winners Travel Club Cía. Ltda.	Quito
42	Agencia de Viajes Life And Experiences Cía. Ltda.	Quito
43	Agencia de Viajes y Turismo Astravel Cía. Ltda.	Quito
44	Agencia de Viajes y Turismo Carmasu Cía. Ltda.	Quito
45	Agencia de Viajes y Turismo Coll Travel Cía. Ltda.	Quito
46	Agencia de Viajes y Turismo Delfintravel S.A.	Quito
47	Agencia de Viajes y Turismo Firentur S.A.	Quito
48	Agencia de Viajes y Turismo Jumbo Travel Cía. Ltda.	Quito
49	Agencia de Viajes y Turismo Positiv-Turismo Cía. Ltda.	Quito
50	Agencia de Viajes y Turismo Puruhantour Cía. Ltda.	Quito
51	Agencia de Viajes y Turismo Ritosturisa Cía. Ltda.	Quito
52	Agencia de Viajes y Turismo Turitotal Cía. Ltda.	Quito
53	Agencia Operadora De Turismo Nationaltours S.A.	Quito
54	Agencia Operadora Kapawichichame Cía. Ltda.	Quito
55	Agency Ecuador Discovery Trip Aged Cía. Ltda.	Quito
56	AGENTUR Cía. Ltda.	Quito
57	AJV Viajes y Turismo S.A.	Quito
58	Alistravel & Asociados Cía. Ltda.	Quito
59	Alli Ricuna Operadora De Turismo C.A.	Quito
60	Allpacuyana Tours Cía. Ltda.	Quito
61	Allshipping & Turism S.A.	Quito
62	ALPACATOUR Cía. Ltda.	Quito
63	Alsafari Turismo Cía. Ltda.	Quito
64	Amazing Destinations AMADEST S.A.	Quito
65	American Travelling ATRAV Cía. Ltda.	Quito
66	AMERIKTRAVEL Cía. Ltda.	Quito
67	Amseltravel Viajes y Turismo Cía. Ltda.	Quito
68	ANACONDATRAVEL Cía. Ltda.	Quito
69	Anahiprivate Collection S.A.	Quito
70	Andandotours Cía. Ltda.	Quito
71	Andes Explorer Cía. Ltda.	Quito
72	Andesplanet Tour Operator S.A.	Quito
73	Andesroutes Cía. Ltda.	Quito

74	Antizanatour Travel Company Cía. Ltda.	Quito
75	Asiansky Agencia De Viajes Cía. Ltda.	Quito
76	Asiapacific Travel S.A.	Quito
77	Atima Viajes S.A.	Quito
78	Atlantictavel, Agencia De Viajes Cía. Ltda.	Quito
79	Aventura Flyingdutchman	Quito
80	Ayampefarm Lodge Servicios Turisticos Cía. Ltda.	Quito
81	Backpackers Paraiso Aventurero Cía. Ltda.	Quito
82	Bellavista Cloud Forest S.A. BELLAFOREST	Quito
83	Bellavista Horseback Adventure Cía. Ltda.	Quito
84	Best Travel Tour BESTOUR Cía. Ltda.	Quito
85	BIKECUADOR Cía. Ltda.	Quito
86	Biketours Ecuador Cía. Ltda.	Quito
87	BLUEOCEAN S.A.	Quito
88	Box Travel Agencia de Viajes y Servicios S.A.	Quito
89	Calma Tours Cía. Ltda.	Quito
90	Camino Real Agencia de Viajes y Turismo Cía. Ltda.	Quito
91	Canela Country Tour Cía. Ltda.	Quito
92	Cardomundi Tours Cía. Ltda.	Quito
93	CENTAURUSTRAVEL Cía. Ltda.	Quito
94	Chacaytravel Agencia De Turismo S.A.	Quito
95	CHAGRAMUNDO Cía. Ltda.	Quito
96	Chakanatour Operadora Cía. Ltda.	Quito
97	Chandelier Touring Chandtouring Cía. Ltda.	Quito
98	Climbing Tour Cía. Ltda.	Quito
99	Colonial Tour Cía. Ltda.	Quito
100	COMBRATUR S.A.	Quito
101	CONDORASPECT S.A.	Quito
102	Condors Tours Cía. Ltda.	Quito
103	Condotrust Latinoamerica S.A.	Quito
104	Costamar Cruise & Tours S.A.	Quito
105	Cotepatours Compañia de Turismo S.A.	Quito
106	Descubre Ecuador Viajes Toureesaco Cía. Ltda.	Tumbaco
107	DESKUBRA S.A.	Quito
108	Destino Ecuador Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
109	Destinostravel Cía. Ltda.	Quito
110	Discovery Travel Tours and Adventures Cía. Ltda.	Quito
111	DITERVIAJES Cía. Ltda.	Quito
112	DIVERSITYTRAVEL Cía. Ltda.	Quito
113	DREAMFLIGHT Sociedad Anónima	Quito
114	EASYVIAJES Cía. Ltda.	Quito

115	Econativa Turismo Alternativo Cía. Ltda.	Quito
116	ECOSECUADOR Cía. Ltda.	Quito
117	Ecoturismo Comunitario ÑACHAG Cía. Ltda.	San Antonio
118	Ecovida Travel Cía. Ltda.	Quito
119	Ecuador Purotours Cía. Ltda.	Quito
120	Ecuador sin Fronteras Cía. Ltda.	Quito
121	Ecuador Turistico y Mercantil Cía. Ltda.	Quito
122	Ecuador Vip Tours S.A.	Quito
123	Ecuadordiverso S.A.	Quito
124	Ecuadorian Tours Agencia de Viajes y Turismo S.A.	Quito
125	Ecuadorinsitu Agencia de Viajes y Operadora Cía. Ltda.	Quito
126	ECUADORUSTUR Cía. Ltda.	Quito
127	Ecuador View Express	Quito
128	Ecuafuntours S.A.	Quito
129	Ecuultimate Tours Cía. Ltda.	Quito
130	Ecuaventura Agencia De Viajes Cía. Ltda.	Quito
131	Ecuaviajes S.A.	Quito
132	EDEN TRAVEL Cía. Ltda.	Quito
133	Empresa Turistica Cumbayatour S.A.	Cumbayá
134	Energy Travel Cía. Ltda.	Quito
135	EQUATREKKING Cía. Ltda.	Quito
136	Equinoccial Tourism & Services Cía. Ltda.	Quito
137	ESCAPETOUR Cía. Ltda.	Quito
138	ETHNIASTOUR Cía. Ltda.	Quito
139	EXCLUSIVETOURS Cía. Ltda.	Quito
140	Expediciones Dentro del Mundo	Quito
141	Expertur Ecuador Agencia de Viajes S.A.	Quito
142	FAMITUR Turismo Familiar Cía. Ltda.	Quito
143	FAVEVIAJES Cía. Ltda.	Quito
144	FITURI S.A.	Quito
145	Flama Tour Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
146	Friends Travel Cía. Ltda.	Quito
147	Guía Tour Agencia de Viajes y Turismo S.A.	Quito
148	GALADVENTURE	Quito
149	Galapagos Connecting Tours Cía. Ltda.	Quito
150	Galapagos Discovery Cía. Ltda.	Quito
151	Galapagos Exclusive Tours GALAEXSA S.A.	Quito
152	Galapagos INTI Cía. Ltda.	Quito
153	Galapagos Last Minute Cía. Ltda.	Quito
154	Galapagos Travel PROINVERTUR Cía. Ltda.	Quito
155	Galapagosvoyages S.A.	Quito

156	Galasam Internacional S.A.	Quito
157	GAMATURSA Cía. Ltda.	Quito
158	Gasturisa Hoteles S.A.	Quito
159	Gentian Trails the Authentic Experience Cía. Ltda.	Quito
160	Goecuador S.A.	Quito
161	GOTOUR Cía. Ltda.	Quito
162	Gran Ecuador Travel & Adventure Granadventure S.A.	Quito
163	Grandes Viajes Cía. Ltda.	Quito
164	Granturismo Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
165	Greattours Travel Agency Cía. Ltda.	Quito
166	Groundtrips & Tours Cía. Ltda.	Quito
167	Guskajuma Adventure Cía. Ltda.	Quito
168	Happy Gringo Travel	Quito
169	Holidays Travel HOLITRAVEL Cía. Ltda.	Quito
170	Huella Verde Cía. Ltda.	Quito
171	Inga Raya Cía. Ltda.	Quito
172	Innova Tours Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
173	Intersol Viajes Cía. Ltda.	Quito
174	ITSA Tours Cía. Ltda.	Quito
175	Intyquilla Touring C.A.	Quito
176	Isagus Representaciones C.A.	Quito
177	Islas del Paraiso Cía. Ltda.	Quito
178	ITAFRACHE S.A.	Quito
179	JAGUARTOURING S.A.	Quito
180	Jungle Discovery Cía. Ltda.	Quito
181	KANEELTRAVEL Cía. Ltda.	Quito
182	KAWSAYTOURISM Cía. Ltda.	Quito
183	Kaynami Destinos Cía. Ltda.	Quito
184	Kunturumi Travel Cía. Ltda.	Quito
185	Lamatours Cía. Ltda.	Quito
186	Latin Travel Collection S.A.	Quito
187	Latintur Cía. Ltda.	Quito
188	Latitud o Viajes Creativos Creatur S.A.	Quito
189	LATITUDLLAMA S.A.	Quito
190	Latventure Incoming Cía. Ltda.	Quito
191	Libertytour Cía. Ltda.	Quito
192	Línea Ecuatoriana de Turismo GETLINE Cía. Ltda.	Quito
193	Linnealtravel Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
194	Litatur Agencia de Viajes y Turismo Cía. Ltda.	Quito
195	Luxury Adventures LUXADVENT S.A.	Quito
196	Magic Adventure Tour Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito

197	Magic Paradise Operator Cía. Ltda.	Quito
198	MARITETOUR Cía. Ltda.	Quito
199	Maxiviajes Ecuador Tours S.A.	Quito
200	MERIDIANTOURS Cía. Ltda.	Quito
201	Metropolitan Touring C.A.	Quito
202	Metroviajes Cía. Ltda.	Quito
203	Mitad Del Mundo Agencia de Viajes y Turismo Cía. Ltda.	Quito
204	Morellana Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
205	Multirutas Tours Cía. Ltda.	Quito
206	Mundo Ventura Cía. Ltda.	Quito
207	Mundoecuador Cía. Ltda.	Quito
208	Mushuk Pacha Tour Operadora Cía. Ltda.	Quito
209	Natural Ecuador Travel Agency & Tour Operator Cía. Ltda	Quito
210	Neotropic Turis Cía. Ltda.	Quito
211	New Life Travel LIFETRAVEL Cía. Ltda.	Quito
212	Newtravel S.A.	Quito
213	Ninfa Tour S.A.	Quito
214	Nuevo Milenio Agencia De Viajes Y Turismo Cía. Ltda.	Quito
215	Nuevo Mundo Expeditions Cía. Ltda.	Quito
216	Operadora de Turismo Exotic Adventure Cía. Ltda.	San Antonio
217	Turismo de Aventura Martinez Jacome Cía. Ltda.	Quito
218	Operadora ecuatoriana de Turismo World Bike Cía. Ltda.	Quito
219	Outletviajes Ecuador Cía. Ltda.	Quito
220	Pacificblue Travel S.A.	Quito
221	Palmiratours Cía. Ltda.	Quito
222	Pam S.A.	Quito
223	Pamba Turis S.A.	Quito
224	Paradise Discovery Cía. Ltda.	Quito
225	Paraisoazul Travel Agency S.A.	Quito
226	Paufiyacu Operadora Ecoturística Cía. Ltda.	Quito
227	Pichincha Tours Cía. Ltda.	Quito
228	Polimundo S.A.	Quito
229	Primeratouring Cía. Ltda.	Quito
230	Puerta Del Mundo S.A.	Quito
231	Pumamaki-Tour S.A.	Quito
232	Pumapucara S.A.	Quito
233	Quitomunditur Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
234	Quito Turismo Ag. de Viajes y T. Internacional Cía. Ltda.	Quito
235	Rain Forestour Agency	Quito
236	River Travel Agencia Cía. Ltda.	Quito
237	Royal Travel Cía. Ltda.	Quito

238	Ruta del Sol Servicios Integrales de Turismo S.A.	Quito
239	Rutatours del Ecuador S.A.	Quito
240	SAMAYTRAVEL Cía. Ltda.	Quito
241	Samona Expeditions Cía. Ltda.	Quito
242	Sandaes Turismo S.A.	Quito
243	Sarvaltours Sarango Valverde Tours Cía. Ltda.	Quito
244	SCUBA Galapagos S.A.	Quito
245	Sevitur Cía. Ltda.	Quito
246	Serracan Adventure Cía. Ltda.	Quito
247	Shamuq Tour Travel SHAMUQTOUR Cía. Ltda.	Quito
248	Shine Galapagos Cía. Ltda.	Quito
249	Sialmertours Cía. Ltda.	Quito
250	SKYAIR Cía. Ltda.	Quito
251	SKYTOURS Cía. Ltda.	Quito
252	Space Travel Cía. Ltda.	Quito
253	Sublimecuador Travel Agency Tour Operator Cía. Ltda.	Quito
254	Sudamericana de Turismo Sudamturs Cía. Ltda.	Quito
255	Sueños Viajes y Turismo Suviatour Cía. Ltda.	Quito
256	Telamon Group S.A.	Quito
257	Terra Tours Terratours Cía. Ltda.	Quito
258	The Great Adventure Peoplegap S.A.	Quito
259	Tierra de Equinoccio TERRAEQUINOC Cía. Ltda.	Quito
260	Tierra de Fuego Agencia de Viajes Tieviajes Cía. Ltda.	Quito
261	TIMETOURS S.A.	Quito
262	TODOTOURING S.A.	Quito
263	Tours sin Limites Cía. Ltda.	Quito
264	Touris Information Quito Cía. Ltda.	Quito
265	Towers Tours Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
266	Tradetouring Agencia de Viajes S.A.	Quito
267	Travel Club Viaggimundo Cía. Ltda.	Quito
268	Travelaround Agencia de Viajes S.A.	Quito
269	TRAVELINGWORLD Cía. Ltda.	Quito
270	Tropical Adventurs Cía. Ltda.	Quito
271	Tropiecuador Cía. Ltda.	Quito
272	Trotamundo Ecuador Touring Cía. Ltda.	Quito
273	Turisa Quito S.A.	Quito
274	Turismania Agencia de Viajes Cía. Ltda.	Quito
275	Turismo Famasytours Cía. Ltda.	Quito
276	Turismo Las Luciernagas Cía. Ltda.	Quito
277	Turismo Y Viajes Nacionales Tuvina Cía. Ltda.	Quito
278	TURISMUNDIAL S.A.	Quito

279	Tzanza Turismo Asesoría y Viajes Cía. Ltda.	Quito
280	Venturaquest Operadora de Turismo Cía. Ltda.	Quito
281	Viajes Chasqui Ñan Cía. Ltda.	Quito
282	Viajes Fenix Viafenix S.A.	Quito
283	Viajes Paradise Huts Cía. Ltda.	Quito
284	Viajes Tercer Milenio Vitermil Cía. Ltda.	Quito
285	Viajes y Turismo Milturs Cía. Ltda.	Quito
286	Viajes y Turismo Startravel S.A.	Quito
287	Yacharina Equator Servicios Turísticos Yestur Cía. Ltda.	Quito
288	Yaguarundi Viajes Cía. Ltda.	Quito
289	Yanacuna Agencia Operadora de Viajes Cía. Ltda.	Quito
290	Yangziviajes Cía. Ltda.	Quito
291	Yuturi Tur Cía. Ltda.	Quito
292	Zenith Endara Travel Cía. Ltda.	Quito

Fuente: (Superintendencia_de_Compañías, 2012)

Restaurantes

SERVICIOS DE ALIMENTO Y BEBIDA RESTAURANTES, CEVICHERÍAS, PICANTERÍAS, CAFETERÍAS, ETC.		
No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD	PARROQUIAS
1	Asadero y parrillas	Tumbaco
2	Amazonandina ikiamanti S.A.	Quito
3	El Brasero Bravediaz Cía. Ltda.	Quito
4	El Caldero Servicios Hoteleros Cía. Ltda.	Quito
5	El Dorado Restaurant Caterdorado Cía. Ltda.	Quito
6	El Español S.A.	Quito
7	El Jardín Cerveceros de Don Olivo Oliverbier S.A.	Cumbayá
8	El Tartaro Cía. Ltda.	Quito
9	Farina Vargas Peñaherrera Cía. Ltda.	Quito
10	Karbon y Kandela Cía. Ltda.	Quito
11	La Brasa Roja Veloz Vega Cía. Ltda.	Quito
12	La Choza Cía. Ltda.	Quito
13	La Focaccia Cía. Ltda.	Quito
14	La Parrillada Jada S.A.	Quito
15	La Tablita Group Cía. Ltda.	Quito
16	Las Palmeras Groupalmeras S.A.	Quito
17	Menestras del Negro S.A.	Quito
18	Paresa Parrilladas Ecuatorianas S.A.	Quito
19	Restaurant Orientgourmet Cía. Ltda.	Quito
20	Restaurant Raclette Cía. Ltda.	Quito
21	Restaurant y Banquetes Rembar Cía. Ltda.	Quito

22	Restaurante Da Salvatore S.A.	Quito
23	Restaurante El Morron Cía. Ltda.	Quito
24	Restaurante El Palo Quemado Cía. Ltda.	Quito
25	Restaurante Hoteles y Turismo Cía. Ltda.	Quito
26	Restaurante Lalora S.A.	Quito
27	Restaurante Los Troncos Relot Cía. Ltda.	Quito
28	Marisqueria Las Redes Marisredes Cía. Ltda.	Quito
29	Restaurante Mi Cocina Delibueno Cía. Ltda.	Quito
30	Restaurante Ristocarmine S.A.	Quito
31	Rincon La Ronda Servicios y Banquetes S.A.	Quito
32	Sabor y Sazon Latino C.A. SALACA	Quito
33	Restaurante "La Casa del Arte"	Calacalí
34	Las Delicias de Dona Morga	Quito
35	Vicente's Restaurant	Quito
36	Las Guatitas de la Marín	Quito
37	Ricas Menestras Wendy's	Quito
38	Restaurante El Buen Vecino	Quito
39	Restaurante La Parada	Quito
40	Restaurante El Fogón	Quito
41	Restaurante Doña Mary	Quito
42	Fritadas La Batea	Quito
43	Meson de la Chola Cuencana	Quito
44	El Patacón	Quito
45	Paleta del Sabor	Quito
46	Restaurante Cochabamba	Quito
47	Restaurante San Francisco	Quito
48	Restaurante El Leñador	Quito
49	Costa y Sierra "Parrilladas y Menestras"	Quito
50	MAKABEO	Quito
51	Asadero y Parrillas Don Ruíz	Quito
52	TC Justo	Quito
53	Restaurante Karting	Quito
54	JAYAC-S	Quito
55	Resturante La Cabaña	Quito
56	Restaurante Kabuyo	Quito
57	Restaurate Amazonas	Quito
58	Pin Pon de Colores	Quito
59	Restaurante Tokio de Donk	Quito
60	Restaurate Catanga	Quito
61	Café Al Paso	Quito
62	Paradero Don Fredis	Quito
63	La Cueva del Búo	Quito

64	Hornado Ushimana	Quito
65	Fritadas Dary	Quito
66	Picantería El Sabroson	Quito
67	El Pulpo	Quito
68	Los Pinos	Quito
69	Motes de la Cordero	Quito
70	Ecuadorian Food Quito Tempo	Quito
71	Z Aidun Comina Manabita	Quito
72	Vasija de Barro	Quito
73	Parrillas al Paso	Quito
74	Fritadas Dasy	Quito
75	Es El Sabrosón	Quito
76	Rincon del Buen Sabor	Quito
77	Virgen del Cinto	Quito
78	Comidas Típicas de Doña Marianita	Quito

Fuente: (Superintendencia_de_Compañías, 2012)

Museos / iglesias

No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD	PARROQUIAS
1	Museo Camilo Egas	Quito
2	Museo Casa de la Cultura Ecuatoriana	Quito
3	Museo Fray Pedro Bedón	Quito
4	Museo Casa de Sucre	Quito
5	Museo Convento de San Diego	Quito
6	Museo Casa María Augusta Urrutia	Quito
7	Museo Alberto Mena Caamaño/Museo de Cera	Quito
8	Museo de Arte Contemporáneo	Quito
9	Museo Pabellón del Sol	San Antonio
10	Museo de la Ciudad de Quito	Quito
11	YAKU Parque - Museo del Agua	Quito
12	Museo Miguel de Santiago	Quito
13	Museo de Sitio de Rumicucho	San Antonio
14	Museo Munismático del Banco Central	Quito
15	Museo del Observatorio Astronómico de Quito	Quito
16	Museo Ecuatoriano de Ciencias Naturales	Quito
17	Museo Interactivo de Ciencia	Quito
18	Museo Etnográfico Mitad del Mundo	San Antonio
19	Museo Fundación Hallo - Centro Cultural Indígena	Quito
20	Museo Fundación Guayasamín	Quito
21	La Capilla del Hombre Centro Cultural Guayasamín	Quito
22	Museo Inti- Ñan	San Antonio
23	Museo Jacinto Jijón y Caamaño	Quito
24	Museo Nacional de Historia de la Medicina	Quito

25	Museo de Artesanías Mindalae	Quito
26	Museo Templete de los Héroes Nacionales	Quito
27	Museo de Tulipe	Gualea
28	Museo Abya Yala	Quito
29	Museo España	San Antonio
30	Museo Interactivo Dinosaurios	Quito
31	Vivarium de Quito	Quito
32	Cabildo Privado Quitense	Quito
33	Planetario	San Antonio
34	Museo Fray Pedro Gacial (San Francisco)	Quito
35	Museo Acuatico San Vicente	Guayabamba
36	Museo Ecuador Insectarium	Quito
37	Museo Francia	San Antonio
38	Museo Quito en Miniatura	San Antonio
39	La Basílica	Quito
40	La Compañía	Quito

Fuente: (Turismo_Museos, 2012)

Centros ecológicos

N°	NOMBRE DEL LUGAR	PARROQUIAS
1	Reserva Ecológica Pasochoa	Amaguaña
2	Bosque Nativo Altoandino	Atahualpa
3	Bosque Protegido del Pululahua	Calacalí
4	Bosque Nublado de Yunguilla	Calacalí
5	Cueva de los Tayos	Gualea
6	Zoológico de Guayllabamba	Guayllabamba
7	Cráter del Volcán Pichincha – Teleférico	San Antonio
8	Casada la Piragua	Nanegal
9	El Centro Ceremonial de Tulipe	Nanegalito
10	Reserva Orquideológica del Pahuma	Nanegalito
11	Reserva Yanacocha	Nono
12	Reserva Verdecocha	Nono
13	Cascada Guagrapamba	Nono
14	Reserva Pacaya	Nono
15	Cascadas del Gallo de la Peña	Pacto
16	Cascada del Saguangal	Pacto
17	Chorreras de Molinucu	Pintag
18	Lagunas de Secas	Pintag
19	Lagunas de Mojanda	Puéllaro
20	Bosque Protegido de Jerusalén	Puéllaro
21	Bosque Protector (Microcuenca del Río Cambugan)	San José/Minas

Fuente: (Gobierno_de_la_Provincia_de_Pichincha, 2005)

Complejos

N°	NOMBRE	PARROQUIAS
1	Complejo El Tingo	Alangasí
2	Piscinas El Tingo	Alangasí
3	Mirasierra	Alangasí
4	Ushimana	Alangasí
5	Angamarca	Alangasí
6	La Chorrera	Alangasí
7	Fuentes Cristalinas	Alangasí
8	Balnearios del Cubí	Atahualpa
9	Balneario El Chaco	Calacalí
10	Complejo Turístico El Paraíso	Calderón
11	Complejo T. Sindicato de Choferes de Pichincha	Calderón
12	El Complejo- Recreacional La Moya	Conocoto
13	Piscina de Rojas	Cumbayá
14	Complejo Turístico SAAVI	Chavezpamba
15	Agua Termales las Yumbas	Gualea
16	Complejo turístico Rumiloma	Guangopolo
17	Balneario de aguas termales La Merced.	La Merced
18	Complejo Turístico Ilaló	La Merced
19	Balneario La Cocha	La Merced
20	Aguas termales Palmira	Lloa
21	Complejo Recreacional Montearomo	Nayón
22	Aguas termales y medicinales	Nono
23	Aguas Termales	Perucho
24	Isla del Amor	Pintag
25	Piscina Municipal de Puéllaro	Puéllaro
26	Aguas termales de Cachuco	Puéllaro
27	Balneario Municipal	San A.Pichincha
28	Aguas termales medicinales La Calera	San José/Minas
29	Club Castillo de Amaguaña	Amaguaña
30	Cununyacu	Tumbaco
31	Complejo turístico El Gran Marcelino	Tumbaco

Fuente: (Gobierno_de_la_Provincia_de_Pichincha, 2005)

Hoteles

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO POR CORTO TIEMPO: COMPLEJOS TURÍSTICOS, HOSTERÍAS, CASA DE HUÉSPEDES Y CABAÑAS		
No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD	PARROQUIAS
1	Arasha Cía. Ltda.	Quito
2	Astudillocorp Cía. Ltda.	Quito
3	Belestroi Cía. Ltda.	Quito
4	Boarder S.A.	Quito
5	Margarita Hotel	Quito
6	Cabanas Alinahui Cía. Ltda.	Quito
7	Cabañas Picaflor CAPIFLOR Cía. Ltda.	Quito
8	Hotel Hello	Quito
9	El Gran Chaparral	San José/Minas
10	Concholagua S.A.	Pintag
11	Controlbay Cía. Ltda.	Quito
12	DIXIE S.A.	Quito
13	Edwaca Cía. Ltda.	Quito
14	Hostal Intervalle	San Antonio
15	Flotorellana Cía. Ltda.	Quito
16	Ganapati Cía. Ltda.	Quito
17	Golatinamerica S.A.	Quito
18	Hospedajes Yokonaomi Cía. Ltda.	Quito
19	Hostal Parana Hosparan Cía. Ltda.	Quito
20	Hosteria Casa del Quinde Casaquinde Cía. Ltda.	Quito
21	Hosteria Selvavirgen Cía. Ltda.	Quito
22	Hotel Fuente de Piedra S.A.	Quito
23	Hotelera Rancho Alegre S.A.	San Antonio
24	HUAOLODGE S.A.	Quito
25	Hostal Inti Raymi	San Antonio
26	Hostal Sol y Luna	San Antonio
27	La Breña Cía. Ltda. LEHOST	Quito
28	La Casa del Suizo Suizhouse s.a.	Quito
29	La Perla del Peñon Resort Cía. Ltda.	Quito
30	Logement D' Equateur S.A.	Quito
31	MEGAHOTEL S.C.A.	Quito
32	Hostería Alemana	San Antonio
33	Napo River Lodge Cía. Ltda.	Quito
34	Hostería Rancho Alegre	San Antonio
35	Majagua	Pacto
36	Oro Blanco Hoteles Y Turismo Cía. Ltda.	Quito
37	La Cañita	Pacto

38	Petite Maison	Pacto
39	Quinapallo Cía. Ltda.	Conocoto
40	Hostal El Taxo	San Antonio
41	Hostal Cotopaxi	Quito
42	SWEDECUATOR Cía. Ltda.	Quito
43	Hostal Jhomana	Quito
44	Hotel King&Queens	Quito
45	Villa Colonna Bed and Breakfast S.A.	Quito
SERVICIO DE ALOJAMIENTO: CHALETS, CABAÑAS CON SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA, HOTELES JUVENILES Y REFUGIOS DE MONTAÑA		
No.	NOMBRE DE LA ENTIDAD	PARROQUIAS
1	Astrohotel Administracion y Servicios Hoteleros S.A.	Quito
2	Blanchilandia Cía. Ltda.	Quito
3	Cabañas Shiripuno Cía. Ltda.	Quito
4	CATERLOG S.A.	Quito
5	Compania de Hosteleria y Turismo Hostur Cía. Ltda.	Quito
6	Refugio de Caminantes Tourcaminantes Cía. Ltda.	Quito
7	CURIPOGIO S.A.	Quito
8	CUVEL S.A.	Quito
9	DIATUR Cía. Ltda.	Quito
10	Fuentes Turisticas Guayllabamba S.A.	Quito
11	Hipocampo Hoteles y Restaurantes Cía. Ltda.	Quito
12	Hosteria Hacienda Cía. Ltda.	Quito
13	Hotel Colon S.A.	Quito
14	Hotel Inter.Hemisferico Chaupi Mundo Cía. Ltda.	Quito
15	Hotelera Andina Hotan S.A.	Quito
16	Hotelera EMTSA Cía. Ltda.	Quito
17	Hoteles Boites y Casinos Sudamerica C.A.	Quito
18	Hoteles Playas y Barrancos S.A.	Quito
19	Hoteles y Hosteria Samarina S.A.	Quito
20	Hoteles y Turismo Los Andes C.A.	Quito
21	Hotelera Vista de Oro S.A.	Quito
22	La Zapatilla Plateada Cía. Ltda.	Quito
23	Landivar Mantilla y Asociados Cía. Ltda.	Quito
24	Las Regatas Cía. Ltda.	Quito
25	Leon Marquina Cía. Ltda.	Quito
26	Moteles Las Palmeras Cía. Ltda.	Quito
27	ORIZORAN S.A.	Quito
28	ORYFLOR Cía. Ltda.	Quito
29	Paraiso de las Rosas S.A.	Quito
30	PARHEJ Cía. Ltda.	Quito

31	Rene Chavez Torres Cía. Ltda.	Quito
32	ROALBO Cía. Ltda.	Quito
33	Rocio de Luna ROCLU Cía. Ltda.	Quito
34	Servicios Boatel del Ecuador Cía. Ltda.	Quito
35	Shuara Hoteles Cía. Ltda.	Quito
36	The New Gallery S.A.	Quito
37	TIARE S.A.	Quito
38	Topgallant Complementary Process Cía. Ltda.	Quito
39	VARSAL S.A.	Quito
40	ZAN DAN Cía. Ltda.	Quito

Fuente: (Superintendencia_de_Compañías, 2012)