

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN
INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE**

TEMA:

**ESTUDIO COMPARATIVO DEL INCREMENTO EN EL FLUJO
TURISTICO DE LA CIUDAD DE QUITO, EN EL PERIODO (2006-
2010), CON MOTIVO DE LA CAMPAÑA CONMEMORATIVA DEL
BICENTENARIO DEL PRIMER GRITO DE INDEPENDENCIA**

AUTOR: JOSÉ ANDRÉS AGUIAR GARCÍA

DIRECTOR: LIC. ROBERTO CARRILLO

QUITO – ECUADOR

MAYO, 2011

Dedico este arduo trabajo a mis padres,
quienes han sido mi motor y apoyo durante
toda mi vida.

Agradezco a mi padres por la paciencia
brindada, y por su constante apoyo durante la
elaboración de este trabajo.
Y también quisiera agradecer a Roberto, mi
director, por toda su ayuda y tiempo
brindado, para que este gran objetivo se
cumpla.

RESUMEN

Este trabajo es un estudio comparativo sobre el comportamiento del flujo turístico de la ciudad de Quito en el último quinquenio, tomando mayor consideración en el período de julio – agosto del 2009, año conmemorativo del bicentenario de la independencia del primer grito de independencia.

En primer lugar se da una breve explicación de cómo la oferta y la demanda turística influye directamente a la economía nacional. Siendo el turismo una de las principales fuentes de ingreso para el Ecuador, ocupando el cuarto puesto del PIB, después del petróleo, banano y derivados de petróleo.

Podemos señalar también que se construyó una identidad regional y nacional para el reconocimiento de los hechos que marcaron la vida de una colectividad. Con la conmemoración queremos recordar este suceso y ver la importancia que le damos hoy en día, para así dar un significado de lo que transmite la sociedad.

Obtuvimos los datos de la llegada de turistas no residentes al Ecuador, en el período julio – agosto entre los años 2006 – 2010, en los que haciendo una comparación en el año 2008 existió un mayor flujo turístico que en el 2009 en el mismo período. Lo que implica que al menos de forma general, el movimiento turístico por la conmemoración del Bicentenario no implicó la llegada de un contingente apreciable de turistas no residentes hacia el país.

El año 2008 se hace el decreto presidencial para la conmemoración del Bicentenario del primer grito de independencia, en el cual no se toma en cuenta al ministerio de turismo o a algún delegado del mismo, para formar parte del comité presidencial bicentenario el cual se encargaría de la planificación y coordinación de la ejecución del programa de conmemoraciones del bicentenario. Con lo que claramente se deja fuera de todo ámbito de acción al turismo, desperdiciando así una gran oportunidad para dar a conocer al país y sobre todo a Quito y su historia.

Otro de los aspectos que influyó negativamente en el decrecimiento del turismo receptivo en el año 2009 se debió también a la recesión económica, que afectó principalmente a Estados Unidos, el cual es el principal emisor de turistas hacia el Ecuador.

La declaración de pandemia del virus AH1N1 generó el temor de los turistas para viajar a ciertos países, sobre todo hacia Latinoamérica, considerada como una zona de alto riesgo de contagio.

La conmemoración del Bicentenario alcanzó un carácter no sólo nacional sino también supranacional, ya que el Ecuador fue miembro fundador del Grupo Bicentenario, el mismo que está integrado por Argentina, Bolivia, Colombia, México, Venezuela, Chile, Paraguay, El Salvador y como miembro invitado España. El objetivo del Grupo Bicentenario es el de coordinar actividades conjuntas destinadas a celebrar, a nivel continental el Bicentenario de la Independencia de naciones Latinoamericanas.

A nivel estatal el ministerio de cultura fue el principal encargado de realizar actividades de carácter nacional para la conmemoración de esta fecha cívica. A nivel local el mayor evento fue la velada libertaria 2009 (Vive la Independencia), realizada el 9 de agosto en el centro histórico de Quito, en donde todas las iglesias y museos estuvieron abiertas hasta la media noche de forma gratuita, y en forma paralela se realizaron espectáculos en las plazas, tales como conciertos y obras teatrales.

El ex-FONSAL, llamado actualmente Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural, realizó la exposición “La Revolución Quiteña del 10 de agosto del 1809”. La misma que fue puesta en escena en el Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario”, y que contó con el aporte de la muestra “Del Terror a la Libertad, origen y causas de la Revolución Francesa”, en la que se destacaba 110 grabados y dibujos traídos del Museo de Louvre de Francia.

En cuanto a las inversiones realizadas por todos los entes estatales, se obtiene un total de \$3.249.114,80, del cual el Ministerio de Cultura tiene una participación del 65%, con lo que se determina que esta conmemoración fue algo netamente cultural.

INTRODUCCIÓN

En esta investigación se desarrolla el tema de la celebración del Bicentenario del Primer Grito de Independencia, proceso que demandó una alta inversión del sector público, pero que careció de difusión con interés turístico.

En los apartados que lo componen se presenta una visión sintética del proceso emancipatorio, y su trascendencia e interés para el turismo, señalando además las actividades que se desarrollaron a nivel supranacional, nacional, y local.

Con esto, se pretende dar un enfoque integral al tema de estudio, que tuvo los siguientes objetivos, general y específicos:

El objetivo general de este estudio estuvo formulado en los siguientes términos:

Objetivo general

Comparar el comportamiento del flujo turístico en la ciudad de Quito en el periodo 2006-2010, con los resultados obtenidos en el 2009, año conmemorativo del Bicentenario del Primer Grito de Independencia.

Objetivos Específicos

Determinar el comportamiento histórico del flujo turístico de la ciudad de Quito en los meses de Julio y Agosto en el periodo 2006-2010 y compararlo con el del año 2009.

Evaluar cuál fue la participación pública y privada incentivando el turismo receptivo hacia la ciudad de Quito motivado por esta celebración.

Identificar los subsectores de la actividad turística más beneficiados con motivo de esta conmemoración.

INDICE

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Generalidades sobre el tiempo libre y el sistema turístico.....	1
1.2 El mercado turístico.....	4
1.2.1 Concepto y características.....	4
1.2.2 La demanda turística.....	5
1.2.3 La oferta turística.....	6
1.2.4 Estructura del mercado turístico.....	8
1.2.5 Segmentación del mercado.....	10
1.2.5.1 Descripción básica de la segmentación.....	10
1.2.5.2 Distribución geográfica del mercado.....	11
1.2.5.3 Determinantes del mercado turístico.....	12
1.3 Síntesis estadística del turismo ecuatoriano 2004-2008.....	13
1.4 Recurso, atractivo y destino turístico.....	15
1.5 Comportamiento del consumidor.....	16
1.5.1 Concepto del comportamiento del consumidor.....	16
1.5.2 Importancia del conocimiento del comportamiento del consumidor.....	18
1.5.3 Modelo del proceso de decisión del consumidor.....	21
1.5.4 Variables que afectan el proceso de decisión.....	25
1.5.4.1 Diferencias individuales.....	25
1.5.4.2 Influencias del entorno.....	26
1.5.4.3 Procesos psicológicos que influyen en el comportamiento del consumidor.....	28
1.6 La celebración del Bicentenario del Primer Grito de Independencia (1809-2009) como atractivo turístico.....	29
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN RELACIÓN A LA FECHA CONMEMORATIVA DE REFERENCIA.....	33

2.1 Información estadística básica.....	33
2.2 Perfil del turista que visita Quito.....	34
2.2.1 El turista no residente.....	34
2.2.2 El turista residente.....	35
2.3 Evolución de la llegada de turistas a Ecuador entre 2006 y 2010.....	35
2.4 Estrategia de Mercado Interno.....	38
2.4.1 Objetivos estratégicos de mercado interno.....	38
2.4.2 Evolución de las visitas a los principales del Centro Histórico y del Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario” en el periodo 2006-2010.....	39
2.5 Legislación nacional sobre turismo.....	47
2.5.1 Constitución de la República.....	47
2.5.2 Ley de Turismo.....	52
2.5.3 Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo.....	53
2.6 Aplicación de las encuestas.....	55

CAPÍTULO III. RESUMEN HISTORICO, ACTOS CONMEMORATIVOS E INVERSIONES REALIZADAS..... 58

3.1 Resumen Histórico del Bicentenario.....	58
3.1.1 Recopilación de los hechos históricos del 10 de Agosto de 1809.....	58
3.1.2 Conmemoración del Primer Centenario.....	59
3.2 Programación de Actividades conmemorativas del Bicentenario del Primer Grito de Independencia.....	65
3.2.1 Actos Supranacionales: el Grupo Bicentenario.....	70
3.2.1.1 Sello postal conmemorativo del Bicentenario.....	73
3.2.2 Actos de las Entidades Públicas Nacionales.....	74
3.2.2.1 Ministerio de Cultura.....	74
3.2.2.2 Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.....	80
3.2.2.3 Ministerio de Turismo.....	81
3.2.2.4 Ministerio de Defensa.....	84
3.2.2.5 Ministerio Coordinador de Patrimonio.....	85

3.2.3 Actos de la Alcaldía Metropolitana de Quito.....	85
3.2.3.1 Secretaría de Cultura.....	85
3.2.3.2 Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural (Ex FONSAL).....	86
3.2.3.3 Empresa Metropolitana de Gestión de Destino Turístico de Quito.....	88
3.2.4 Actividades Nacionales Privadas.....	92
3.3 Obras del Bicentenario.....	94
3.3.1 Correos del Ecuador.....	94
3.3.2 Banco Central del Ecuador.....	95
3.4 Detalle de las inversiones realizadas en las festividades por el Bicentenario.....	96
CONCLUSIONES.....	99
RECOMENDACIONES.....	101
ANEXOS.....	102
BIBLIOGRAFIA.....	103

ÍNDICE DE ESQUEMAS, CUADROS Y GRÁFICOS

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Esquema N° 1.1: Componentes del sistema turístico.....	3
Esquema N° 1.2: Desglose del proceso de decisión del consumidor.....	24

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN RELACIÓN A LA FECHA CONMEMORATIVA DE REFERENCIA

Cuadro 2.1: Entradas a Ecuador 2006-2010. (Datos provisionales para el año 2010). Llegada de extranjeros	33
Gráfico N° 2. 1: Evolución del arribo de turistas internacionales a Ecuador.....	36
Cuadro N° 2.2: Exposición “La Revolución Quiteña”. Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario”	39
Gráfico N° 2.2: Exposición “La Revolución Quiteña:”. Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario”	40
Cuadro N° 2.3: Museo de la Ciudad: Velada libertaria 9 de agosto de 2009 (atención al público de 22h00 a 24h00, con entrada gratuita).....	40
Gráfico N° 2.3: Museo de la ciudad: Velada libertaria 9 de agosto de 2009 (atención al público de 12h00 a 24h00, con entrada gratuita).....	41
Cuadro N° 2.4: Museo Alberto Mena Caamaño.....	41
Gráfico N° 2.4: Museo Alberto Mena Caamaño.....	42
Cuadro N° 2.5: Total de visitantes durante julio y agosto de 2006 a 2010, en los Museos Mena Caamaño y de la Ciudad.....	43
Gráfico N° 2.5: Total de ingresos durante julio y agosto de 2006 a 2010, en los Museos Mena Caamaño y de la Ciudad, y el ingreso de turistas no residentes al país.....	44
Cuadro N° 2.6: Total Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) y Pasajeros (PAX) Julio- Agosto de 2006 a 2010.....	44
Gráfico N° 2.6: Total TOH y PAX Julio-Agosto de 2006 a 2010.....	45
Cuadro N° 2.7: Total TOH Julio-Agosto de 2006 a 2010 según museo.....	45

Gráfico N° 2.7: Total TOH Julio-Agosto de 2006 a 2010 según muse.....	46
Cuadro N° 2.8: Distribución porcentual del segmento principal de atención de las agencias encuestadas.....	56
Gráfico N° 2.8: Distribución porcentual del segmento principal de atención de las agencias encuestadas.....	56
Cuadro N° 2.9:¿Generó algún tipo de oferta por el Bicentenario?.....	57
Gráfico N° 2.9: ¿Generó algún tipo de oferta por el Bicentenario?.....	57

CAPÍTULO III. ACTOS CONMEMORATIVOS E INVERSIONES REALIZADAS

Cuadro N° 3.1: Síntesis del Decreto Ejecutivo 1023.....	68
Cuadro N° 3.2: Dinero Invertido en la Conmemoración	96
Cuadro N° 3.3: Relación de participación de las Instituciones Públicas	97
Gráfico N° 3.1: Relación de participación de las Instituciones Públicas.....	98

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Generalidades sobre el tiempo libre y el sistema turístico

Roberto Boullón afirma que “...el turismo es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre”.¹ Es decir, el fundamento principal para hablar de turismo es el tiempo libre, y sobre este punto se presentan algunas puntualizaciones, que serán debidamente aplicadas en el posterior análisis del objeto de estudio. Manuel Gurria Di-Bella, afirma sobre el tiempo libre y el turismo:

‘Las palabras *Loisir* francesa y *leisure* inglesa, ambas de indudable origen común, carecen de una palabra de igual significado en nuestra lengua; no existe una traducción exacta de estos términos. *Loisir* lugar, tiempo, espacio del que uno puede disponer libremente. *Leisure* Libertad de deberes, responsabilidades o actividades que consumen tiempo. Estos dos conceptos provienen del latín *licere* que significa ‘permitido’. La explicación del término francés es sin duda la que describe más claramente lo que es el tiempo que se puede dedicar a algo que no sea trabajo. Muchos autores y traductores utilizan la palabra ‘ocio’ por *loisir* en lo cual coincidimos, procurando desprenderla del sentido peyorativo que adquirió durante el desarrollo de las ideas marxistas en el siglo pasado, al considerar que en la división de clases existía una clase ociosa que era sostenida por la clase obrera; desde entonces ‘ocio’ es sinónimo de ‘holganza’.”²

Esta explicación es fundamental para comprender el fenómeno turístico, ya que las actividades turísticas son desarrolladas en el tiempo libre de que dispone una persona a lo largo de su vida, siempre que este tiempo sea suficiente para desarrollarlas. Ampliando los anteriores criterios, Gurria Di-Bella afirma:

“Tiempo libre es aquel que nos queda después del trabajo; esto es, el tiempo de “no trabajo” incluyendo las vacaciones, pero no es totalmente libre porque para que sea el “ocio” (tal como lo describe el *loisir* francés) tenemos que descontar el tiempo que dedicamos a dormir, comer, transportarnos, etc. Es decir, que el ocio es aquello

¹ BOULLÓN, Roberto: *Planificación del espacio turístico*, Edit. Trillas, México, 1994, pág. 31.

² GURRIA DI-BELLA, Manuel: *Introducción al turismo*. Ed. Trillas, México, 2004, pág. 24.

que nos queda del tiempo libre para ocuparlo a voluntad [...] Actualmente es la época de *loisir*, en que el tiempo libre aumenta y se transforma en ocio creativo. Para que haya turismo debe existir el uso de ese tiempo de ocio en la forma activa de viajar”.³

Por otra parte, al asociarse el tiempo libre al ocio, en su valoración positiva, Gurria Di-Bella aclara que “En su concepción más profunda, ‘ocio’ es actividad creativa y permite desarrollar al máximo las cualidades intrínsecas de cada uno. Desde luego, en todo esto no nos referimos al ocio forzoso, o sea por desempleo o enfermedad, ya que éste es otro fenómeno social. Así vemos que el ocio se ha convertido en una necesidad básica por sí misma, de la cual se derivan una serie de actividades de gran importancia para la realización del ser humano, por ejemplo, las siguientes: descanso, distracción, recreo, cultura, desarrollo personal, actividades sociales, vacaciones, deportes y turismo. El turismo debe y tiene que ser una actividad que separe al hombre de su vida de trabajo cotidiana sobre todo cuando ésta se vuelve enajenante; asimismo de su vida familiar o social, que puede llegar a ser tan rutinaria y con tal falta de estímulo que el hombre tiene que buscar una evasión o un cambio, pues de otra manera podría llegar la crisis y llevarlo a manifestaciones de conducta antisocial como el alcoholismo, drogadicción y actividades delictivas.”⁴

Por tanto, toda evasión que no sea antisocial, por ejemplo los viajes, deportes, espectáculos, y demás, es de todas maneras una manifestación del individuo en contra de una situación dada, con la que no está de acuerdo, de momento o permanentemente, y de la que debe alejarse aunque sea por poco tiempo. Es natural para ser humano buscar un cambio temporal para que su vida vuelva a su equilibrio.

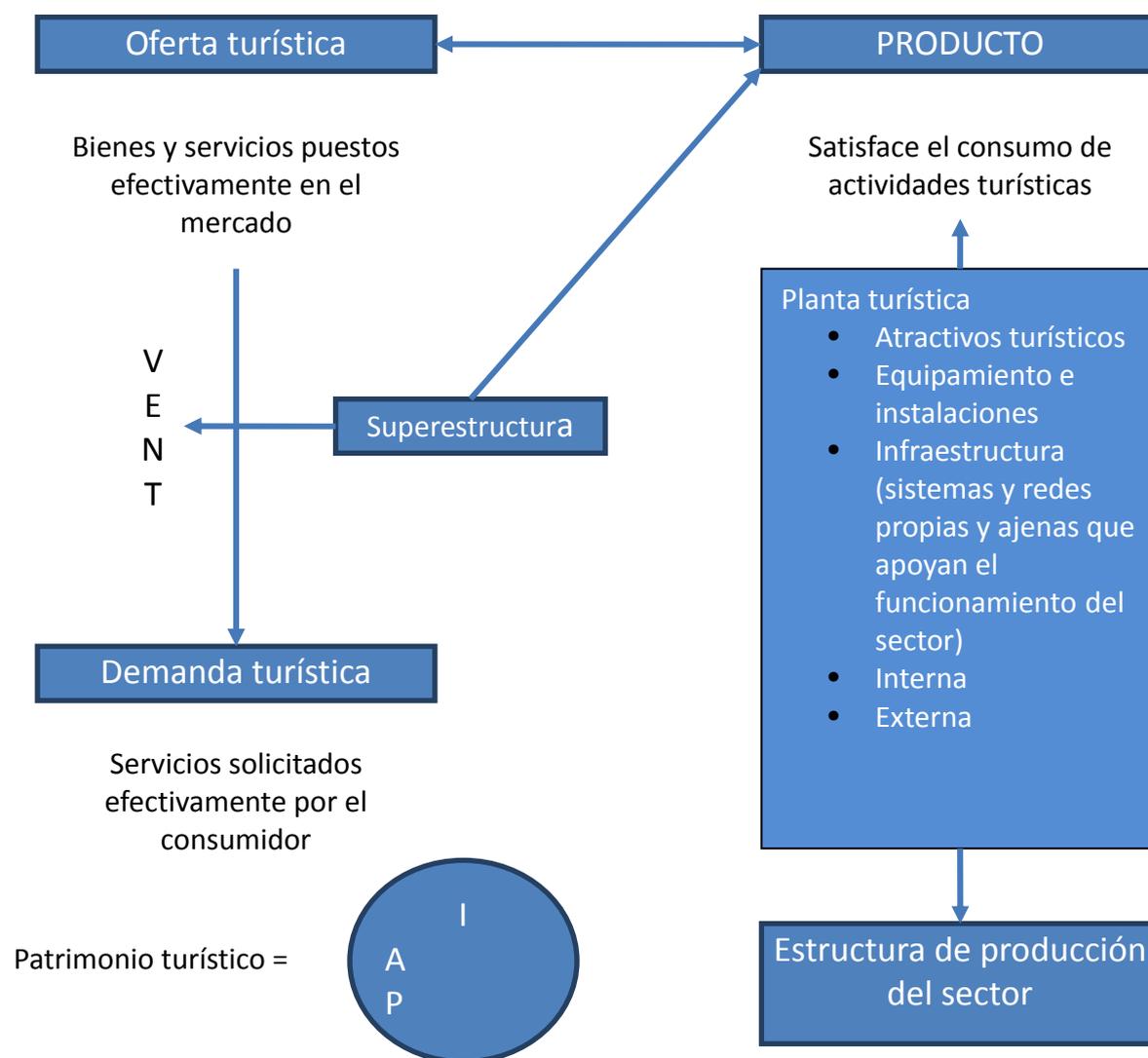
Esta explicación preliminar permite centrar el interés de lo que se entenderá por sistema turístico. Boullón afirma que “en torno a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre, se ha desarrollado un importante número de actividades, que, como muchas otras, no fueron programadas previamente. Su existencia se debe a un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público, después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros al incorporar un mayor

³ *Ibíd.*, Pág. 25.

⁴ *Ídem.* Pág. 26.

número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión. Así, alrededor del turismo se ha ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema”.⁵ Al introducirnos en el concepto de sistema, el autor llama la atención sobre la necesidad de conocer los componentes que hacen posible el desarrollo de las actividades turísticas. Propone en un esquema ilustrativo la relación entre tales componentes, que se presenta a continuación para una mejor comprensión de la explicación detallada:

Esquema N° 1.1.
Componentes del sistema turístico



Fuente: BOULLÓN, Roberto, *Op. Cit.*, pág. 32.

⁵ BOULLÓN, Roberto, *Op. Cit.*, pág. 31.

El propio autor especifica estas relaciones de manera sintética afirmando que “en la parte izquierda de la figura se registra el punto de partida del funcionamiento del sistema, el cual se origina en el encuentro entre de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector, tal como se indica en la parte derecha de la figura mencionada. En el centro de la misma se ha representado la superestructura turística, cuya función es controlar al eficiencia del sistema vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes”.⁶ De los elementos señalados por el autor, los que interesan al presente estudio son la oferta y la demanda turística, y periféricamente se abordará el tema de la estructura turística, tal como se expone en los siguientes apartados.

1.2. El mercado turístico

1.2.1 Concepto y características

El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda, dando de esta manera un sistema complejo y dinámico que cambia continuamente, y produce nuevas oportunidades de inversión y necesidades de consumo, surgiendo estrechas relaciones entre compradores y vendedores que llevan a cabo transacciones.

De ahí la importancia de esta investigación, como un estudio de carácter científico que nos permite obtener la información para registrar los hechos que tienen relación con el mercado turístico, con el fin de analizar las variables más importantes del período seleccionado en el presente estudio.

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio".⁷

⁶ Ídem.

⁷ KOTLER, Armstrong, *Marketing*, Décima Edición, Pág. 10.

Stanton, Etzel y Walker, definen el mercado (para propósitos de marketing) como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo".⁸

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el mercado son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo"⁹

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, en el sector turístico las personas que tienen una determinada necesidad, deseo y sobretodo dinero para satisfacerlos, se convierten en demandantes, es decir que son las personas que planifican salidas de viaje dentro o fuera del país sea por vacación, negocios o asuntos personales y los vendedores que ofrecen un determinado producto o servicio como agencias de viaje, empresas de transporte, restaurantes, agencias de viajes, entre otros, satisfacen estas necesidades y deseos de los compradores convirtiéndose de esta manera en ofertantes, los cuales constituyen el Mercado Turístico. Ambas, la oferta y la demanda, son las fuerzas que mueven el mercado, y las mismas son explicadas a continuación.

1.2.2 La demanda turística

La demanda "es la relación de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo. La curva de demanda representa la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir a determinados precios, suponiendo que el resto de los factores se mantienen constantes (cláusula *ceteris paribus*). La curva de demanda es por lo general decreciente, es decir, a mayor precio, los consumidores comprarán menos".¹⁰

Los determinantes de la demanda de un individuo son el precio del bien, el nivel de renta, los gustos personales, el precio de los bienes sustitutivos, y el precio de los bienes complementarios.

⁸ STANTON, Etzel y Walker, Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, Mc Graw Hill, Pág. 49.

⁹ Diccionario de Marketing, Edic. Cultural S.A., pág. 63.

¹⁰ Oferta y demanda, en: <http://www.joseacontreras.net/econom/Economia/DemOferEq.htm>.

Roberto Boullón considera que “por lo general, los sistemas estadísticos de América Latina se limitan a la primera forma, pero sólo parcialmente, pues no pasan de los registros globales a nivel de todo el país, con cifras más o menos exactas del turismo receptivo y estimaciones del turismo interno. A veces, estos datos se complementan con otros sobre la demanda de algunos de los centros turísticos más importantes, también superficiales, porque no van más allá del total de turistas por año, una estimación del gasto y la apreciación de la concurrencia en períodos de máxima asistencia, como la Semana Santa, los carnavales y algunos fines de semana largos. Si bien esta información es útil para analizar la evolución general del turismo a través de sus tasas de crecimiento o decremento, y deducir, a medias, el resultado económico, resulta insuficiente para definir técnicamente y con precisión las características que adopta el mercado en cada una de las tantas variantes y lugares en que se manifiesta el turismo de un país”.¹¹

1.2.3 La oferta turística

La oferta, de manera general, es “la cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores del mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de ofrecimiento son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de una función curvilínea de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes”.¹²

A veces, las funciones de oferta no tienen una pendiente creciente. Un ejemplo es la curva de oferta del mercado laboral. Generalmente, cuando el salario de un trabajador aumenta, éste está dispuesto a ofrecer un mayor número de horas de trabajo, debido a que un sueldo más elevado incrementa la utilidad marginal del trabajo (e incrementa el costo de oportunidad de no trabajar). Pero cuando dicha remuneración se hace demasiado alta, el trabajador puede experimentar la ley de los rendimientos decrecientes en relación con su paga. La gran cantidad de dinero que está ganando hará que otro aumento de sueldo tenga poco valor para él. Por lo tanto, a partir de cierto punto trabajará menos a medida que

¹¹ BOULLÓN, Roberto, Op. Cit., págs. 32-33.

¹² Oferta y demanda, <http://www.joseacontreras.net/econom/Economia/DemOferEq.htm>

aumente el salario, decidiendo invertir su tiempo en ocio. Resulta interesante señalar que este tipo de curvas de oferta ha sido observado en otros mercados, como el del petróleo: después del récord del precio provocado por la crisis de 1973, muchos países exportadores de petróleo disminuyeron su producción.¹³

Por su parte, Roberto Boullón afirma que “el análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período dado”.¹⁴ La variable precio es identificada tanto en la oferta como en la demanda, por lo que en un subtítulo posterior se lo explicará brevemente. Continuando con la exposición relativa a la demanda turística, Boullón señala: “Dada la transitoriedad de los servicios y en consideración de que la demanda es igualmente transitoria (pues pasado el período de estadía promedio, en cada sitio turístico se renueva la casi totalidad de los turistas) para que un servicio turístico se convierta en oferta turística, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia. De lo contrario, ese producto no cumple con el requisito de ‘haber entrado en el mercado por un período determinado’ que en nuestro caso estaría representado por el número diario de veces que la duración de cada consumo permite renovar la oferta del servicio o, a lo sumo, la totalidad del tiempo que ese consumidor transitorio permanecerá en el sitio de destino. Esto indica que el turista real consumidor turista potencial es quien, localmente, establece el tiempo que cada producto puede entrar al mercado porque después que se fue, el que lo suplante ya integra otro mercado que debe ser informado y conquistado en el corto tiempo que permanecerá en el lugar visitado”.¹⁵

Por tanto, se trata de variables para nada simples en su análisis, pero que de todas formas orientan en relación al comportamiento del consumidor turístico, y que debe ser aprovechado con el mayor acierto por los agentes que concurren al mercado con la oferta turística. Sobre el comportamiento del consumidor turístico, se desarrollará un subtítulo completo para su mejor comprensión, explicando en el siguiente apartado las características de la segmentación del mercado.

¹³ Ídem.

¹⁴ BOULLÓN, Roberto, Op. Cit., pág. 34.

¹⁵ *Ibidem*, pág. 35.

1.2.4 Estructura del mercado turístico

La estructura del mercado se refiere al ámbito competitivo en el cual los compradores y vendedores de un producto operan comúnmente, se identifica cuatro tipos diferentes de estructura de mercado: la competencia perfecta en un extremo, el monopolio en el otro extremo, y la competencia monopolística y oligopolio en el medio.¹⁶

La competencia perfecta. Es un tipo de mercado en el que existen numerosos vendedores y compradores que están dispuestos a vender o comprar libremente entre ellos, productos o servicios que son homogéneos o iguales en un mercado dado, sin tener influencia distinguible en el precio. En el servicio turístico, las agencias de viajes (Ofertantes) se encuentran dentro de la competencia perfecta, ya que estas empresas brindan distintos servicios de paquetes turísticos abarcando de esta manera una gran cantidad de personas (Demandantes), que adquieren libremente este servicio sin interferir el precio, ya que por ser paquetes similares, cada una de las empresas fija su precio en base al de su competencia.

Monopolio. Surge cuando hay barreras de entrada muy sólidas que protegen al único participante y que impiden la entrada de nuevos competidores. Se debe tener en cuenta que en dicho mercado no existen productos sustitutivos es decir, no existe ningún otro bien por el cual se pueda reemplazar sin ningún inconveniente y, por lo tanto, este producto es la única alternativa que tiene el cliente para comprar.¹⁷ El monopolista controla la cantidad de producción y el precio. Pero eso no significa que pueda cobrar lo que quiera si pretende maximizar los beneficios.

La competencia monopolística. ocurre cuando un gran número de vendedores produce bienes diferenciados en el sentido que sus características importantes varían, es decir que son relativamente parecidos con los otros y debido a esta diferenciación se fija un precio manteniendo siempre un control que no sobresalga de los competidores.

¹⁶ CANELOS, Ramiro: Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios, Pag. 42

¹⁷ *Ibidem*, Pag.43

En el servicio turístico, las empresas que ofrecen paquetes venden un servicio similar pero no idéntico, que permite tener cierto grado de control sobre los precios que cobran. La cuestión clave en este caso es que se presenta una diferenciación del servicio; es decir, un servicio en particular, dependiendo del proveedor, puede tener variaciones que le permitan ser, en algún aspecto, diferente a los demás servicios similares ofrecidos por otras empresas. Sin embargo, la existencia de muchos sustitutos cercanos limita en forma importante el poder de "monopolio".¹⁸

Las características que debe cubrir cada uno de los mercados de competencia monopolista son:

- La competencia no se basará en los precios, sino en otros valores agregados, como pueden ser: la calidad del producto, el servicio durante la venta o posventa, la ubicación y el acceso al público, etc.
- La publicidad debe tomar especial importancia, dado que todos los competidores poseen cierto grado de poder monopolístico, un proceso de publicidad y promoción de bienes le representará un incremento de las ganancias.
- Los competidores mantienen una estrecha comunicación, ya sea directa o indirecta.

Oligopolio. Este caso se da cuando existe un número pequeño de empresas de un mismo sector, las cuales dominan y tienen control sobre el mercado. Una de las barreras de entrada más comunes que se impone, es la cantidad de dinero para ingresar a ese selecto grupo. Ante la existencia de productores tan poderosos en el mercado, un nuevo productor que desee ingresar a él necesitaría una cantidad muy grande de dinero que le permitiera competir sin ser eliminado tempranamente del mercado.¹⁹

¹⁸ MOCHON, Francisco, Principios de Economía, Pg. 91.

¹⁹ CANELOS, Ramiro: *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios*, Pág. 43.

1.2.5. Segmentación del mercado

1.2.5.1 Descripción básica de la segmentación

La segmentación es un proceso que divide el mercado total en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de vendedores que se enfocan y se orientan para servir a un grupo de personas llamados clientes.

En el servicio turístico no es suficiente ofrecer un servicio y venderlo: se debe conocer cuáles son los deseos y necesidades del consumidor. Esto implica un proceso de clasificación en grupos determinando sus características y necesidades, para luego satisfacerlo por medio de combinaciones mercadotécnicas adaptadas al usuario para cubrir sus requerimientos. Considerando estos puntos importantes este mercado ha sido segmentado de la siguiente manera:

Familias. Las familias típicas, compuestas por padre, madre e hijos, sienten continuamente la necesidad de vacacionar sea en temporada de vacaciones, feriados u ocasiones especiales familiares, por lo que se convierten en un segmento potencial de mercado para la oferta turística, ya que se ven en la necesidad de contratar paquetes que cubran sus expectativas y satisfagan sus necesidades, esto independientemente de que sean trabajadores asalariados o propietarios de pequeños negocios.

Grandes y medianas empresas. En el caso de las grandes y medianas organizaciones productivas, intermediarias (comercio) o financieras, se inserta el mayor segmento de consumidores, sobre todo en aquellos con un número significativo de personal (50 trabajadores para arriba), pero el interés principal de la empresa está en los mandos jerárquicos ejecutivos, es decir, gerentes, subgerentes, directores, jefes de sección, supervisores y otros de los mandos altos y medios de las empresas medianas y grandes del territorio nacional, considerando sus altos ingresos, tanto por su sueldo básico, comisiones, bonos, gratificaciones, premios y demás que puedan percibir según las reglas propias de la compañía para que laboren.

Clases sociales. Aparejado a las dos anteriores formas de segmentación, tenemos el de la estratificación social. En nuestro caso correspondería a la clase media-alta y alta por el tipo de servicio que se ofrece.

1.2.5.2. Distribución geográfica del mercado

Los consumidores de bienes y servicios están distribuidos en diferentes unidades geográficas como naciones, regiones, estados, municipios, ciudades o vecindarios. Muchas empresas actuales están haciendo más locales sus servicios, publicidad, promoción y actividades de venta, según las necesidades de cada una de ellas.

En el sector turístico en Ecuador, la segmentación geográfica se divide por las cuatro regiones como son: Sierra, Costa, Oriente y la Región Insular, las cuales cada una de ellas presenta diversos lugares a ser visitados sea por vacaciones o por negocios.

Por otra parte, vemos que el Ecuador ocupa un territorio de 256.370 km², en el que actualmente existen aproximadamente 14,2 millones de habitantes, de los cuales el 50% de la población se encuentran en la Región Costa, el 44,3% en la región Sierra y el porcentaje restante en las regiones Amazónica e Insular.²⁰ Por su parte, Quito en el 2009 tuvo una población de 2.122.594 compuesta de la siguiente manera: área urbana están 1.599.361 habitantes y área rural 523.233 habitantes. La población urbana dentro del rango de 28 a 64 años de edad en el cantón Quito es del 48%, es decir 767.693 pobladores,²¹ de los cuales según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en la Encuesta Nacional de ingresos y gastos de los hogares urbanos realizados en el año 2003 el 22% son hogares, con un promedio de integrantes de 3.8 personas, es decir 168.892 hogares urbanos (767.693 x 22% = 168.892).

- **Mercados abiertos:** Son aquellos donde se realiza el libre juego de la oferta y la demanda, todas las personas tienen acceso a este y en su mayoría hay fluctuaciones de precio debido a que todos los participantes buscan su benéfico, en su mayoría hay una apariencia de noción de ganga. Dentro de estos mercados se encuentran las

²⁰ INEC: Censo Nacional Proyecciones de la población, 2010, pág. 1.

²¹ Ídem.

agencias de viajes ya que existen una gran cantidad de empresas que ofrecen paquetes turísticos y a su vez gran cantidad de turistas quienes hacen uso de estos paquetes.

- **Mercados cerrados:** Se caracteriza por su exclusividad, se encuentra constituido por medio de requisitos legales y económicos; En este también se encuentra el libre juego de oferta y demanda, siendo sus utilidades riesgosas es decir pueden multiplicarse o quedar en cero.

1.2.5.3. Determinantes del mercado turístico

Las vacaciones. Es la disposición relativamente prolongada de tiempo que dispone un individuo o un grupo, y que sirve para programar y ejecutar actividades alternativas a las rutinarias tareas laborales, educativas o domésticas.

Tiempo libre. Ya señalado en páginas anteriores, es la cantidad de horas, días e incluso semanas de que puede disponer una persona para disponer en las actividades que más le agradan. Generalmente, este tiempo se da los fines de semana, pero las vacaciones, señaladas anteriormente, también se constituyen en un importante espacio de que pueden disponer las personas, especialmente para viajar.

Dinero. Es la cantidad de efectivo (o crédito) que puede disponer un individuo o su familia para presupuestar las actividades a desarrollar.

Sitios turísticos. Son los lugares que tienen una serie de recursos y/o atractivos turísticos que capturen el interés de los individuos o grupos familiares.

La unión familiar. Es fundamental para programar actividades en conjunto, pues a mayor número de personas involucradas, mayores las posibilidades de ofrecer servicios turísticos rentables.

Políticas públicas de incentivo al turismo interno. Son importantes las campañas gubernamentales que incentivan el turismo interno, lo cual significa no sólo el mejor aprovechamiento de los recursos naturales y culturales para desarrollar actividades turísticas, sino también una valiosa oportunidad para las empresas para ofertar sus servicios.

1.3 Síntesis Estadística del turismo ecuatoriano 2004 – 2008

El Ministerio de Turismo difundió el año 2009 su "Boletín de Estadísticas de Turismo 2004 - 2008", documento que contiene importante información producida por instituciones vinculadas a la actividad turística en el territorio continental e insular del país. En este boletín se observa que “Dentro de las referencias básicas sobre estadísticas de turismo, que se incorporan con fines de comparación internacional, recomendadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), y que conforman el Sistema de Estadísticas de Turismo, en el presente Boletín Turístico se encuentran registros sobre el turismo receptor, el turismo emisor y el turismo interior, junto con Indicadores económicos y Servicios turísticos”.²² Estos datos son presentados brevemente en la nota citada, resaltando:

“Según los datos de Turismo Receptor, que se refiere al turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia el Ecuador en el año 2008 registró, un total de 1'005.297 llegadas de extranjeros al país, que representa un incremento del 7% con relación al año 2007 y determina un crecimiento promedio anual del 5% en el quinquenio 2004 – 2008”.²³ Es decir, existe un incremento gradual, y aunque moderado, es sostenible en el tiempo, constituyéndose una importante oportunidad que se presentó para los negocios turísticos el año 2009.

La referida fuente informa además que “Durante este período también hubo un crecimiento sostenido de los ingresos por concepto de turismo, que en el 2004 registró 464,3 millones de dólares y en 2008, 745,2 millones por este concepto; mientras que los egresos en el 2004 fueron de 576,9 millones de dólares y en el 2008 789,4 millones de dólares. Comparando los dos conceptos se determina que en el 2004 hubo un saldo

²² Ministerio de Turismo-Austro: *Boletín de estadísticas de turismo 2004 – 2008*, 7 de abril de 2010, disponible en: http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=784&Itemid=99

²³ Idem.

negativo de 112,6 millones y en el 2008, esta saldo también negativo fue de 44,2 millones de dólares”.²⁴ Estos datos indican la curva progresiva de las utilidades que percibió el sector turístico, y aunque todavía negativa, la brecha entre ingresos y egresos se redujo el año 2008 respecto a 2004.

En cuanto al Turismo emisor, se tiene que “Los principales mercados emisores de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia, en este caso, Ecuador se encuentran en países ubicados en el continente americano, con la importante participación relativa de Estados Unidos, Colombia y Perú , países que contabilizan un aporte del 24.31%, 19.94% y 14.66% respectivamente. Por su parte el continente europeo mantiene una cuota significativa, pues la participación porcentual de visitantes de España, Reino Unido y Alemania registran el 4.97%, 2.50% y 2.41% de participación en su orden”.²⁵ Este dato es complementario a los anteriores, y sólo identifica la relación porcentual de los países de origen de los turistas que visitan el país.

Sobre el Turismo interior, tenemos los siguientes datos: “...el año 2008 fueron transportados 3'027.534 pasajeros, cifra que al relacionarla con el año 2007, demuestra un crecimiento del 7%, siendo las rutas Quito - Guayaquil -Quito; Quito - Cuenca- Quito, y Quito - Manta - Quito, las de mayor demanda, aportando con el 45,9%, 10,8% y 9% en su orden, mientras que las demás rutas en su conjunto representan el 34,2% de la transportación nacional”.²⁶ Con estos datos se aprecia que Quito y Guayaquil son los principales destinos del turismo interno o interior, y que el año 2009 se presentó como un escenario propicio para incrementar el flujo de turistas a la capital del país.

Sobre los indicadores económicos más importantes del sector, la fuente consultada informa que “La planta turística instalada en el país toma como base los registros del catastro de establecimientos turísticos que el Ministerio de Turismo consolida a nivel nacional en sus diferentes actividades, tipos y categorías. Los establecimientos turísticos registrados en el año 2008 ascienden a 15.700; existiendo un incremento del 29.4% en el período 2004- 2008; estos establecimientos generan 84.668 empleados directos de los cuales el 54,2% corresponde a hombres y el 45,8% a mujeres; resaltando que del total un

²⁴ Ídem.

²⁵ Ídem.

²⁶ Ídem.

57,9% está empleado en la actividad de comidas y bebidas; el 28,2%, en alojamiento y el 13,9%, en otras actividades turísticas”.²⁷ De estos datos, se debe destacar el incremento que presenta el número de hoteles y otras casas de hospedaje en el país.

1.4 Recurso, atractivo y destino turístico

En cuanto a los recursos y atractivos turísticos, se tiene:

Los recursos turísticos “son aquellos lugares, objetos y acontecimientos capaces de atraer al visitante, pero por sus características actuales (falta de puesta en valor), no tienen las condiciones para hacer efectivo el desplazamiento del turista, sin embargo forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a los atractivos y están disponibles para ser utilizados turísticamente en un futuro, una vez que los recursos sean puestos en valor y que con ello se logre que sean atractivos para el turista”.²⁸ Es decir, la identificación de un recurso turístico es el paso previo a la definición del mismo como atractivo turístico, y la especificación de la cita respecto a que se trata de lugares, objetos o acontecimientos, indica que la celebración del Bicentenario del Primer Grito de Independencia ingresa en la categoría “acontecimientos”, y su puesta en valor por el poder público, con los actos programados para la ocasión, la declaración del feriado y otros, posibilitó que se constituyera en un atractivo turístico, conforme se describe a continuación.

Por atractivos turísticos entenderemos “...aquellos lugares, objetos y acontecimientos efectivos o potenciales cuyas relevantes características naturales o culturales son capaces de atraer interés del turista por si solo o en conjunto con otros atractivos turísticos y motivar su desplazamiento actual o futuro”.²⁹ En el caso del acontecimiento que se analiza, éste sólo pudo darse en un momento: agosto de 2009, y para el futuro tocaría esperar otro centenario, un cincuentenario o sesquicentenario para celebrar, con el nombre que corresponda. Entonces, se trata de un atractivo turístico que sólo fue posible en un momento dado, y su relevancia se pondrá de manifiesto al analizar los datos sobre el flujo de turistas en las referidas fechas festivas.

²⁷ Ídem.

²⁸ VICEMINISTERIO DE TURISMO, “Manual de inventariación turística: Metodología de inventariación”, Pub. VMT, La Paz, 2000, Pág. 1.

²⁹ Ídem.

Por último, sobre la categoría “destino turístico” vemos que éste “es aquel lugar específico que recibe la visita de turistas atraídos por los atractivos concretos que puede ofrecer, y que pueden ser festividades religiosas, en las que se ejecutan danzas autóctonas, se ofrecen platos exóticos y otras manifestaciones culturales, o bien tienen una vista paisajística y otros componentes naturales que hagan única a determinada ubicación geográfica.”³⁰ En este caso, el destino turístico resulta ser la provincia Pichincha, y específicamente el Distrito Metropolitano de Quito, pero que beneficia al resto de la provincia, por cuanto si bien los actos centrales se desarrollaron en el centro histórico de la ciudad, los visitantes y turistas tenían la opción de conocer otros cantones y parroquias.

En subtítulos posteriores se explicará con mayor detalle las características que tuvo el Bicentenario para constituirse en un atractivo turístico.

1.5 Comportamiento del consumidor

1.5.1 Concepto de comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor es “el proceso de decisión que siguen las personas cuando buscan, compran, usan, evalúan y desechan productos y servicios que satisfagan su necesidad”.³¹

Según Solomon, este concepto da cuenta de la importancia del comportamiento del consumidor, en tanto constituye un subconjunto del comportamiento humano que se encuentra influenciado por diferentes factores que se clasifican en influencias internas e influencias externas, tomando en cuenta para la investigación un solo factor externo, que engloba todo, como es la cultura, y divide las influencias internas en cuatro factores: motivación, percepción, actitudes y comunicación. En cuanto al desarrollo y la consolidación de esta disciplina, Rivas y Nogales afirman:

“La consolidación de los estudios del Comportamiento del Consumidor como disciplina autónoma e independiente es un fenómeno de los años sesenta, fundamentalmente explicado por el avance y desarrollo conseguido en las Ciencias

³⁰ CARDENAS TABARES, Fabio; Op. Cit., Pág. 47.

³¹ SOLOMON, Michael: *Comportamiento del consumidor*, Edit. Prentice Hall, México, 1997, Pág. 120.

del Comportamiento y por el intento de alcanzar una más científica dirección comercial. Es importante destacar que esta situación únicamente ha podido producirse a partir de la incorporación al área de todas aquellas construcciones, ideas, conceptos o teorías que han ido apareciendo en diferentes entornos investigadores. El Comportamiento del consumidor no podrá avanzar sin las aportaciones de disciplinas como la teoría Económica, la Psicología, la Sociología o incluso la Antropología y la Medicina, y sin el apoyo de las técnicas instrumentales como la estadística o la informática”.³²

Es fundamental comprender la relación que tiene esta disciplina con otras disciplinas científicas, pues como toda ciencia o rama de las ciencias, no puede desarrollarse en forma aislada.

Schiffman y Kanuk, por su parte, consideran que “El término comportamiento del consumidor se refiere a la conducta que los consumidores tienen cuando buscan, compran, usan, evalúan y desechan productos y servicios que esperan que satisfagan sus necesidades. El estudio del comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzos) en asuntos relacionados con el consumo. Esto incluye el estudio de *qué* es lo que compran, *cuándo* lo compran, *dónde* lo compran, con *qué frecuencia* lo compran, y qué tan frecuentemente *lo usan*”.³³

Es decir, el conocimiento del comportamiento del consumidor es vital para toda organización, ya que permite identificar los rasgos principales de su cliente, así como los factores externos e internos que lo motivan a adquirir determinado bien o servicio. Cuando se habla de organización, se habla por lo general de una empresa. En este caso, además de referirnos a las organizaciones, debemos referirnos a los sectores que hay en la economía de toda sociedad, como es el turismo, que engloba varias actividades específicas, y como es el caso que ocupa a esta investigación, el sector de las artesanías está relacionado con los turistas.

³² RIVAS JAVIER, Alonso, NOGALES FERNÁNDEZ Angel, *Comportamiento del consumidor*, Edit. ESIC, Madrid, 1999. Pág. 40.

³³ SCHIFFMAN, León, KANUK, Leslie Lazar. *Comportamiento del Consumidor*, Edit. Prentice Hall, México, 1997, Pág. 7.

Además de lo señalado, existe en Internet una serie de documentos que compendian diversas publicaciones especializadas en el tema. Así, tenemos el caso del Journal of Consumer Marketing, que presenta la información básica sobre el libro Comportamiento del Consumidor en Turismo en los siguientes términos:

“El análisis del comportamiento del consumidor requiere la consideración de los variados procesos internos y externos de los individuos. Para entender el comportamiento del consumidor, es necesario examinar la interacción compleja de varios elementos que influyen en este proceso. El estudio con determinantes del comportamiento, cultura e influencia de grupos de referencia, las relaciones entre los individuos y su medio ambiente, percepción de riesgos y los procesos de decisión de la familia. El estudio concluye con un modelo ilustrativo del comportamiento del turista”.³⁴

1.5.2 Importancia del conocimiento del comportamiento del consumidor

Según Blackwell y otros: “...La capacidad de una empresa para atraer consumidores, satisfacerlos, retenerlos y venderles más afecta de manera importante la rentabilidad de la empresa. Con sus votos, los consumidores determinan a las personas que tendrán buenos o malos trabajos, y a quiénes no tendrán trabajo”.³⁵

Por tanto, el conocimiento del interés y razonamiento del consumidor es un instrumento valioso para el crecimiento de la organización, ya que el cliente o consumidor es la razón de existencia de toda empresa o institución. La satisfacción de las necesidades al gusto del consumidor posibilita que éste se convierta en un cliente habitual, que adquiera más productos o servicios de la empresa y que también lleve ahí a sus amigos, parientes o compañeros de estudio y trabajo, ya que el consumidor satisfecho es un consumidor agradecido y recomienda a la organización que supo entender sus necesidades y satisfacerlas. Lo propio ocurre en el caso del turismo, que se desarrolla a partir de la elección de un destino turístico específico que realizan las personas, y que exigirá de éstas una serie de gastos para satisfacer sus deseos y necesidades relativas al ocio.

³⁴ MOUTINHO, Luiz: Consumer Behaviour in Tourism (Comportamiento del consumidor en turismo), Journal: European Journal of Marketing, Year: 1987, Volume: 21, Number: 10 DOI: 10.1108/EUM000000004718, Publisher: MCB UP Ltd, Journal disponible en: <<http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldAbstractOnlyArticle/Articles/0070211001.html> ISSN: 0736-3761>

³⁵ BLACKWELL, Roger D. y otros: *Comportamiento del consumidor*. Edit. Thompson, México, 2002, Pág. 9.

Asimismo, se debe tomar en cuenta que “...conocer por qué y de qué manera las personas consumen productos ayuda a los mercadólogos a comprender cómo mejorar los productos existentes, qué productos se necesitan en el mercado y cómo atraer consumidores para que adquieran sus productos. En esencia, el análisis del comportamiento del consumidor ayuda a las empresas a saber cómo satisfacer al cliente e impactar de manera directa los ingresos de las empresas”.³⁶ En este caso, el sector de los artesanos podría beneficiarse de manera importante al conocer los gustos, intereses y motivaciones que mueven a los turistas a adquirir sus productos artesanales.

Por otra parte, es importante mencionar la diferencia entre consumidor y usuario. Schiffman y otros: indican al respecto: “La persona que compra un producto no siempre es la usuaria, o la única usuaria, del producto en cuestión. Ni es el comprador necesariamente la persona que toma la decisión de compra. Una madre puede comprar juguetes para sus hijos (que son los usuarios); puede comprar comida para la cena (y ser una de los usuarios); puede comprar una bolsa de mano (y ser la única usuaria). Puede comprar una revista que le pidió uno de sus hijos adolescentes, rentar un video que quería su marido, o en conjunto con su marido pueden comprar una camioneta que ambos seleccionaron. Es claro, que los compradores no siempre son los usuarios, o los únicos usuarios, de los productos que compran, ni son necesariamente las personas que toman las decisiones de selección de productos”.³⁷

Es decir, el investigador del comportamiento del consumidor debe tomar en cuenta las diferencias que hay entre una persona que consume o adquiere un producto o servicio, y el usuario final de este producto o servicio, observando sus diferencias y tomándolas en cuenta para elaborar estrategias apropiadas en el futuro, por ejemplo: un turista puede comprar una chaqueta artesanal para obsequiarla a su hermana que vive en otro país, y no necesariamente será él el usuario.

Otro elemento importante que se debe tomar en este punto es la compra. John O’ Shaughnessy afirma al respecto:

³⁶ *Ibidem*, Pág. 10.

³⁷ SCHIFFMAN, León, KANUK, Leslie Lazar. *Op. Cit.* Pág. 8.

“La compra es una actividad intencional, motivada y dirigida por la creencia de que las consecuencias de la compra será una vida mucho más feliz. Pero se tienen pocas orientaciones sobre cómo conseguir la felicidad –y no cabe duda de que los consumidores no tienen ninguna orientación sobre qué deben comprar para alcanzarla-. Sin embargo, las compras del consumidor persiguen algunos objetivos vitales que reflejan una imagen de un buen nivel de vida”.³⁸

Es evidente, como se observa en esta cita, que el acto cotidiano de comprar puede encerrar mucho más que la simple transacción de dinero y la consecuente entrega de una mercancía. Según el autor consultado, tiene que ver con la naturaleza humana, proclive a encontrar la felicidad en actos cotidianos, de los cuales la compra es tan sólo una actividad más. De esta forma, en palabras de O’ Shaughnessy, la gente es sensible a los contrastes en la condición humana; por consiguiente, prefiere ser o estar:³⁹

- Sana y no enferma
- Llena de vida y no triste o perezosa
- Amada y admirada y no odiada y evitada.

Finalmente, Rolando Arellano afirma: “Es posible decir que el consumidor constituye el elemento más relevante de la teoría del marketing, puesto que esta concepción establece la diferencia entre la orientación comercial hacia la producción o la venta y dirigida hacia el mercado. La orientación hacia la venta o la producción parte de la consideración de la capacidad que poseen los individuos o las empresas para producir un bien o un servicio y luego buscar a quienes se les puedan transferir comercialmente. En cambio, en la orientación hacia el marketing, se parte del polo opuesto, debido a que primero se averigua cuál es la necesidad que los individuos desean satisfacer, para luego buscar la manera de producir los bienes y servicios que podrán satisfacerla”.⁴⁰

De esta forma, la orientación del interés hacia el consumidor posibilita que las estrategias se desarrollen sobre la base de los requerimientos, necesidades y deseos de los consumidores.

³⁸ O’ SHAUGHNESSY, John; *Por qué compra la gente*. Ediciones DIAZ SANTOS, S.A. Madrid, 1989, Pág. 9.

³⁹ Ídem.

⁴⁰ ARELLANO C., Rolando; *Marketing: Enfoque América Latina*. Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México, 2001, Pág. 69.

1.5.3 Modelo del proceso de decisión del consumidor

Para Blackwell y otros, el proceso de decisión del consumidor sigue los siguientes pasos:

- **Reconocimiento de la necesidad.** “El punto de partida de cualquier decisión de compra es una necesidad (o problema) del cliente. Ocurre el reconocimiento de la necesidad cuando un *individuo* siente la diferencia entre lo que percibe como el ideal, en relación con el estado real de las cosas [...] Los consumidores compran cosas cuando creen que la capacidad de un producto para resolver un problema vale más que el costo de adquirirlo y, por tanto hacen del reconocimiento de una necesidad no satisfecha el primer paso en la venta de un producto”.⁴¹ En el caso de los turistas que visitaron la capital ecuatoriana en ocasión del bicentenario, la necesidad más importante no podría ser fácilmente identificada, pues si bien es previsible que varios de ellos quisieran participar del momento histórico que se vivía, también es factible que lo hicieran aprovechando el feriado, a fin de romper su rutina.
- **Búsqueda de información.** “Una vez que ocurre el reconocimiento de la necesidad, los consumidores empiezan a buscar información y soluciones para satisfacer sus necesidades no satisfechas. La búsqueda puede ser **interna**, recuperando conocimientos de la memoria o quizás de tendencias genéticas, o puede ser **externa**, recolectando información de sus iguales, de la familia o del mercado. Algunas veces los consumidores buscan de una manera pasiva simplemente siendo más receptivos a la información que los rodea, en tanto que en otras ocasiones entran en un comportamiento de búsqueda activo, como investigar publicaciones para el consumidor, fijándose en los anuncios, buscando en la Internet, o aventurándose en los centros comerciales o a otros puntos de venta de menudeo”.⁴² La búsqueda de información en este caso puede ser simple, pues se trata del turista, nacional o extranjero, que se entera de las actividades que se desarrollan en la ciudad en ocasión de conmemorarse el bicentenario, o que llega

⁴¹ BLACKWELL, Roger D. y otros: *Op. Cit.*, Págs. 71-72.

⁴² Ídem., Págs. 73-74.

por sus medios a la ciudad de Quito, y se limita a escudriñar en las vías por las que transita cualquier artículo que pueda llevarse, sea un llavero, una prenda de vestir, un bolsón de hilo tejido o una pieza de madera tallada en alusión a la ciudad que visita, o en algunos casos, a la fecha que se conmemoraba.

- **Evaluación de alternativas antes de la compra.** “La siguiente etapa del proceso de decisión por parte del consumidor es la evaluación de las opciones alternativas que se han analizado en el proceso de búsqueda, en esta etapa, los consumidores buscan respuestas a preguntas como: ¿‘Cuáles son mis opciones’? y ¿‘Cuál es la mejor’?, al comparar, contrastar y seleccionar de entre varios productos y servicios. Los consumidores comparan lo que saben respecto de diferentes productos y marcas con lo que ellos consideran de mayor importancia y empiezan a reducir el campo de alternativas, antes de decidirse finalmente a comprar una de ellas.”⁴³ Esta evaluación tiene que ver con diferentes elementos, entre los que cabe citar: el precio, la calidad del servicio, el trato e información que reciben del servidor, entre otros.
- **Compra.** “La siguiente etapa del proceso de decisión del consumidor es la compra. Después de decidir si compran o no, los consumidores se mueven a través de dos fases. En la primera fase, prefieren un minorista de otro (o alguna otra forma de menudeo como catálogos, ventas electrónicas por medio de la TV o la PC o ventas directas). La segunda fase involucra elecciones en la tienda, influidas por los vendedores, los despliegues del producto, los medios electrónicos y la publicidad en puntos de compra...”⁴⁴ La compra es el fin deseable, desde la perspectiva del operador turístico, pero es una decisión sujeta a varias consideraciones por parte del turista, y que éste, como se mencionó anteriormente, evaluará las distintas variables que se ajusten a sus gustos, expectativas, intereses y motivaciones.
- **Consumo.** “Una vez hecha la compra y el producto en posesión del consumidor, puede ocurrir el consumo: el momento donde los consumidores utilizan el producto. El consumo puede ocurrir de inmediato o posponerse. Por ejemplo, si un consumidor ve una promoción de alimentos congelados, el o ella pudieran

⁴³ *Ibidem*, Pág. 76.

⁴⁴ *Ibidem*, Pág. 79.

“comprar” el platillo, adquiriendo más de lo que se puede utilizar en el tiempo normal de consumo. Esto requiere que los consumidores “almacenen” los productos en los congeladores o las estanterías de su alacena. La forma en que los consumidores utilizan los productos también afecta lo satisfechos que están con sus compras, y lo más probable es que adquieran dicho producto también puede determinar su duración antes de se requiera hacer otra compra. No solo se llama atención al consumo “de seguridad” (una característica sobresaliente), sino que también resalta el beneficio hedonístico del consumo (sensación de viva emoción).⁴⁵ El consumo no se da de forma inmediata a la compra en todos los casos, sino que dependerá de una serie de circunstancias. En el caso de estudio, el consumo es inmaterial, pues un servicio no se gasta con su uso, es intangible, pero sin lugar a dudas ese consumo se produce.

- **Evaluación posterior al consumo.** “La siguiente etapa en la toma de decisiones del consumidor es la etapa posterior al consumo, en la cual los consumidores experimentan una expresión de satisfacción o de falta de satisfacción. Ocurre *satisfacción* cuando las expectativas del consumidor coinciden con el desempeño percibido; pero cuando las experiencias y el desempeño se quedan cortas en comparación con las expectativas, viene la *falta de satisfacción*. Si el consumidor está altamente satisfecho, las decisiones subsecuentes de compra se hacen más breves. A los competidores, en su mayor parte, les cuesta mucho trabajo tener acceso a las mentes y procesos de decisión de clientes satisfechos, porque éstos tienen tendencia a comprar la misma marca en la misma tienda. Pero los consumidores insatisfechos o no satisfechos de los productos que compran o con las tiendas donde compran son frutos maduros para cosecharse utilizando estrategias de mercadotecnia de competidores que prometen algo mejor”.⁴⁶ En esta etapa, los turistas expresan su satisfacción o insatisfacción por el servicio recibido, y en el caso de que regresen al país, dicha satisfacción o insatisfacción se materializará.
- **Descarte.** “El descarte es la última etapa en el modelo del proceso de decisión por parte del consumidor. Los consumidores tienen varias otras opciones, incluyendo la

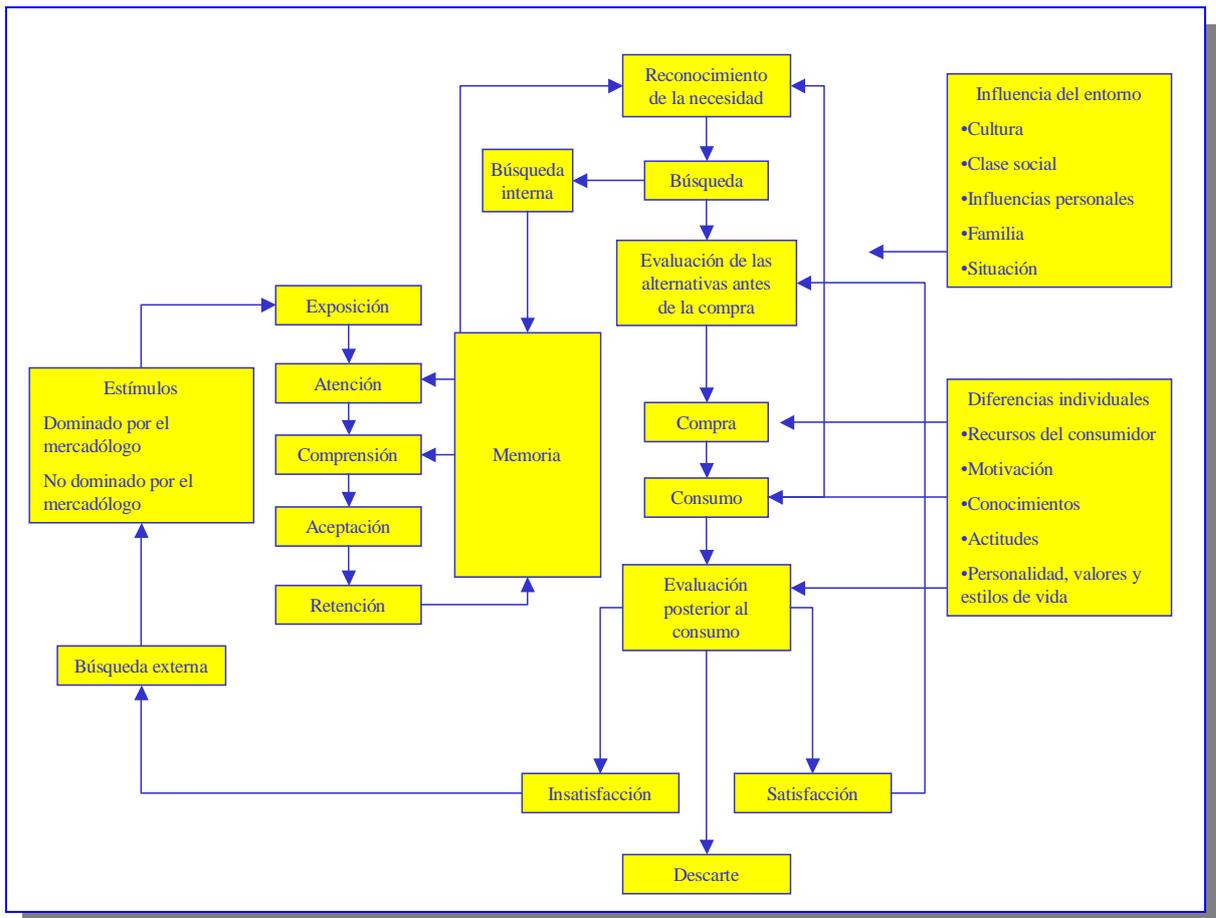
⁴⁵ Ídem, Pág. 80.

⁴⁶ Ídem.

disposición en el acto, el reciclado o la reventa.”⁴⁷ El descarte se da una vez que el producto ha sido consumido, y en el caso de estudio, simplemente se daría con la no utilización del servicio en el futuro.

El siguiente esquema del proceso de consumo, contenido en el texto de Blackwell y otros, ilustrará lo explicado hasta este momento:

Esquema N° 1.2. Desglose del proceso de decisión del consumidor



Fuente: BLACKWELL, Roger D. y otros: *Op. Cit.*, Pág. 81.

⁴⁷ Ídem., Pág. 82.

1.5.4 Variables que afectan el proceso de decisión

La toma de decisiones del consumidor está influenciada y modelada por diversos factores y determinantes que deben ser incluidas en estas tres categorías: 1) Diferencias individuales, 2) influencias del entorno y 3) procesos psicológicos.⁴⁸ Estas variables son descritas en las siguientes páginas.

1.5.4.1 Diferencias individuales

Según Blackwell y otros, “Cinco clases principales de diferencias individuales afectan al comportamiento: 1) demografía y psicografía, valores y personalidad; 2) recursos del consumidor; 3) motivación; 4) conocimientos; 5) actitudes”.⁴⁹ Estas diferencias son explicadas a continuación.

Demografía, psicografía, valores y personalidad. “La forma en que difieren las personas afecta los procesos de decisión y el comportamiento de compra [...] Estas variables incluyen lo que se conoce como *investigación psicográfica*, útil examinar a fondo los rasgos, valores, creencias y patrones de comportamiento individual que se correlacionan con el comportamiento en los segmentos del mercado”.⁵⁰

Recursos del consumidor. “Cada persona trae consigo tres recursos primarios en cualquier situación de toma de decisiones 1) tiempo 2) dinero 3) capacidades de recepción y procesamiento de la información (atención). Generalmente existen límites claros en la disponibilidad de cada uno de ellos, requiriendo por tanto alguna asignación cuidadosa”.⁵¹

Motivación. “Los psicólogos y mercadólogos por igual han llevado a cabo una amplia variedad de estudios para determinar lo que ocurre cuando se energiza y activa un comportamiento dirigido hacia una meta”.⁵²

⁴⁸ Ídem., Pág. 84.

⁴⁹ Ídem.

⁵⁰ Ídem.

⁵¹ Ídem.

⁵² Ídem.

Conocimientos. “Los conocimientos se definen como información almacenada en la memoria. Abarca un vasto abanico de elementos como la disponibilidad y características de productos y servicios, dónde y cuándo comprar, y la forma de utilizar los productos. Una meta principal de la publicidad y la venta es darles conocimientos e información relevante a los consumidores, como forma de ayudarlos en la toma de decisiones, especialmente en la resolución de problemas existentes”.⁵³

Actitudes. “El comportamiento está fuertemente influido por las actitudes hacia una marca o producto dado. Una actitud es simplemente una evaluación general de una alternativa, y va de positivo a negativo. Una vez formadas, las actitudes juegan un papel director en la elección futura y son difíciles de cambiar. Sin embargo, el cambio de actitud es una meta de la mercadotecnia”.⁵⁴

En este estudio serán analizadas las variables Recursos de consumidor (nivel de ingresos, edad), Motivación y Conocimientos (interés de viaje). Conocer los recursos del consumidor es importante para determinar los límites de su gasto, en función a lo cual el turista dispondrá de un determinado monto de dinero, tiempo y los demás elementos que componen sus recursos. En cuanto a la motivación, vemos que es importante comprender el interés del turista por los actos programados para la conmemoración del bicentenario, y por último, los conocimientos que puede tener un turista sobre la región y las actividades que en ella se desarrollan, son importantes para determinar el interés que tendrá por conocer la historia del Ecuador.

1.5.4.2 Influencias del entorno

Los consumidores viven en un entorno complejo. Además de variables individuales, su comportamiento en el proceso de decisión se ve influenciado por factores del entorno, incluyendo: 1) cultura, 2) clase social, 3) familia, 4) influencia personal y 5) situación.⁵⁵

⁵³ Ídem., Págs. 84-85.

⁵⁴ Ibídem, Pág. 85.

⁵⁵ Ídem.

Cultura. “La cultura, como se aplica en el estudio del comportamiento del consumidor, se refiere a los valores, ideas, artefactos y otros símbolos significativos que ayudan a los individuos a comunicarse, interpretar y evaluar como miembros de la sociedad”.⁵⁶

Clase social. “Las clases sociales son divisiones dentro de la sociedad que comprenden individuos que comparten valores, intereses y comportamientos sociales. [...] Las diferencias de estado socioeconómico pueden llevar a formas diferentes en el comportamiento del consumidor”.⁵⁷

Familia. “Desde que se fundó el campo de la investigación del consumidor, la familia ha sido centro de investigación. [...] La familia es la unidad primordial en la toma de decisiones, con un patrón complejo y variable de papeles y funciones. Con frecuencia ocurren simultáneamente cooperación y conflicto, con resultados de comportamiento interesantes”.⁵⁸

Influencia personal. “Como consumidores, nuestros comportamientos en ocasiones quedan afectados por aquellos con los cuales nos asociamos de manera íntima. Esto se conoce como *influencia personal* [...] Los consumidores a menudo responden a una presión percibida que los hace ceñirse a las normas y expectativas proporcionadas por terceros, buscando y aceptando su consejo en las elecciones de compra, observando lo que están haciendo los demás, como información acerca de opciones de consumo y comparando sus decisiones con las de otros”.⁵⁹

Situación. “Los comportamientos se modifican de acuerdo con las situaciones. Algunas veces estos cambios son erráticos e impredecibles, como perder el trabajo o ser despedido, y otras veces se pueden predecir mediante la investigación”.⁶⁰

En este estudio serán analizadas las variables Cultura (nacionalidad), y Clase social (nivel de formación), tomando en cuenta que todos los turistas pertenecen a una clase social determinada, la cual aporta ciertos intereses por conocer otros países o regiones, o bien una

⁵⁶ Ídem.

⁵⁷ Ídem., Pág. 85.

⁵⁸ Ídem.

⁵⁹ Ídem.

⁶⁰ Ídem.

idea que puedan tener sobre las regiones que visitan. La familia, que es el primer grupo en el que se desarrolla todo ser humano, es la que mayor influencia tiene en los individuos, tanto en sus gustos como en sus preferencias. La influencia personal, finalmente, está marcada por aquellos grupos a los cuales el ser humano llega a pertenecer con el tiempo, entre los que destacan los compañeros de estudio y trabajo.

1.5.4.3 Procesos psicológicos que influyen en el comportamiento del consumidor

Finalmente, aquellos que deseen comprender así como influir en el comportamiento del consumidor deben tener un conocimiento práctico a fondo de los tres procesos psicológicos básicos: 1) procesamiento de la información, 2) aprendizaje y 3) cambios en la actitud y el comportamiento.⁶¹

Procesamiento de la información. La comunicación es una actividad de mercadotecnia de primera importancia, Por tanto, los investigadores de los consumidores se han interesado desde tiempo atrás en describir la forma en que las personas reciben, procesan y les dan sentido a las comunicaciones de mercadotecnia, La investigación de procesamiento de información [...] encara formas mediante las cuales la información se recupera, transforma, reduce, elabora, almacena, guarda y se recupera.⁶²

Aprendizaje. Cualquiera que intente influir en el consumidor intenta producir aprendizaje: el proceso mediante el cual la experiencia lleva a cambios en los conocimientos y en el comportamiento. Es importante el aprendizaje de la teoría [...], especialmente para aquellos productos y servicios que se compran relativamente con poca reflexión y evaluación.

Cambios en la actitud y en el comportamiento. “Los cambios en la actitud y en el comportamiento son un objetivo importante en mercadotecnia, que refleja las influencias psicológicas básicas que han sido objeto de décadas de investigación intensa”.⁶³

⁶¹ Ídem., Pág. 85.

⁶² Ibídem, Pág. 86.

⁶³ Ídem.

En este estudio se analizará la variable Aprendizaje, tomando en cuenta que los turistas llegan al país y adquieren en el tiempo de su permanencia información y conocimientos sobre las culturas ecuatorianas, los hábitos y costumbres, y también tienen la posibilidad de comparar esta información y experiencia con aquellos conocimientos que tenían previamente a su llegada.

1.6 La celebración del Bicentenario del primer grito de independencia (1809-2009) como atractivo turístico.

La construcción de la identidad regional y nacional se da a partir del reconocimiento de los hechos que marcaron la vida de una colectividad. Pocas de las civilizaciones más antiguas están aún en pie, como las culturas orientales (China, Japón, India) o el denominado Viejo Mundo (Suiza, España, Francia, Italia). En el continente americano, la serie de cambios operados a lo largo de más de cinco siglos configuraron una serie de identidades locales y regionales, con tendencias unionistas o separatistas, según las circunstancias de las diferentes épocas.

El caso de Ecuador es peculiar, pues, a diferencia de otros países de la región, no tiene una fecha única de celebración nacional, sino aquéllas que tuvieron por protagonistas a sus colectividades a lo largo del proceso emancipatorio de la corona española. En este sentido, las fiestas de las principales ciudades del país (Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, etc.), son celebradas en todo el país. Por ello, la magnificencia que se da a la conmemoración de cada una de ellas, implica la construcción de una identidad nacional, que debe ser reforzada conforme a la historia del país.

En este apartado se explicará brevemente la trascendencia de la fecha en cuestión, así como su realce y su interés para el turismo.

Así pues, Guillermo Bustos Lozano señala que “la conmemoración del Bicentenario de la Independencia ofrece una ocasión privilegiada para examinar la visión que el pensamiento histórico ha formulado, sobre un período al que el presente no cesa de reconocerle un estatus de preeminencia. Conmemorar significa recordar con el propósito de honrar el pasado de manera colectiva. Lo que honramos del pasado, según Paul Ricoeur, ‘no es el hecho de que ya no existe más, sino el hecho de que alguna vez existió’. La

comprensión del pasado precisa del análisis de las acciones humanas que allí ocurrieron y del significado que hoy les atribuimos”.⁶⁴ Esta cita es importante para entender la dimensión de la celebración del Bicentenario, por cuanto es una forma de recordar las raíces de una colectividad, una suerte de recordatorio para las generaciones actuales, las maduras y las que se van formando, de niños, adolescentes y jóvenes, que desarrollan su sentido de pertenencia y referencia cultural y colectiva.

En cuanto al significado que hoy se les atribuye, implica mucho más que el recordatorio de acontecimientos del pasado: nos recuerda las acciones de hombres y mujeres que enfrentaron un poder, un dominio, y que buscaban la emancipación de grandes colectividades humanas, el rechazo a la injerencia extranjera, y en definitiva, la capacidad de gobernarse y regirse solos. La independencia es eso: no depender de otros, ser capaces de autogobernarnos, decidir sobre nuestros recursos.

Bustos además señala: “La explicación histórica de la Independencia y su conmemoración son dos asuntos interrelacionados pero de naturaleza distinta: el primero forma parte de un ámbito de la investigación especializada, y el segundo está asociado a cómo se construye la memoria pública”.⁶⁵ Evidentemente, el interés para el presente estudio recae en la conmemoración, no así en la explicación histórica, aunque se haga forzosa referencia a la misma, pero sólo para fines de dotar del contexto necesario al estudio, y no como objeto de investigación en sí. Sin embargo, la polémica no puede estar ausente de un estudio como el que se desarrolla, por lo que brevemente se presentan los aportes de historiadores críticos frente a la conmemoración del Bicentenario. Así, tenemos a Guadalupe Soasti, quien afirma sobre el momento histórico de la independencia:

“En Quito, la población se encontraba dividida, como se ha dicho por posiciones políticas distintas. Los Montúfar y sus simpatizantes aparecían ligados a la Regencia. En cambio, quienes estuvieron apoyando a Jacinto Sánchez de Orellana, marqués de Villa Orellana, se pronunciaban a favor de la Junta Autónoma. Los sanchistas, intentaron disolver el poder de los montufaristas en la Junta Superior, y siempre fueron críticos de Carlos Montufar por su intervención militar y por conservar a toda costa su papel de

⁶⁴ BUSTOS LOZANO, Guillermo: *El Bicentenario: legados y nuevas perspectivas*, La Revolución Quiteña, Fascículo 1, copias sin referencias de edición, pág. 1.

⁶⁵ *Idem.*

Comisionado Regio para favorecer la búsqueda del apoyo a la Junta Superior. También, iniciaron una serie de jornadas que repercutieron en malestar social, al punto que desde mayo hasta octubre de 1811 se sucedieron una serie de motines de apoyo a cada uno de los dos bandos. El más nombrado fue el motín de Quito del 11 de octubre, en el cual los sanchistas forzaron la renuncia de Ruiz de Castilla como Presidente de la Junta y a la formación de una nueva Junta con el obispo José de Cuero y Caicedo como nuevo presidente. La Asamblea dominada por los montufaristas, además, eligió al marqués de Selva Alegre como Vicepresidente. El nuevo régimen consideró conveniente convocar un congreso con el fin de determinar el rumbo más apropiado del gobierno”.⁶⁶

Esta extensa cita ayuda a entender que la independencia no fue un proceso libre de disputas internas, y la visión histórica que le corresponde tampoco estuvo libre de esas disensiones, que con el tiempo devinieron en diversas interpretaciones, aunque, como indican las diferentes fuentes consultadas, prevaleció la versión oficial de los acontecimientos, lo que se constituyó en una visión escolarizada del proceso, que ocultó la participación de importantes actores sociales, como las mujeres y los negros, cual si hubieran sido espectadores de palco, a quienes no correspondiera ningún papel en este proceso histórico, pero que en las pasadas décadas fueron visibilizados por una revisión más profunda de los documentos históricos legados de aquellos turbulentos días que hoy buscamos reinterpretar en el deseo de consolidar la identidad nacional.

Guillermo Bustos añade el siguiente comentario a esta interpretación: “Para comprender cabalmente la independencia hay que analizarla como un proceso que participó de una aceleración del tiempo histórico e incluyó un conjunto de lapsos sucesivos en continua transformación, una vorágine de sucesos que se precipitaron en diferentes escenarios continentales y regionales, y que influyeron unos sobre otros. En 1809 el proceso empezó de manera muy distinta a la que concluyó en 1824. Durante la primera fase del movimiento, ningún actor podría predecir el desenlace de los acontecimientos. En 1809 nadie disponía de una brújula política ni de una hoja de ruta preestablecida. A la ‘eclosión’ de las primeras juntas [...], entre 1808 y 1810, tanto en la península como en América, le siguieron las primeras proclamas de independencia desde diferentes lugares de Hispanoamérica un año más tarde. La reacción militar inicial de las autoridades coloniales

⁶⁶ SOASTI TOSCANO, Guadalupe: *La República en el período de 1810-1812. Una mirada de la “independencia” de Quito*, en Bicentenario, Revista Afese 51 Edición Especial, Quito, Ecuador, 2009, pp. 83-84.

se dirigió a desbaratar esas primeras Juntas. Esta dinámica se reforzó a partir de 1814 y alcanzó su mayor expresión entre 1816 y 1818. A partir de esos años el curso de la guerra se definió paulatinamente desde dos extremos geográficos, Venezuela y Argentina, hasta que la emancipación tomó finalmente un curso victorioso entre 1819 y 1824”.⁶⁷

Así, con estos puntos de vista elementales, en el siguiente capítulo pasamos a analizar el comportamiento histórico de la oferta y la demanda turística en relación a las fechas conmemorativas de referencia.

⁶⁷ BUSTOS LOZANO, Guillermo: *Op. Cit.*, pág. 4.

**CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA
OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN RELACIÓN A LA FECHA
CONMEMORATIVA DE REFERENCIA**

En este capítulo se analizará el comportamiento histórico de la oferta y la demanda turística en relación a la fecha conmemorativa de referencia, considerando las tendencias registradas en los meses de julio y agosto en el período comprendido entre el 2006 al 2010.

2.1 Información estadística básica

Cuadro N° 2.1. Entradas a Ecuador 2006-2010. (Datos provisionales para el año 2010). Llegada de extranjeros

Año	2006	2007	2008	2009	2010	VAR%
Mes						2010/2009
ENE	78.856	84.070	92.378	86.544	96.092	11,03
FEB	63.408	69.534	74.174	72.742	89.912	23,60
MAR	63.504	74.929	77.946	72.226	82.421	14,12
ABR	62.108	67.788	67.557	72.910	70.538	-3,25
MAY	57.275	68.583	74.667	70.277	77.619	10,45
JUN	71.789	85.769	89.262	89.889	91.588	1,89
JUL	89.829	101.088	109.250	102.571	110.543	7,77
AGO	77.826	91.309	96.336	87.221	95.207	9,16
SEP	65.198	64.966	73.757	68.124	71.757	5,33
OCT	66.538	72.365	79.814	77.960	83.681	7,34
NOV	65.359	73.273	83.458	76.965	81.252	5,57
DIC	78.865	83.813	86.698	91.070	96.538	6,00
TOTAL	840.555	937.487	1.005.297	968.499	1.046.968	8,10

Fuente: Anuarios de Migración Internacional, Dirección Nacional de Migración (2009 - 2010). **Elaboración:** Gerencia Nacional de Planificación y Cooperación Externa, Ministerio de Turismo

Como se aprecia en este cuadro, la variación porcentual de extranjeros llegados al país durante mes de agosto en el período 2010/2009 es positiva, mientras que la única variación porcentual negativa se registra en abril, con -3,25%. Si tomamos en cuenta sólo el mes de agosto de los años 2008, 2009 y 2010, vemos una fluctuación negativa de 2008 a 2009, en tanto que la misma se vuelve positiva en 2009-2010. Este dato indica que al menos de forma general, el movimiento turístico por la conmemoración del Bicentenario no implicó la llegada de un contingente apreciable de turistas no residentes hacia el país.

2.2 Perfil del turista que visita Quito

2.2.1 El turista no residente

“El turista no residente que llega a la ciudad de Quito es generalmente hombre (56%), residente en Estados Unidos (el 31%), en España (el 7%), en Colombia (10%) y Reino Unido (4%). Además de residir en los EE UU, también tiene esa nacionalidad (el 31%), o es de nacionalidad colombiana (10%), española (7%) o ecuatoriana (5%). El principal motivo de la visita a la ciudad es el turismo recreativo (un 75%) y, en menor escala, los negocios y asistencia a eventos (4%). En su desplazamiento al país, no utiliza líneas aéreas nacionales (sólo el 5% lo hace), pues prefiere aerolíneas con bandera del país de su residencia. Su edad promedio es 45 años; y, si llega de los Estados Unidos, su edad media se sitúa en el tramo entre 51 y 65 años. Se hospeda en hoteles de lujo o de primera categoría”⁶⁸ (subrayado nuestro). En este dato resalta el hecho de que la principal motivación señalada por los turistas para llegar a Quito es la recreación, y sólo el 4% señala la asistencia a eventos como su principal motivación, lo cual, además, es compartido con los negocios, lo que deja escaso margen para que los visitantes acudan a programaciones culturales como la que se constituye en el objeto de estudio de la presente investigación. Además se confirma la nacionalidad estadounidense como la principal de los turistas que visitan Quito.

⁶⁸ EMQT, CAPTUR, HQM, AHOTP, CEPLAES: *El perfil del turista de Quito*, Volumen 3, números 9 y 10, 2009, p. 2.

2.2.2 El turista residente

Por otra parte, respecto al turista residente, tenemos:

“En el turismo emisor, el visitante se caracteriza por ser de nacionalidad ecuatoriana (91%) que hace turismo en el exterior y sale por el aeropuerto de Quito. Es hombre (en el 54% de casos), su edad promedio es 37 años; el 49% de sus viajes los realiza teniendo como objetivo el turismo de esparcimiento y, con menos frecuencia, el de realizar estudios (2%), negocios (2%), asistir a eventos (3%) u otras razones (44%) entre las que destaca la visita a familiares y amigos”.⁶⁹ Estos datos son sólo complementarios, y no inciden de forma decisiva en el tema central de estudio.

2.3 Evolución de la llegada de turistas a Ecuador entre 2006 y 2010

El siguiente cuadro contiene información estadística fundamental para el análisis en el presente estudio:

LLEGADA DE EXTRANJEROS						
	2006	2007	2008	2009	2010	VAR%
						2010/2009
ENE	78.856	84.070	92.378	86.544	96.092	11,03
FEB	63.408	69.534	74.174	72.742	89.912	23,60
MAR	63.504	74.929	77.946	72.226	82.421	14,12
ABR	62.108	67.788	67.557	72.910	70.538	-3,25
MAY	57.275	68.583	74.667	70.277	77.619	10,45
JUN	71.789	85.769	89.262	89.889	91.588	1,89
JUL	89.829	101.088	109.250	102.571	110.543	7,77
AGO	77.826	91.309	96.336	87.221	95.207	9,16
SEP	65.198	64.966	73.757	68.124	71.757	5,33
OCT	66.538	72.365	79.814	77.960	83.681	7,34
NOV	65.359	73.273	83.458	76.965	81.252	5,57
DIC	78.865	83.813	86.698	91.070	96.358	5,81
TOTAL	840.555	937.487	1.005.297	968.499	1.046.968	8,10

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2006- 2007-2009)

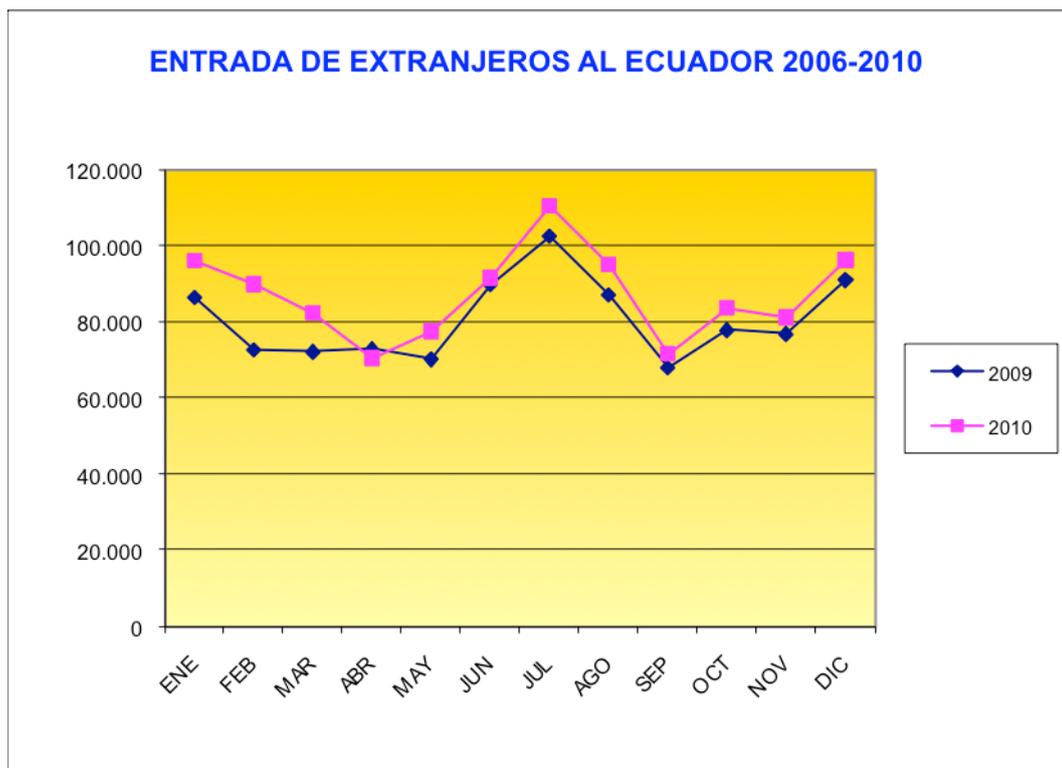
Dirección Nacional de Migración (2008 - 2010)

Elaboración: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística
Ministerio de Turismo.

⁶⁹ Idem.

De estos datos, se puede destacar que durante la gestión 2008 llegaron a Ecuador 1.005.297 turistas, 67.810 más que en el 2007 (937.487). Si observamos los datos sólo de agosto para los años 2008, 2009 y 2010, vemos que el año 2009 se produce un descenso en las cifras, en casi 10.000 turistas menos, mientras que para 2010 esta cifra se recupera, aunque no al mismo nivel de 2008, dando, de todos modos, una diferencia positiva de 9,16 en la variación 2010/2009. Para complementar la visión, tenemos el siguiente gráfico ilustrativo:

Gráfico N° 2.1. Evolución del arribo de turistas internacionales a Ecuador



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2006- 2007-2009)

Dirección Nacional de Migración (2008 - 2010).

Elaboración: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística Ministerio de Turismo.

Además, revisando otras fuentes, se observa que en términos interanuales, la afluencia de turistas en los tres primeros trimestres del 2008 aumentó respecto del 2007, en tasas decrecientes (37.9%, 27.9% y 15.3%), atenuadas ligeramente en el cuarto (15.6%), mientras que la llegada de ecuatorianos declinó en forma acelerada (-19.2%, -47.4%, -65.3% y -62.0%). La desaceleración del crecimiento de las llegadas de extranjeros y la

disminución de las de ecuatorianos fue consecuencia del incremento de tarifas aéreas derivado del aumento de los precios de los combustibles y de la inflación internacional presente entre enero y septiembre de 2008, situación agravada a fines de septiembre por la crisis financiera internacional que afectó de manera drástica el empleo y por ende el ingreso de la población en general y de los turistas de los países emisores en particular Estados Unidos de Norte América que es el principal emisor de Turistas no Residentes hacia el Ecuador.

Por los factores indicados, la evolución trimestral del 2008, en el segundo trimestre fue negativa (-5.1%) frente a la tasa positiva observada en el 2007 (+5.8%). El tercer trimestre, si bien mantuvo el sentido positivo del cambio, atenuó su ritmo de crecimiento (+14.3%) respecto del registrado en el 2007 (+28.0%). El cuarto trimestre tuvo un descenso del -12.3% relativamente menor al de igual trimestre del 2007, -13.8%.

La evolución mensual del 2008 conservó las características del año 2007. En los meses pico -junio, julio y agosto – se concentró el 30% de la afluencia de turistas frente al 32% del año precedente, febrero, por su parte, se vio favorecido por la visita de turistas que aprovecharon el descanso de carnaval, noviembre por la realización de eventos y diciembre por navidad y año nuevo.

En el semestre enero - junio del 2008, respecto de igual período del 2007, las tasas de crecimiento interanual fueron superiores al promedio anual (12.8%) mientras que de julio a diciembre los incrementos fueron menores a éste. Las tasas de crecimiento más bajas se registraron en julio (1.1%) y en diciembre (1.4%). Julio, pese al bajo incremento indicado, tuvo el mayor número de visitantes (50.484 turistas) de los dos últimos años.

La tasa promedio mensual (interanual) de arribos a Quito en el primer semestre fue 23.7% y en el segundo 5.2%. Además, pese a la crisis que afectó los desplazamientos internacionales, Quito presentó un incremento mensual permanente del número de visitas de turistas extranjeros, que dio como resultado una tasa promedio anual de crecimiento de 23.2%, respecto de los meses del 2007. Este aumento, como se anotó, fue neutralizado por la merma continua de las llegadas de los ecuatorianos residentes en el exterior, que registraron una tasa anual promedio negativa de -49.7%.

Quito, en suma, mejoró su posición como atractivo turístico de los visitantes no residentes extranjeros. Empero, también se destaca que la mayor afluencia no se da precisamente por la celebración del bicentenario, sino que esto fue un hecho de relevancia más local, y que los turistas que se encontraban ahí, eventualmente asistieron a los actos, sin que se constituyeran en su principal motivación para trasladarse a la capital ecuatoriana.

2.4 Estrategia de Mercado Interno

2.4.1 Objetivos estratégicos de mercado interno

Según el Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador, los objetivos estratégicos de mercado interno son:⁷⁰

1. Aumentar el volumen de turistas internos a nivel nacional.
2. Redistribución por tiempo y por espacio el volumen de visitantes internos a nivel nacional, tanto turistas como excursionistas.
3. Reducir el fenómeno de la estacionalidad turística a nivel nacional.
4. Impulsar a las poblaciones menos favorecidas que viven en condiciones de pobreza a realizar actividades de turismo de ocio y recreación como derecho ciudadano.

Es decir, se trata de generar las condiciones para incentivar el turismo interno del país. Estos objetivos dirigen de manera general las diferentes actividades turísticas y la oferta de turismo, tanto de aventura como cultural. Además, como apunta el documento mencionado, “el objetivo de aumentar el volumen de turistas internos a nivel nacional, se orienta a que aquellos que no viajan en el año (estimados en 70%) viajen, y así incrementen el volumen de aquellos que viajan en el año (estimados en 30%). En este sentido, el objetivo cuatro también está asociado a esta situación, ya que buena parte de las poblaciones menos favorecidas son las que no hacen turismo”.⁷¹

El objetivo de redistribuir el volumen de visitantes internos a nivel nacional, tanto turistas como excursionistas debe llevar a que los visitantes internos ecuatorianos recorran los cuatro mundos turísticos del Ecuador, distribuyendo sus vacaciones entre los distintos

⁷⁰ Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador, PIMTE 2014, p. 6.

⁷¹ Ídem.

destinos del país. El objetivo último, es engrosar el segmento de visitantes internos que visitan todo el país.

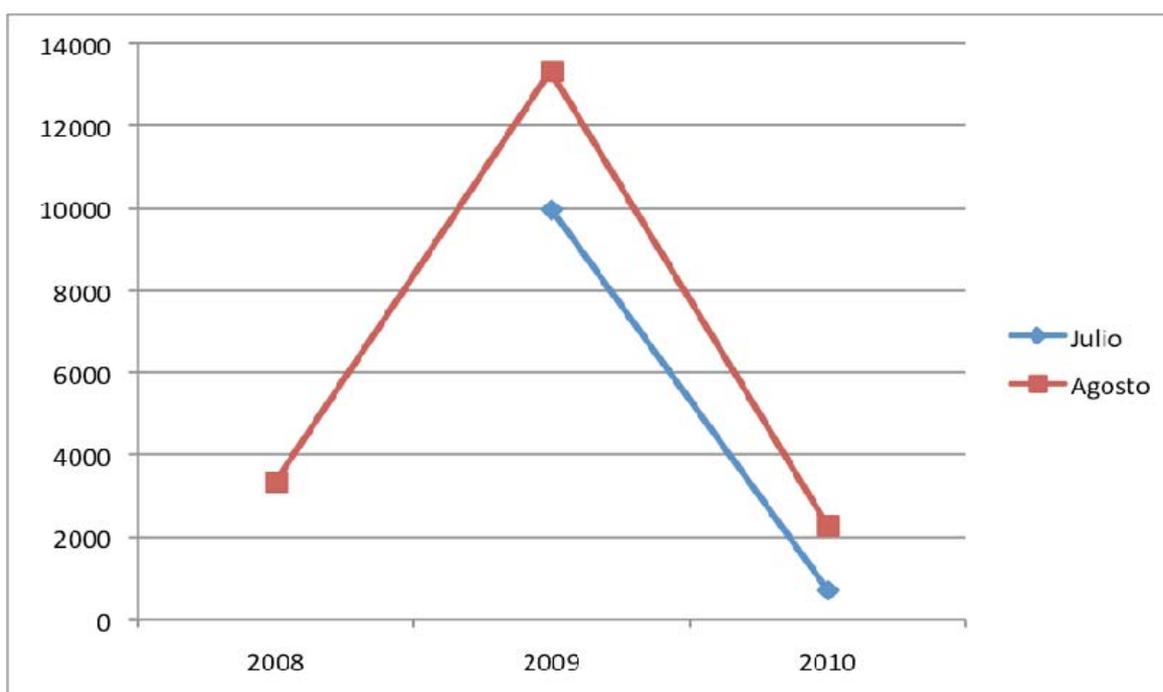
2.4.2 Evolución de las visitas a los principales museos del Centro Histórico y del Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario” en el periodo 2006-2010.

En los siguientes cuadros y sus respectivos gráficos, se aprecia la evolución de las visitas al Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario”, el Museo de la Ciudad, y el Museo Alberto Mena Caamaño en el periodo julio-agosto de los años 2006-2010, lo que permite un mejor análisis del tema de estudio.

Cuadro N° 2.2. Exposición “La Revolución Quiteña: 10 de agosto de 1809”, desde agosto de 2008 a septiembre de 2010. Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario”

	2008	2009	2010	Total
Julio		9956	708	10664
Agosto	3336	13326	2270	18932
Total	3336	23282	2978	29596

Gráfico N° 2.2. Exposición “La Revolución Quiteña: 10 de agosto de 1809”, desde agosto de 2008 a septiembre de 2010.



Fuente: Elaboración propia, en base a información provista por los museos citados.

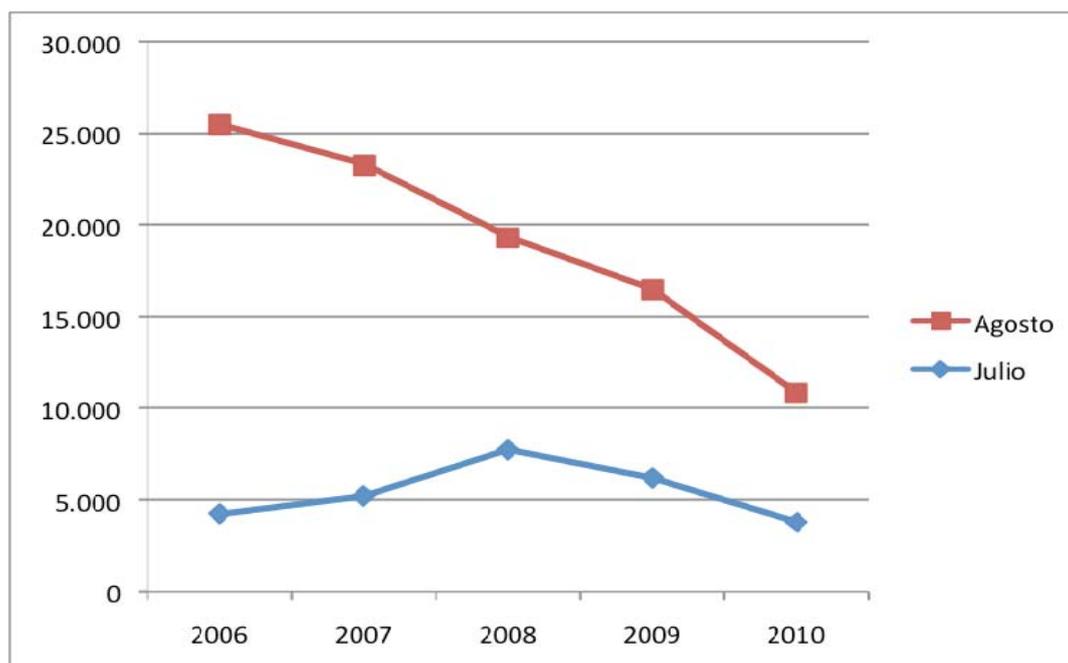
En el cuadro y el gráfico respectivo, se aprecia que en agosto de 2009 se tuvo el pico más alto de visitantes a la exposición “La Revolución Quiteña: 10 de agosto de 1809”, ya que dicha exposición y la muestra “Del Terror a la libertad, orígenes y causas de la Revolución Francesa” tuvieron una significativa difusión en todos los medios de comunicación, sobre todo por el revuelo que causo el hecho de tener obras legítimas del Museo de Louvre.

Cuadro N° 2.3. Museo de la Ciudad: Velada libertaria 9 de agosto de 2009 (atención al público de 22h00 a 24h00, con entrada gratuita)

	2006	2007	2008	2009	2010	Total
Julio	4.258	5.236	7.752	6.215	3.804	27.265
Agosto	21.236	18.028	11.538	10.267	7.053	68.122
Total	25.494	23.264	19.290	16.482	10.857	95.387

Fuente: Elaboración propia, en base a información provista por el Museo de la ciudad.

Gráfico N° 2.3. Museo de la ciudad: Velada libertaria 9 de agosto de 2009 (atención al público de 12h00 a 24h00, con entrada gratuita)



Fuente: Elaboración propia, en base a información provista por el Museo de la Ciudad, 2011.

En este gráfico se aprecia un comportamiento en declive en la visitación al mencionado museo, uno de los principales de la ciudad de Quito, pues se advierte un descenso sostenido durante las mismas fechas en los sucesivos años de 2006 a 2010, y el año 2009, que en otros casos reporta un repunte positivo, el gráfico muestra un descenso continuo en relación a las gestiones precedentes, pese a que se tuvo gratuidad en el museo el día 9 de agosto de aquel año.

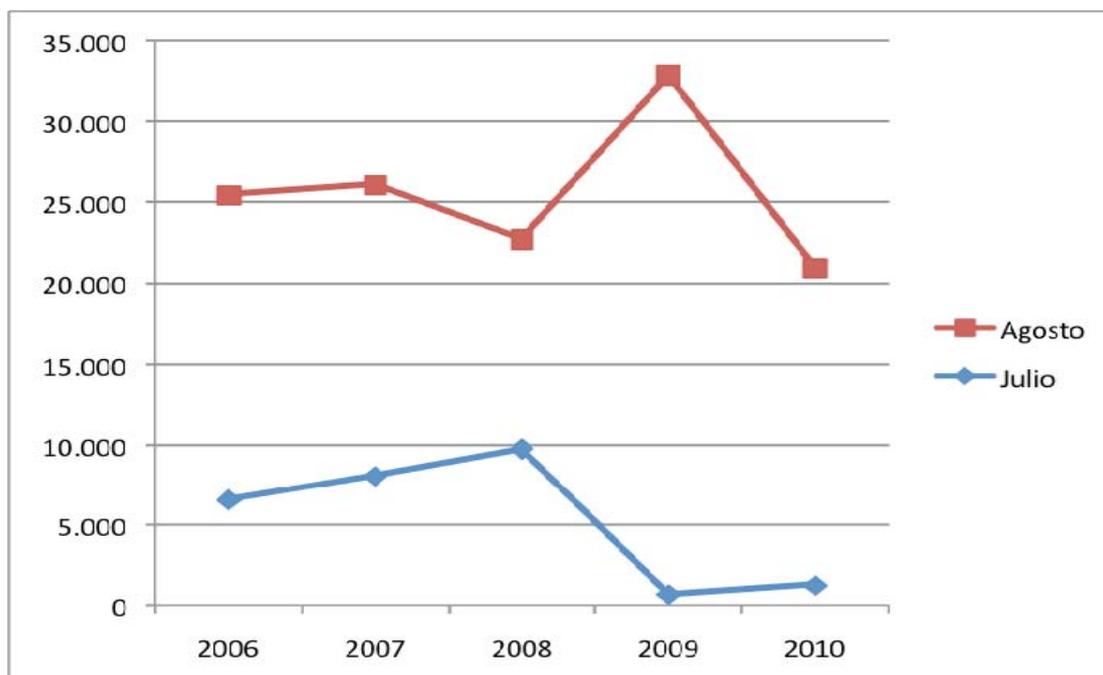
Complementariamente a estos datos, tenemos la evolución de las visitas en el museo Alberto Mena Caamaño.

Cuadro N° 2.4. Museo Alberto Mena Caamaño

	2006	2007	2008	2009	2010	Total
Julio	6.552	8.012	9.743	679	1.240	26.226
Agosto	18.890	18.056	12.950	32.173	19.688	101.757
Total	25.442	26.068	22.693	32.852	20.928	127.983

Fuente: Elaboración propia, en base a información provista por el Centro Cultural Metropolitano, 2011.

Gráfico N° 2.4. Museo Alberto Mena Caamaño



Fuente: Elaboración propia en base a información provista por el Centro Cultural Metropolitano, 2011.

En este gráfico podemos destacar que el mes de agosto en los años conmemorativos a los bicentenarios (2009 y 2010) hay un repunte considerable en la visitación de este museo, sobre todo en el año 2009, con casi 33.000 visitantes, lo cual puede atribuirse a un factor muy importante como lo fue la Velada Libertaria 2009 en la Plaza Grande, la cual congregó a miles de personas a dicha programación, y otro punto importante es que éste museo cuenta con la exposición permanente de la matanza de los próceres del 10 de agosto de 1809 en figuras de cera. Debe aclararse que la mayor afluencia no puede atribuirse solamente al hecho de que fuera el ingreso libre, ya que muchas veces ni la tarifa cero asegura el éxito de un programa.

Finalmente, en lo que concierne a este apartado, en los siguientes cuadros y sus respectivos gráficos se presentan el resumen de los datos anteriormente expuestos.

Cuadro N° 2.5. Total de visitantes durante julio y agosto de 2006 a 2010, en los Museos Mena Caamaño y de la Ciudad.

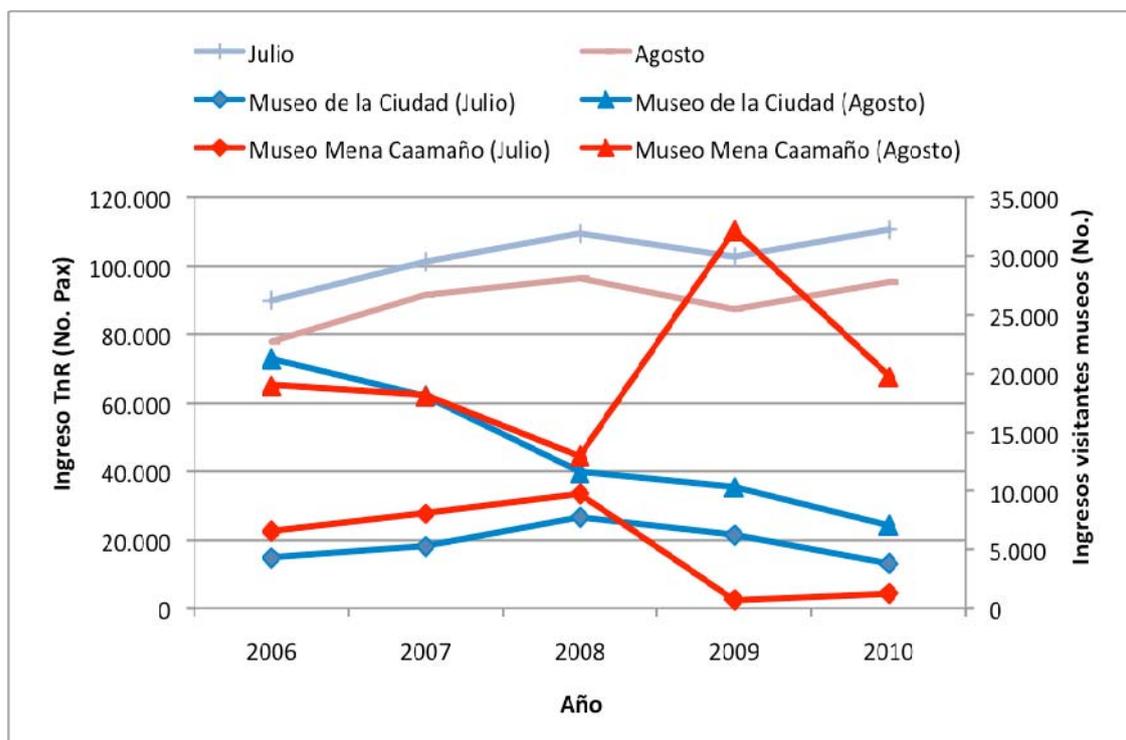
	2006	2007	2008	2009	2010
Julio	89.829	101.088	109.250	102.571	110.543
Agosto	77.826	91.309	96.336	87.221	95.207
Museo de la Ciudad (Julio)	4.258	5.236	7.752	6.215	3.804
Museo de la Ciudad (Agosto)	21.236	18.028	11.538	10.267	7.053
Museo Mena Caamaño (Julio)	6.552	8.012	9.743	679	1.240
Museo Mena Caamaño (Agosto)	18.890	18.056	12.950	32.173	19.688

Fuente: Elaboración propia, 2011.

Como se observa en este cuadro y su correspondiente gráfico, sólo el Museo Mena Caamaño presenta una variación positiva de visitantes durante el mes de agosto de 2009 en relación a los años anteriores y 2010, lo cual refuerza la visión de que a pesar de las importantes inversiones realizadas para promocionar la conmemoración del Bicentenario, la mayoría de los ciudadanos optó por realizar otras actividades durante las referidas festividades.

Es importante señalar que para la determinación de número de personas que asistieron a los eventos realizados con motivo de la conmemoración del Bicentenario, se ha tomado como base la relación entre el número de llegadas de los turistas no residentes, a la ocupación hotelera y el ingreso de visitantes a los dos principales museos del Centro Histórico de Quito, y paralelamente el Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario”, los mismos que fueron vistos como “la sede” de estos actos conmemorativos. Se descarta a los turistas residentes, por cuanto no hay información oficial que determine el número de personas que llegaron a Quito en esas fechas que no hayan utilizados los servicios de alojamiento (establecimientos hoteleros), con estos tres indicadores se procede a analizar si existió o no una respuesta favorable por parte de los turistas a esta celebración.

Gráfico N° 2.5. Total de ingresos durante julio y agosto de 2006 a 2010, en los Museos Mena Caamaño y de la Ciudad, y el ingreso de turistas no residentes al país



Fuente: Elaboración propia, 2011.

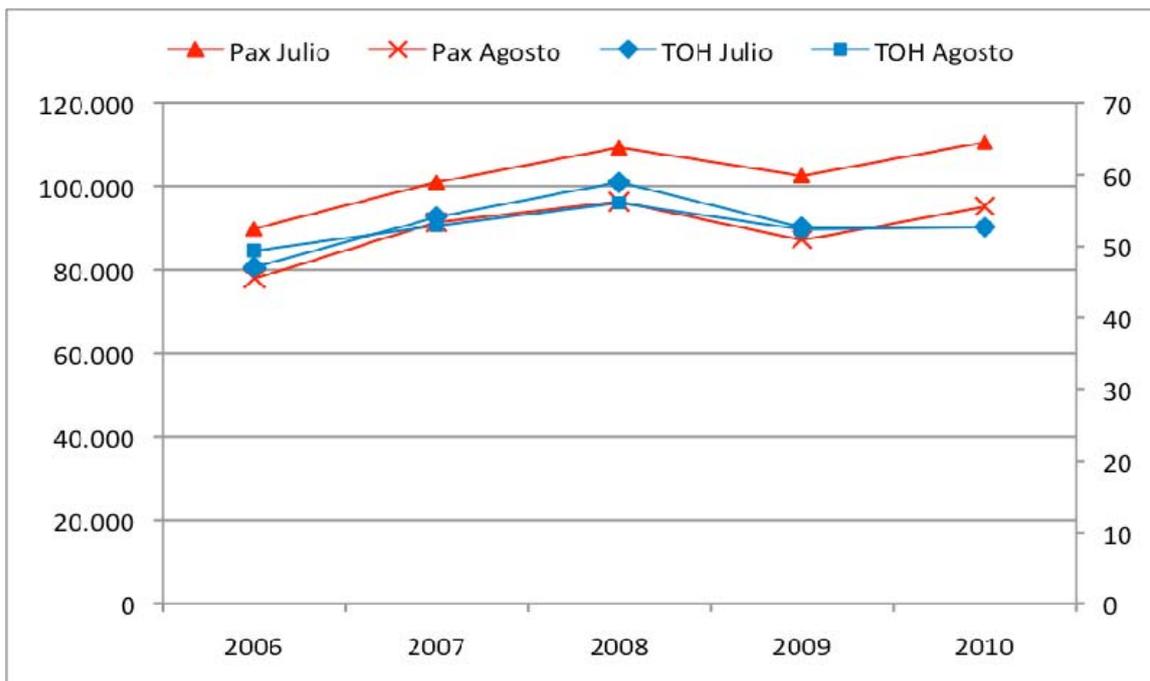
En los siguientes cuadros y sus respectivos gráficos se aprecia la variación porcentual de visitantes a la ciudad de Quito (según datos de hospedaje) durante los años 2006 a 2010, considerando los meses de julio y agosto, evidenciándose que también durante agosto de 2009 se experimentó una contracción en el índice de visitantes, tanto en valores relativos como en valores absolutos.

Cuadro N° 2.6. Total Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) y Pasajeros (PAX) Julio-Agosto de 2006 a 2010.

	2006	2007	2008	2009	2010
TOH Julio	47	54,1	58,9	52,6	52,62
TOH Agosto	49,3	52,8	56	52,2	52,57
Pax Julio	89.829	101.088	109.250	102.571	110.543
Pax Agosto	77.826	91.309	96.336	87.221	95.207

Fuente: Elaboración propia, 2011.

Gráfico N° 2.6. Total TOH y PAX Julio-Agosto de 2006 a 2010.



Fuente: Elaboración propia 2011.

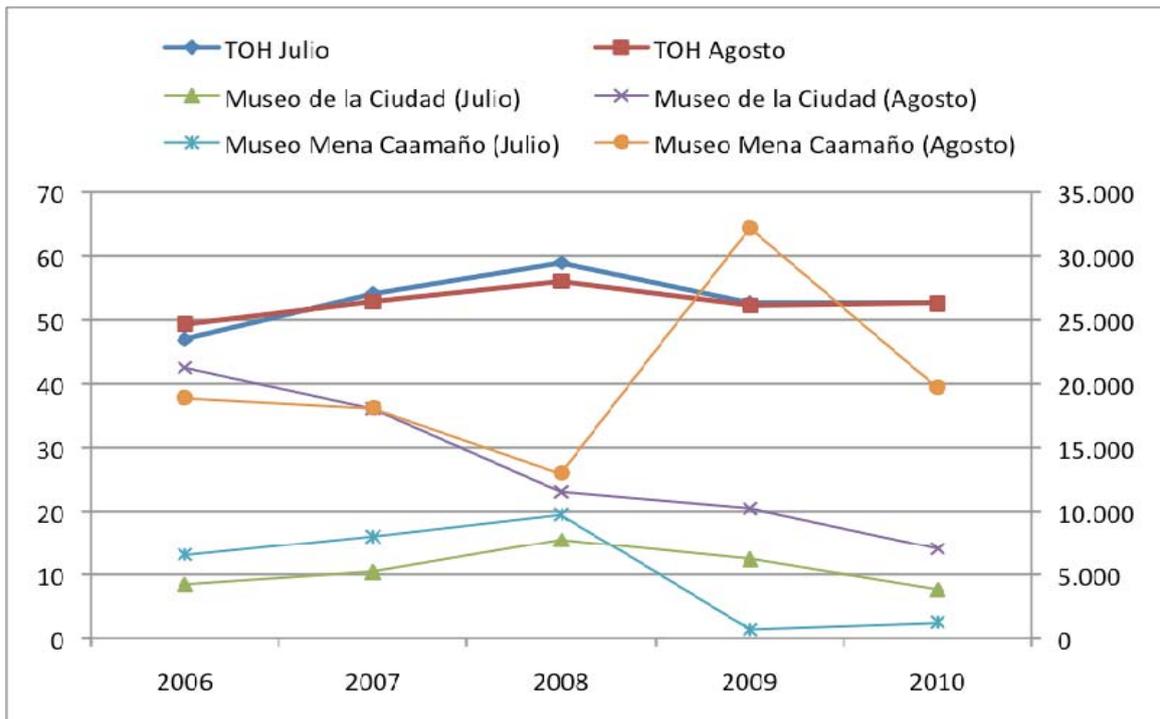
Cuadro N° 2.7. Total TOH Julio-Agosto de 2006 a 2010 según museo.

	2006	2007	2008	2009	2010
TOH Julio	47	54,1	58,9	52,6	52,62
TOH Agosto	49,3	52,8	56	52,2	52,57
Museo de la Ciudad (Julio)	4.258	5.236	7.752	6.215	3.804
Museo de la Ciudad (Agosto)	21.236	18.028	11.538	10.267	7.053
Museo Mena Caamaño (Julio)	6.552	8.012	9.743	679	1.240
Museo Mena Caamaño (Agosto)	18.890	18.056	12.950	32.173	19.688

Fuente: Elaboración propia.

En este cuadro y el posterior gráfico se observa una vez más la fluctuación negativa del mes de agosto de 2009 en relación a los años 2008 y 2010, constatándose una vez la afluencia negativa en el referido mes del Bicentenario.

Gráfico N° 2.7. Total TOH Julio-Agosto de 2006 a 2010 según museo.



Fuente: Elaboración propia 2011.

Análisis de los cuadros:

La relación de ingresos-turistas no residentes que ingresaron al país, con el ingreso de visitantes que acudieron a los dos principales museos del Centro Histórico, es negativa para el año 2009, exceptuando el mes de agosto en el museo Alberto Mena Caamaño el cual experimento un crecimiento de aproximadamente 20000 turistas en relación con los años anteriores, pero este crecimiento no fue sostenido debido a q en el año 2010 (conmemorativo masacre del 2 de agosto de 1810) temática representada en aquel museo, genero un descenso de 12000 visitantes, demostrando con ello, que la campaña conmemorativa del bicentenario si genero un importante un importante aumento en la visitación a este museo pero de turistas residentes, esta teoría es apoyada si revisamos la Tasa de Ocupación Hotelera, debido a que esta tasa, principal fuente para determinar la estadía de turistas no residentes en la ciudad fue negativa en el periodo julio-agosto 2009; y al incrementar la visitación del Museo Mena Caamaño, el cual fue uno de los signos más conmemorativos del bicentenario, y no presenta una correlación positiva entre las pernoctaciones en Quito en este periodo, el ingreso de pasajeros no residentes y la consumición de ingresos al Museo Caamaño.

2.5 Legislación nacional sobre turismo

2.5.1 Constitución de la República

En el análisis de la norma fundamental ecuatoriana, tenemos los siguientes puntos de interés:

Consideraciones iniciales

1. La actividad turística en Ecuador está considerada ya como productiva y generadora de riqueza, con características de responsabilidad social y ambiental; además, realiza significativos aportes a la cuenta de ingresos tributarios e ingresos no petroleros del Presupuesto General del Estado. Existen procesos de planificación internacional, nacional y local, que han permitido que el turismo se posicione como una alternativa en la generación de empleo.
2. El marco legal de la actividad turística se encuentra en un constante perfeccionamiento a partir de la consolidación del Ministerio de Turismo y la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo, en el contexto nacional y de generación de políticas públicas; ha permitido consolidar técnicamente la descentralización turística.
3. Las empresas turísticas se encuentran diseminadas por todo el territorio nacional y se han articulado para conformar productos turísticos, permitiendo la interrelación entre diferentes sociedades locales, culturas y formas de vida, con lo que han convertido a Ecuador en un país con alta capacidad de competir en el mercado internacional.
4. No se ha logrado consolidar la Cuenta Satélite de Turismo para disponer de reales datos sectoriales y así pueda medirse efectivamente la rentabilidad social y financiera de la inversión pública y privada en turismo.
5. El turismo por sí mismo no existe, sino que se desarrolla y se facilita gracias a la presencia de otras actividades e intervenciones públicas y privadas, por lo que al

afectar o potencializar a una de ellas automáticamente se refleja en la actividad turística.

6. A pesar de los esfuerzos realizados aún no ha sido posible efectivizar integralmente la Ley de Turismo.

7. Los mandatos Constitucionales para la Ley de Equidad Tributaria y Código del Trabajo, han impactado negativamente al sector turístico.

Consideraciones generales

En la actual Constitución no se halla de forma expresa la actividad del turismo. Para la actividad turística, conforme el proceso de desarrollo de la última década, los contenidos de importancia directa, sin perjuicio de otros artículos, son:

Título II, Capítulo Cuarto - Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, Art 57, Lit. 7, 8, 13, 17 y 60. / Muchas de las actividades turísticas que conforman el producto turístico nacional tienen como base los aspectos culturales y de tenencia de la tierra de las comunidades, pueblos y nacionalidades, por lo que un cambio jurídico en este aspecto afectará positiva o negativamente en proceso turístico, según cada caso.

Título II, Capítulo Sexto - Derechos de la libertad, Art. 66, Lit. 15, 16, 17, 26 y 27 / Obliga en todos los niveles a prácticas de turismo sustentable.

Título II, Capítulo Séptimo - Derechos de la naturaleza, Art 71 inciso 3ero / Intenta proteger a uno de los insumos fundamentales de todo producto turístico sustentable.

Título II, Capítulo Noveno – Responsabilidades. Art. 83 Lit. 3, 6, 10 y 13 / El Estado se obliga a promover empresas con responsabilidad ambiental, argumento indispensable para la promoción turística internacional.

Título III, Capítulo Segundo – Políticas Públicas, servicios públicos y participación ciudadana. Art. 85, Lit. 3 / Es una oportunidad para el financiamiento de la ejecución de Plandetur 2020 y otros planes de desarrollo turístico.

Título IV, Capítulo Primero – Participación en democracia, Art. 100 / Obliga a que el sector turístico en general, se organice para fortalecer la generación de políticas públicas turísticas y pueda articularse con otros sectores de la sociedad.

Título V, Capítulo Primero - Organización Territorial del Estado, Art. 238 inciso 2do. Art. 239/ Oportunidades para los procesos de descentralización turística hacia los gobiernos autónomos.

Título V, Capítulo Segundo – Organización del territorio, Art. 242 / Aplicación de políticas públicas y estructuras de productos turísticos que abarcan dos o más circunscripciones geo – políticas. Implicaciones de régimen espacial para la actividad turística en Galápagos.

Título V, Capítulo Segundo – Organización del territorio, Art. 250 / Escenario en que se desarrollará la actividad turística en la región amazónica.

Título V, Capítulo Cuarto – Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales, Art. 261 Lit. 4, 5, 7, 10 y 11 / Capacidad del sector turístico para acceder a entes nacionales para la consecución de acciones y políticas en beneficio del turismo.

Título V, Capítulo Cuarto – Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales, Art. 262 Lit. 3, 4 y 7 / Capacidad del sector turístico para influir en los gobiernos regionales para exigir el cumplimiento de las disposiciones constitucionales.

Título V, Capítulo Cuarto – Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales, Art. 263 Lit. 1, 2, 4 y 7 / Existe planificación turística, lo que no se logra aun es la ejecución sostenida de esos planes.

Título V, Capítulo Cuarto – Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales, Art. 264 Lit. 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10 y 11 / La real capacidad municipal para articular sus obligaciones constitucionales con las propuestas turísticas empresariales

Título V, Capítulo Cuarto – Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales, Art. 267 Lit. 2, 4 y 5 / Organización y coordinación entre gobiernos parroquiales y otras instancias gubernamentales para efectivizar las propuestas turísticas.

Título V, Capítulo Quinto – Recursos económicos, Art. 270, 274 / Cobros de tributos y otras imposiciones económicas al sector turístico; participación de rentas de la actividad turística además de los tributos de ley.

Título VI, Capítulo Cuarto – Régimen de desarrollo, Art. 285 lit. 3 / Capacidad real del sector turístico empresarial para la consecución de incentivos para mejorar la oferta turística.

Título VI, Capítulo Cuarto – Régimen de desarrollo, Art. 300, 310 / Real capacidad del Estado para aplicar políticas tributarias de acuerdo con las características particulares del turismo; capacidad para que el sector turístico acceda equitativamente a los servicios financieros del sector financiero público.

Título VI, Capítulo Quinto – Sectores estratégicos, servicios y empresas públicas, Art. 313, 314 y 318 / Capacidad, oportunidades y limitaciones para que el sector turístico tenga acceso a los sectores estratégicos, para la estructuración de productos y ofertas turísticas.

Título VI, Capítulo Sexto – Trabajo y producción, Art. 319, 321, 325 / Oportunidades y/o amenazas al sistema actual de prestación de servicios turísticos con relación a las diversas formas de organización de la producción en la economía; legalización de la prestación de servicios turísticos con las formas de propiedad privada, asociativa, cooperativa y mixta; afectación u oportunidad en la calidad de la oferta turística con la modalidad de trabajo autónomo y de autosustentación.

Título VI, Capítulo Sexto – Trabajo y producción, Art. 326, lit. 7, 8, 12. Art. 327 y 329 / Riesgos y oportunidades en la organización de actores empresariales y de trabajadores en la prestación de servicios turísticos; adaptación de relaciones laborales con las características de la prestación de servicios turísticos; alcances de la protección del

trabajo autónomo y por cuenta propia que se realicen en espacios públicos en cuanto a la actividad turística.

Título VII, Capítulo Primero – Régimen del buen vivir, Art. 381, 389, 394 / Oportunidades para impulsar el turismo deportivo, turismo cultural, turismo científico; uso de los criterios de gestión de riesgos en elaboración de ofertas de servicios turísticos y defensa de infraestructura turística; adaptación de los criterios de transporte turístico para la adecuada regulación por parte del Estado.

Título VII, Capítulo Primero – Régimen del buen vivir, Art. 395 Lit. 3, Art. 396 y 397, Lit. 1 / Mayores inversiones para estudios de impactos ambientales para la implementación de las actividades turísticas e incorporación de otros actores para estructurar la oferta turística; oportunidad para evitar procesos de contaminación y destrucción del patrimonio natural.

Título VII, Capítulo Primero – Régimen del buen vivir, Art. 398, 404, 406 y 408 Oportunidades para mejorar la oferta turística de naturaleza en general y base para procesos de estructurar prácticas ecoturísticas reales.

Título VIII, Capítulo Primero – Principios de las relaciones internacionales, Art. 416 Lit. 11 y 12, Art. 423 / Oportunidad para mejorar el turismo receptivo y atraer inversión turística internacional.

Disposiciones transitorias Primera Lit. 8 y 9, Decimoquinta y Vigésimoquinta / Análisis de los riesgos y oportunidades para la propiedad inmobiliaria turística; afectación a los niveles de coordinación para la oferta turística de Galápagos; afectación a los precios de las ofertas turísticas nacionales e internacionales.

Régimen de transición: Necesidad de estructurar estrategias para que la captación de turistas internacionales y consumo interno turístico no decaiga por la incertidumbre política – administrativa y de procesos electorales.

Conclusión final

A pesar de que en la Constitución del año 2008, la cual se encuentra vigente, no está descrito de manera expresa el impulso al sector turístico (de hecho, la palabra “turismo” está ausente”), el sector en general tiene logros importantes y fundamentales, que requieren de estabilidad y continuidad para que se consoliden; del análisis realizado es posible deducir que a pesar de las oportunidades que brindaría la Constitución para la implementación de políticas públicas, al mismo tiempo podría ser un marco jurídico que afecte negativamente a la estructuración de ofertas turísticas competitivas para el mercado nacional e internacional.

2.5.2 Ley de Turismo

En cuanto a la Ley de Turismo, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre de 2002, tenemos los siguientes artículos de interés para el presente estudio:

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;*
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;*
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;*

En este artículo se reconoce la iniciativa privada como factor determinante en el desarrollo de las actividades turísticas, requiriéndose la protección del turista no sólo en lo que se refiere a su seguridad física, sino también en lo referente a lograr una experiencia satisfactoria. El inciso b), de manera explícita señala que una de las finalidades de las políticas estatales en relación al turismo será asegurar el uso racional de los recursos históricos, como en este caso lo constituye la celebración del Bicentenario del grito de la independencia.

El artículo 5, en cambio, detalla las actividades turísticas que ofertará el referido sector privado:

Art. 5.- *Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:*

- a. Alojamiento;*
- b. Servicio de alimentos y bebidas;*
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;*
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;*
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,*
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.*

Todas estas actividades atraen tanto a turistas nacionales como extranjeros. Desde luego, como el propio artículo indica, estos servicios deben ser pagados por los turistas, y el pago estará en función de las actividades de su interés.

2.5.3 Reglamento General de aplicación a la Ley de Turismo

Este reglamento, aprobado mediante Decreto No. 1186, contiene los siguientes artículos de interés para el desarrollo de esta investigación:

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.- *A más de las atribuciones generales que les corresponden a los Ministerios contenidas en el Título VII Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:*

1. *Preparar y expedir con exclusividad a nivel nacional las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional. Esta potestad es intransferible;*
2. *Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este Reglamento;*
3. *Planificar la actividad turística del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este Reglamento;*
4. *Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se ha transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este Reglamento;*
7. *Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno 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. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la Ley y en este Reglamento;*
8. *Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;*
9. *Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional de conformidad con los procedimientos de consulta y coordinación previstos en este Reglamento;*
13. *Las demás establecidas en la Constitución, la Ley de Turismo y las que le son asignadas en este Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.*

Respecto a la planificación, el Art. 6 establece:

Art. 6.- De la planificación.- *Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La Planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos, y referencial para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos*

podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales.

En este artículo se define la atribución y deber de planificación turística que tiene el Ministerio del ramo, lo cual es fundamental para dirigir la atención hacia el desarrollo de programas, actividades e iniciativas que involucren el turismo, y sobre todo, que sirvan a la población.

Art. 7.- De la potestad normativa.- *El Ministerio de Turismo con exclusividad y de forma privativa expedirá las normas técnicas y de calidad a nivel nacional necesarias para el funcionamiento del sector, para cuya formulación contará con la participación de todos los actores involucrados en el turismo. La participación referida en este artículo es obligatoria, previa, se la realizará a través de las instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector, formalmente organizadas y sus resultados será referencial para las instituciones del Estado.*

De todas las normas citadas, la única que alude al aprovechamiento de la celebración del Bicentenario, aunque sólo de forma tácita, es la Ley de Turismo, que en su artículo 4, inciso b) establece que la política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir el objetivo de Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación. Los demás artículos considerados de las normas citadas se aplican al turismo en general, como generador de empleos y dinamizador de la economía nacional, pero en la práctica, la celebración del Bicentenario resultó sobre todo una convocatoria cívica, que no aprovechó en toda su magnitud el movimiento turístico interno del país.

2.6 Aplicación de las encuestas

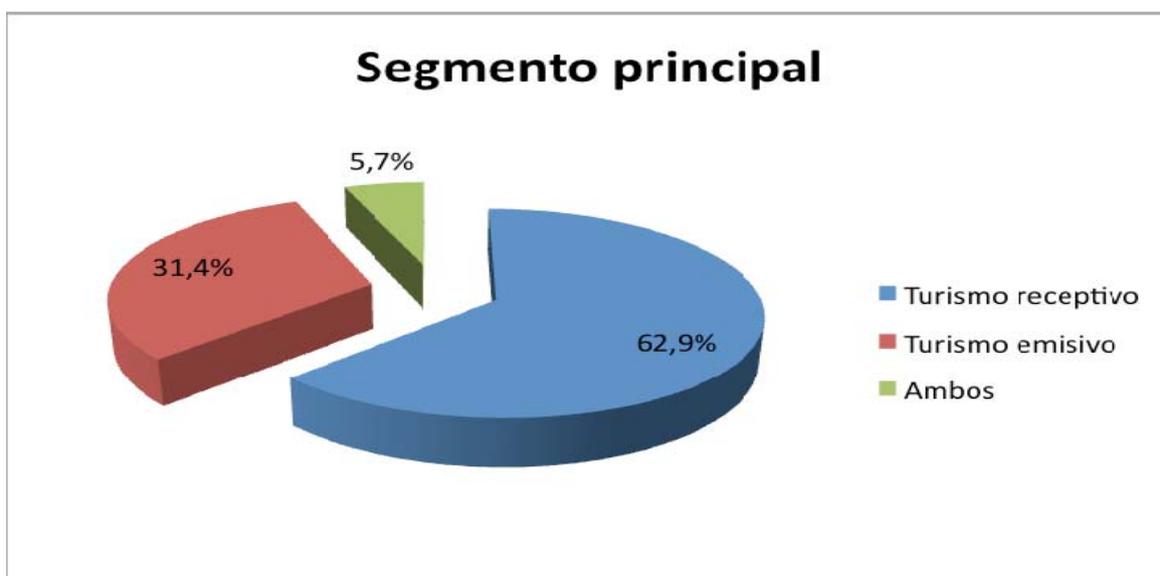
En este subtítulo, se presenta los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a las agencias de viajes, cuyos resultados son:

Cuadro N° 2.8. Distribución porcentual del segmento principal de atención de las agencias encuestadas

Segmento principal	N°	%
Turismo receptivo	22	62,9
Turismo emisivo	11	31,4
Ambos	2	5,7
Total	35	100,0

Fuente: Elaboración propia, en base a la aplicación de encuestas, 2011.

Gráfico N° 2.8. Distribución porcentual del segmento principal de atención de las agencias encuestadas.



Fuente: Elaboración propia, en base a la aplicación de encuestas, 2011.

Según se aprecia en el anterior cuadro y su respectivo gráfico, el porcentaje más alto de las agencias de turismo encuestadas tienen su segmento principal en el turismo receptivo, pero también es alto el porcentaje de las que se dedican principalmente al turismo emisivo. Consultados los representantes de las agencias sobre la generación de oferta turística por el Bicentenario, tenemos:

Cuadro N° 2.9. ¿Generó algún tipo de oferta por el Bicentenario?

	N°	%
Sí	0	0,0
No	35	100,0
Total	35	100,0

Fuente: Elaboración propia, en base a la aplicación de encuestas, 2011.

Gráfico N° 2.9. ¿Generó algún tipo de oferta por el Bicentenario?



Fuente: Elaboración propia, en base a la aplicación de encuestas, 2011.

En el anterior cuadro y su respectivo gráfico, anotamos que el 100% de las agencias de viajes y turismo encuestadas reconocieron no haber generado ninguna oferta por el Bicentenario, arguyendo que se trataba más que todo de una conmemoración histórica y cívica, con escasa o nula relevancia turística, pero según se pudo evidenciar en la lectura del material revisado, los acontecimientos históricos y cívicos tienen el potencial de constituirse en un atractivo turístico cuando se cuenta con el suficiente respaldo del sector público y privado, habiendo fallado la coordinación entre ambos sectores para dar el realce que merecía la celebración.

CAPÍTULO III. RESUMEN HISTÓRICO, ACTOS CONMEMORATIVOS E INVERSIONES REALIZADAS

3.1 Resumen Histórico del Bicentenario

3.1.1 Recopilación de los hechos históricos del 10 de Agosto de 1809.

Desde finales de 1808 un grupo de quiteños inició la conspiración en contra de la Corona española, que dos años más tarde fue descubierta por ese Gobierno y provocó el apresamiento de los principales involucrados, que al poco tiempo tuvieron que ser liberados por falta de pruebas.⁷²

El 7 de agosto de 1809, Juan de Dios Morales, uno de los principales idealistas de la revolución quiteña, convocó a una reunión en el domicilio del quiteño Francisco Javier Ascázubi, para redactar el Acta de Revolución.⁷³

Dos días después se organizó un supuesto evento social en casa de la revolucionaria quiteña Manuela Cañizares, en donde se preparó la versión final del Acta de Revolución y se constituyó la Junta Suprema de Gobierno, presidida por Juan Pío Montúfar, Marqués de Selva Alegre.⁷⁴

El 10 de agosto de 1809, Antonio Ante, abogado graduado en Quito, presentó a Manuel Urries y Cavero, Conde Ruiz de Castilla, el acta redactada, con la que se le informaba que la Junta Soberana tomaba bajo su control el territorio de la Audiencia de Quito, así como los de Guayaquil, Popayán, Pasto, Barbacoas y Panamá, que hasta ese momento dependían del Virreinato de Lima y Santa Fe.

⁷² Ayala Mora, Enrique. *Independencia y Período Colombiano*, en Enrique Ayala Mora, edit., Nueva Historia del Ecuador, vol. 6, Quito, Corporación Editora Nacional / Grijalbo, 1994.

⁷³dem.

⁷⁴Comité Presidencial del Bicentenario, Ministerio de Cultural del Ecuador (2009) - <http://www.ecuadorbicentenario.gov.ec/>.

La mañana del 10 de agosto de 1809, el Dr. Antonio Ante presentó al Conde Ruiz de Castilla el acta redactada, la cual expresaba que la Junta Soberana toma bajo su control el territorio de la Audiencia de Quito, así como los de Guayaquil, Popayán, Pasto, Barbacoas y Panamá, que hasta ese momento dependían del Virreinato de Lima y Santa Fe.⁷⁵

Lamentablemente, el gobierno de la Junta Soberana duró apenas 77 días debido al poco apoyo popular, falta de liderazgo y de respaldo de las demás provincias.⁷⁶

El Conde Ruiz de Castilla retomó su cargo con la promesa de no ejercer represalias, pero el 24 de noviembre de 1809, llegaron a Quito unas tropas provenientes de Lima que al poco tiempo detuvieron a los insurgentes.⁷⁷

El 2 de Agosto de 1810, un grupo de quiteños intentó liberar a los patriotas del 10 de Agosto, pero esto inició una gran masacre que se prolongó hasta el 4 de agosto y que cobró la vida de alrededor de 300 personas.⁷⁸

La Revolución de Quito no solo fue una de las pioneras en Latinoamérica, sino que dio inicio al proceso de la independencia de lo actualmente es Ecuador.⁷⁹

3.1.2 Conmemoración del Primer Centenario

Monumento a la Independencia

Para el primer centenario de la Independencia uno de los hitos más grandes fue el monumento que se encuentra en la plaza grande, el ideólogo de que se realice un monumento conmemorativo de la Independencia fue el presidente Luis Cordero en el año de 1894, ya que se encontraba en Quito el escultor italiano Luis Minghetti, el cual había llegado a Ecuador con las misiones salesianas, por lo que se le encarga el diseño del

⁷⁵Municipio Metropolitano de Quito, Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural- FONSAL (2009) - <http://www.revolucionquito.com/>.

⁷⁶Idem.

⁷⁷Idem.

⁷⁸Idem.

⁷⁹Idem.

monumento; pero con la llegada de los liberales al poder, en 1895 se decreta la salida de los salesianos del Ecuador por lo que este proyecto queda detenido.⁸⁰

En el año de 1898 por iniciativa del General Eloy Alfaro se retoma el proyecto y decide que los gastos del mismo los efectuará el pueblo ecuatoriano, por lo que se da la creación de un fondo especial del 1% sobre las rentas de todas las municipalidades durante cinco años, y con esto establecido el 10 de agosto de aquel año se colocaría la primera piedra del monumento conmemorativo.

Para 1903, al haberse cumplido el quinquenio, y habiéndose acumulado un fondo significativo, el Comité 10 de Agosto, el cual se formó para encargarse de concretar la construcción del monumento, decidió buscar en Europa a los artistas más idóneos para ejecutarlo, ya que para la época se pues se pensaba que en Ecuador no se lo podía realizar; es así, que por medio del Cónsul del Ecuador en Paris se contactó a los mejores escultores, y se logró concretar el interés de quince de los más famosos, entre los que se destacaba Frederic Bartholdi, autor de la Estatua de la Libertad; los quince autores propusieron bosquejos y el compromiso de realizarlo en un plazo de máximo tres años, con un precio de entre ciento dos mil y treientos quince mil francos; pero se presentó paralelamente la propuesta del arquitecto italiano Francisco Durini Cáceres, en la que se comprometía a mantener la idea y conceptos originales de Minghetti, por lo que se firma el contrato el 6 de mayo de 1904 para la realización del monumento con la compañía L. Durini e hijos por el monto de 218.750 francos.⁸¹

La transportación de las piezas del monumento se la realizó desde el puerto de Génova en Italia a través de la ruta de Magallanes, y tras varios trasbordos arribaron a Guayaquil, desde donde fueron trasladados a Quito en tren, hasta los tramos que ya estaban contruidos, y a lomo de animales de carga, dentro del plazo que vencía el 20 de junio de 1906.

⁸⁰ Cruz, Juan. City Tour Ciudad de Quito, 2007. Clase: Técnicas de Guiar, UIDE.

⁸¹ Idem

El proceso de ensamble en la plaza grande estuvo acompañado de muchos problemas, como piezas que no encajaban, o que estaban perdidas, y pese a todos estos inconvenientes se inauguró el 10 de agosto de 1906 por el Presidente Eloy Alfaro.⁸²

La escultura representa la Independencia, a través de una mujer con corona de laureles, el haz consular en una mano y una antorcha en la otra.



Fuente: <http://img244.imageshack.us/img244/6560/34737234002e5d682848o.jpg>

Exposición Nacional

La Exposición Nacional de 1909 se desarrolló en la ciudad de Quito para conmemorar el Centenario del Primer Grito de Independencia.

En medio de esta locura desarrollista y al impulso de la industria nacional, sobre todo con el “boom cacaotero”, el gobierno decidió la organización de una Exposición que mostrara las riquezas ecuatorianas.

⁸² Cruz, Juan. City Tour Ciudad de Quito, 2007. Clase: Técnicas de Guiar, UIDE.

En 1902, el Congreso de la República dispuso que el 10 de Agosto de 1909, se celebrara en Quito una Exposición Nacional en conmemoración del centenario del Primer Grito de la Independencia. Cinco años más tarde se oficializaría la mencionada ley, mediante los decretos reglamentarios reformativos, promulgados por Eloy Alfaro, el 31 de octubre de 1907 y el 2 de diciembre de 1908, respectivamente. La ley de 1907 contenía la reglamentación general del “Certamen Nacional”, como fue denominado, y de acuerdo al artículo 5 se constituyó un Comité General cuyas atribuciones fueron las siguientes: Dirección de los trabajos y labores preparatorias, organización y reglamentación general y especial de la Exposición Nacional, recepción y clasificación de objetos, por medio de Comisiones compuestas por sus miembros.

Formado por “Ciudadanos notables”, el Comité inició sus labores en diciembre de 1908 y nombró como Comisario de la Exposición al Ministro de Hacienda Juan Fernando Game. Inspirado en las grandes exposiciones universales que se realizaron en Europa desde mediados del siglo XIX, Eloy Alfaro se convirtió en el entusiasta promotor y protector del Certamen Nacional. A su criterio, el fin de la Exposición no sería únicamente celebrar el Centenario patrio sino también promover la industria nacional.⁸³

Sin embargo, para dicho evento, el gobierno ecuatoriano envió una invitación a varios países para que participaran en la muestra, de los cuales acudieron Estados Unidos, Francia, Bélgica, Japón, España, Italia, Colombia, Chile y Perú.

A las dos de la tarde del 10 de Agosto de 1909, aunque todavía inconclusas las obras, se inauguró formalmente el “Palacio de la Exposición” y el 8 de septiembre del mismo año, se abrió al público sus puertas, de 8 a.m. a 9 p.m. por 0,20 centavos de sucre los adultos y 0,10 centavos de sucre los niños. Quiteños y visitantes pudieron conocer, hasta fin de año, los distintos pabellones en los que se dispusieron los objetos tanto nacionales como extranjeros de acuerdo a las siguientes secciones:

- a) Instrucción pública y bellas artes;
- b) Bellas letras y literatura científica industrial;
- c) Agricultura;
- d) Industria;

⁸³ Hahn, María Antonieta (1989) (en español). *El Palacio de la Exposición 1909-1989*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.

e) Flora, fauna, mineralogía, botánica, arqueología y objetos históricos.

Los expositores nacionales fueron los más numerosos y planteles educativos, gremios, sociales, coleccionistas, industriales, artesanos, artistas y personas particulares de todos los rincones de la patria tuvieron la oportunidad de exhibir variados artículos.⁸⁴



Medalla Conmemorativa del Centenario del Primer Grito de la Independencia 10 de Agosto de 1909. Edificio de la Exposición Nacional. Museo Alberto Mena Caamaño.

Fuente: 1809 – 2009 Historia Gráfica del Ecuador, Ministerio de Cultura del Ecuador, Comité Presidencial del Bicentenario, Editor Pablo Cuvi.

⁸⁴ Hahn, María Antonieta (1989) (en español). *El Palacio de la Exposición 1909-1989*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Palacio de la Exposición

Para esta exposición, el gobierno de Alfaro dispuso la construcción de un edificio monumental que estuviera a la altura de los acontecimientos. Entre 1907 y 1909 se llevaron a cabo los trabajos de construcción a cargo del arquitecto Raúl María Pereira. El edificio es ecléctico y moderno, con códigos neoclásicos y art nouveau. Aprovechando la vía férrea, se introdujeron materiales importados. Los pabellones en conformación simétrica están separados por patios y jardines. El pabellón ecuatoriano de dos pisos y estructura de hormigón armado, estaba rematado sobre el hall por una cúpula central de 30 metros coronada por un cóndor. Los pabellones tenían diferentes estilos, destacó entre ellos el Café Concierto de estilo art nouveau. En 1937, fue ocupado por el Ministerio de Defensa.⁸⁵



Edificio Exposición Universal 1909.

1809 – 2009 Historia Gráfica del Ecuador, Ministerio de Cultura del Ecuador, Comité Presidencial del Bicentenario, Editor Pablo Cuvi.

⁸⁵ Peralta, Evelia (2007) (en español). *Guía Arquitectónica de Quito*. Quito: TRAMA.

Sello Postal

Como en la mayoría de lugares del mundo cuando se da la conmemoración de un hecho histórico, la oficina de correos del Ecuador de la época, realizó un sello postal conmemorativo a la Exposición Nacional, evento principal del Centenario del Primer Grito de Independencia.



1809 – 2009 Historia Gráfica del Ecuador, Ministerio de Cultura del Ecuador, Comité Presidencial del Bicentenario, Editor Pablo Cuvi.

3.2 Programación de Actividades Conmemorativas del Bicentenario de Primer Grito de Independencia

Como se establecerá durante el desarrollo de este capítulo, las actividades conmemorativas del Bicentenario fueron diseñados partiendo de la promulgación del Decreto Ejecutivo 1023; Decreto en el cual se establece las principales acciones y actores en quienes recayó la responsabilidad de desarrollar todas las actividades planificadas a nivel nacional con motivo de este segundo aniversario del 10 de agosto del 1809.

Para este documento se han dividido jerárquicamente las siguientes actividades:

- Supra Nacional (más allá del territorio nacional)
- Nacional Estatal (Estatal y Gobiernos Seccionales)
- Nacional Privado (Sector privado y sociedad civil)

Además por lo relevante de la información contenida en el Decreto Ejecutivo 1023, se ha incluido el mismo dentro de este capítulo en toda su extensión:

“Decreto Ejecutivo 1023”

RAFAEL CORREA DELGADO

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

CONSIDERANDO:

Que la República del Ecuador se apresta a conmemorar el Bicentenario de las luchas libertarias de 1809 a 1812;

Que el 10 de agosto de 1809 se estableció en Quito la Primera Junta Suprema revolucionaria de la América hispana, evento clave en la historia de América Latina, pues inspiró a los próceres de la Independencia en los demás países de la región;

Que el sacrificio de los héroes del 2 de agosto de 1810 conmovió a la América entera y fue citado por Simón Bolívar como una de las causas de la revolución independentista del continente y de su propia lucha por la emancipación;

Que el Pacto Solemne de Sociedad y Unión entre las provincias que forman el Estado de Quito de 1812 fue la primera constitución de lo que hoy es la Republica del Ecuador;

Que para conmemorar dignamente estos acontecimientos es necesario establecer un programa conmemorativo y un organismo de alto nivel;

En uso de las facultades que le conceden la constitución y las leyes de la República

DECRETA:

1.- Constitúyase el Comité Presidencial del Bicentenario, cuya misión será planificar y coordinar la ejecución del programa de Conmemoraciones del Bicentenario entre 2008 y 2012.

2.- Este programa tendrá como objetivos principales:

- a) Exaltar el sentimiento patrio a través de la movilización de voluntades, esfuerzos y recursos de todos los sectores del país;*
- b) Reforzar la identidad y la unidad nacional, mediante la consolidación de un amplio consenso ciudadano;*

c) *Proyectar una visión compartida del futuro del país en el ámbito regional e internacional.*

3.- *El Comité Presidencial del Bicentenario elaborará las estrategias necesarias para el logro de los objetivos que serán, entre otros:*

a) *Impulsar la realización de obras de infraestructura, símbolos del Bicentenario, a nivel local y nacional;*

b) *Fomentar la creatividad ciudadana, tanto en ámbitos institucionales como de la sociedad civil, que permitan la más amplia participación en la comprensión e interpretación del significado del Bicentenario;*

c) *Implementar un programa sostenido de presencia y proyección del país en el ámbito internacional, durante estos cuatro años, con especial énfasis en la celebración del 10 de agosto de 1809.*

4.- *El Comité estará presidido por el Presidente Constitucional de la Republica y será su Vicepresidente el Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito.*

Estará conformado por los siguientes miembros:

- *Señor Vicepresidente Constitucional de la Republica*
- *Ministros de Relaciones Exteriores, Cultura, Educación, Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural*
- *Presidente de la Academia Nacional de Historia*
- *Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana*
- *Presidente del Consejo Nacional de Educación Superior*

Y, a título personal, las siguientes personalidades: Francisco Carrión Mena, Nina Pacari Vega, María Fernanda Espinoza, Jorge Enrique Adoum, Miguel Donoso Pareja, Efraín Jara Hidrovo, Enrique Tábara, Jorge Marcos, Abdón Ubidia, Rosemarie Terán, Jaime Breilh y Nelly Moreno.

5.- *El Comité Presidencial contará con un Comité Ejecutivo, encargado de llevar a la práctica de las decisiones del Comité Presidencial, el mismo que estará conformado por el representante del Presidente Constitucional de la Republica, Lcdo. Juan Paz y Miño, que será el Secretario del Comité Ejecutivo, así como de*

los Representantes del Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, de los ministros miembros del Comité Presidencial, y de las siguientes delegaciones:

- *Viceministro de Cultura*
- *Director del Teatro Nacional Sucre*
- *Director Metropolitano de Cultura*
- *Director de la Junta Directiva de la Orquesta Sinfónica Nacional*
- *Presidente de la Asociación de Historiadores del Ecuador*
- *Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión.”*

6.- *La Comisión Nacional Permanente de Conmemoraciones Cívicas, que mediante Decreto Ejecutivo número 561, publicado en el Registro Oficial 156 del 27 de agosto del 2007, fue encargada de iniciar actividades relativas a la conmemoración del Bicentenario, será la encargada de prestar apoyo al Comité Presidencial del Bicentenario y su Comité Ejecutivo.*

7.- *Para el logro de los objetivos y desarrollo de las estrategias del programa de Conmemoraciones del Bicentenario, el Ministerio de Finanzas hará constar en los presupuestos generales del estado del año 2008 y de los siguientes años, las cantidades que sean necesarias, de conformidad con la planificación que apruebe el Comité Presidencial Bicentenario.*

Art. FINAL.- *De la ejecución del presente Decreto Ejecutivo, que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial, encárguese a los Ministerios que conforman el Comité Presidencial del Bicentenario.*

Dado en el Palacio Nacional, en Quito a 15 de abril de 2008”

Cuadro N° 3.1: Síntesis del Decreto Ejecutivo 1023

<i>Actividad</i>	<i>Nivel Jerárquico</i>	<i>Responsable</i>	<i>Objetivo</i>	<i>Vigencia</i>
<i>Comité Presidencial del Bicentenario.</i>	<i>Supranacional Nacional</i>	<i>Lic. Juan Paz y Miño</i>	<i>Misión será planificar y coordinar la ejecución del programa de Conmemoraciones del Bicentenario</i>	<i>2008-2012</i>
<i>Apoyo al Desarrollo del Plan conmemorativo.</i>	<i>Nacional: presidente, vicepresidente y ministros de</i>	<i>Presidente Constitucional de la República</i>	<i>- Impulsar la realización de obras de infraestructura, símbolos del Bicentenario, a nivel local y nacional; - Fomentar la creatividad ciudadana, tanto</i>	<i>2008-2012</i>

	<i>Relaciones Exteriores, Cultura, Educación, Coordinador de Patrimonio Natural y Cultural</i>		<i>en ámbitos institucionales como de la sociedad civil, que permitan la más amplia participación en la comprensión e interpretación del significado del Bicentenario;</i> <i>- Implementar un programa sostenido de presencia y proyección del país en el ámbito internacional, durante estos cuatro años, con especial énfasis en la celebración del 10 de agosto de 1809;</i>	
<i>Apoyo al Comité y a su Comité Ejecutivo</i>	<i>Nacional y local</i>	<i>Comisión Nacional Permanente de Conmemoraciones Cívicas</i>	<i>Coordinar el desarrollo de las actividades y fijar el presupuesto</i>	<i>2008 - 2012</i>

El Decreto Ejecutivo número 561, publicado en el Registro Oficial 156 del 27 de agosto del 2007, citado en el decreto antes expuesto, fue el primer pronunciamiento oficial del Gobierno Ecuatoriano con respecto a la celebración del Bicentenario, del cual se declara que los años 2007 y 2008 serán “Años de Promoción Nacional” y entre 2009 y 2012 “Años de Recordación Nacional del Bicentenario”; en el que también se destaca que esta misión se le encarga a la Comisión Nacional Permanente de Conmemoraciones Cívicas para que dé apoyo al Comité Presidencial del Bicentenario y su Comité Ejecutivo.

La *Comisión Nacional Permanente de Conmemoraciones Cívicas*, fue creada el 8 de junio de 1982 con la finalidad de la formación de conciencia cívica en el ciudadano, por medio del reconocimiento y culto renovado de los valores propios, que caracterizan a la nacionalidad ecuatoriana; actualmente se encuentra adscrita al *Ministerio de Cultura del Ecuador*.⁸⁶

Como análisis del *Decreto 1023*, se puede enfatizar que la intención del Gobierno Nacional es fomentar el civismo, la unidad nacional; enfatizando en la celebración del Bicentenario del Primer Grito de Independencia, y que esta corriente venga tanto de las instituciones como de la ciudadanía en general, no solo de la ciudad de Quito sino del país entero; otro de los puntos importantes es que no se menciona entre los miembros del Comité Presidencial del Bicentenario a ningún representante del Ministerio de Turismo,

⁸⁶ Daniela Pérez, Ministerio de Cultura, 2011.

Cámara de Turismo, o personalidad alguna destacada en este ámbito, por lo que esta fiesta nacional fue netamente enfocada a lo cívico-cultural.

Creación de la Imagen del Bicentenario

Según conversación personal con la señorita Daniela Pérez, funcionaria del Ministerio de Cultura, encargada de la programación Bicentenario, el estado ecuatoriano creo un logotipo para la conmemoración de esta gesta histórica, el cual fue indexado en todo el material impreso del Estado en el año 2009.

El significado de este logotipo está comprendido por los 7 colores y las formas de la bandera “Wiphala”, aquella que es usada por los pueblos indígenas andinos; está conformado también por la “Chacana” o cruz andina, la cual es también un símbolo de los pueblos indígenas de los Andes centrales; y con un cuadrado en el centro que simboliza a la Plaza grande, lugar donde se encuentra el monumento principal a la Independencia.⁸⁷

El logotipo o la marca país para esta celebración es el siguiente:



3.2.1 Actos supranacionales: el Grupo Bicentenario

Congrega a los países Latinoamericanos, cuyo proceso independentista empezó en 1809, y pretende coordinar algunas de las actividades conmemorativas de esta celebración.

⁸⁷ Daniela Pérez, Ministerio de Cultura, 2009.

En el mes de julio del año 2007, durante la X Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, efectuada en la ciudad chilena de Valparaíso, se formó el Grupo Bicentenario; el cual en principio estuvo conformado por **Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador, México, Venezuela y Chile**, naciones que empezaron sus procesos de independencia de la corona española entre 1809 y 1811; a los cuales se unieron en posteriores reuniones Paraguay, El Salvador, y España desde el año 2009 es un miembro invitado.⁸⁸

El Grupo Bicentenario ha mantenido reuniones en Chile, Bolivia, Ecuador, México y Argentina, con el objeto de **coordinar actividades conjuntas destinadas a celebrar**, a nivel continental el Bicentenario de la Independencia de naciones latinoamericanas.

Los países participantes en el Grupo Bicentenario están representados por delegados de las comisiones o de los comités formados por cada gobierno para el Bicentenario; en el caso de Ecuador, el representante es el Licenciado Juan Paz y Miño, Secretario Ejecutivo del Comité Presidencial del Bicentenario; también cuenta con el apoyo de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) y de la Comisión Española para la Conmemoración de los Bicentenarios de los Países Latinoamericanos. El Grupo Bicentenario, está coordinado por un Secretariado pro- t mpore rotativo y renovado cada seis meses.

Tercera Reunión del Grupo Bicentenario

Con motivo del Bicentenario del Primer Grito de Independencia, el Grupo Bicentenario se reunió en Quito del 6 al 11 de agosto de 2009,

Con motivo del Bicentenario del 10 de Agosto de 1809, entre el 6 y el 10 de Agosto se reunieron varios delegados de la Comisiones Bicentenarias de los países del Grupo Bicentenario, que está conformado por Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, el Salvador, España, México, Paraguay y Venezuela. El propósito central fue rendir el homenaje a la gesta ecuatoriana, al mismo tiempo que coordinar acciones y programas para las celebraciones bicentenarias de los países miembros. México, que tiene la secretaría Pro

⁸⁸ Grupo Bicentenario, 2010.

http://www.grupobicentenario.org/index.php?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=60

Tempore del grupo, estuvo representada por José Luis Martínez Hernández (INEHRM-Bicentenario), quien hizo una presentación del Expo Parque Bicentenario de Guanajuato y sobre la reunión del Grupo Bicentenario que se prepara en esa ciudad para septiembre.⁸⁹

En representación de España asistió el Embajador Adjunto para la Comisión Nacional de los Bicentenarios de la Independencia de las Repúblicas Iberoamericanas, D. Juan Romero de Terreros.

Al mismo tiempo se realizaron los “Diálogos del Bicentenario”, actividad académica que contó con Carolina Crisorio (Argentina), Juan Zarate (Bolivia), Alberto Ramos y Marietta Ramos (España), Feliciano García Aguirre (México, Universidad Veracruzana), Carmen Bohórquez (Venezuela) y Arístides Medina Rubio (Venezuela), junto a historiadores ecuatorianos, que participaron en las mesas redondas que se organizaron bajo el tema “América Latina y el Bicentenario: La historia entre el pasado y el presente”.

Los delegados e historiadores participaron en varias sesiones: el viernes 7, por la mañana, hubo una reunión de los académicos para coordinar acciones sobre la difusión de la historia común de América Latina; por la tarde tuvo lugar la primera reunión interna del Grupo Bicentenario. El sábado 8, tanto en la mañana como en la tarde, se desarrollaron las mesas redondas sobre el tema propuesto, en cuatro ciclos de conferencias. El domingo 9 visitaron la ciudad mitad del mundo, por invitación del prefecto de Pichincha; por la tarde, visitaron los museos del Centro Bicentenario y del Centro Metropolitano de cultura, por invitación de la Dirección de Cultura del Municipio de Quito; y por la noche estuvieron presentes en la Velada Libertaria, por invitación especial del Ministerio de Cultura, en la Plaza Grande de Quito, donde se conmemoró el Bicentenario del inicio del Proceso de Independencia de Ecuador. Toda la ceremonia y el festejo estuvo encabezada por el presidente de Ecuador, Rafael Correa. El lunes 10, delegados y académicos participaron en los programas oficiales organizados por la Casa Presidencial. Por la mañana asistieron a la sede de la Asamblea Nacional del Ecuador para presenciar la Sesión Solemne de Toma de Posesión del Mando del Presidente de la República Rafael Correa Delgado. Al mediodía fueron invitados al almuerzo que en Honor de las delegaciones extranjeras, ofreció el

⁸⁹ <http://www.bicentenarios.gob.es/Actos/Paginas/REUNIONENEQUADORDELGRUPOBICENTENARIO.aspx>

Vicepresidente de la Republica Lenin Moreno Garcés, en el Convento de la Merced. Por la noche, participaron en la recepción que el presidente Correa Delgado ofreció a los Jefes de Estado, al príncipe de Asturias y todos los delegados extranjeros invitados a la toma de posesión y a los festejos del Bicentenario.⁹⁰

El logotipo del Grupo Bicentenario es el siguiente:



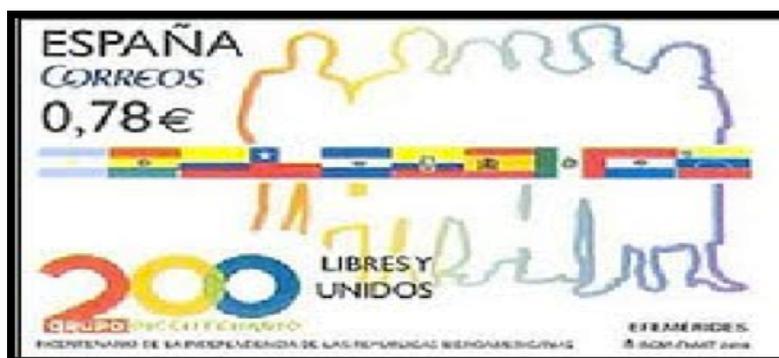
www.grupobicentenario.org

3.2.1.1 Sello postal conmemorativo del Bicentenario

Una de las actividades conjuntas realizadas por el Grupo Bicentenario fue la presentación de un sello postal, el cual fue presentado la mañana del lunes 25 de octubre, en el Palacio de Viana, sede del ministerio español de Asuntos Exteriores y Cooperación, con un valor de 0,78 euros, el nuevo sello cuenta con una tirada de 315.000 ejemplares, su diseño reproduce el logotipo del Grupo con la inscripción “200 Libres y Unidos” y muestra el colorido de las banderas iberoamericanas, como alusión al impulso de todos los países implicados.⁹¹

⁹⁰ <http://www.bicentenarios.gob.es/Actos/Paginas/REUNIONENECUADORDELGRUPOBICENTENARIO.aspx>

⁹¹ http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=artic



Fuente. http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=artic

3.2.2 Actos de las entidades Públicas Nacionales

3.2.2.1 Ministerio de Cultura

a) Proyectos emblemáticos

	FECHA	LUGAR	EVENTO
1	26 de junio	Ministerio de Cultura	Exposición Salvador Allende
2	20 de julio	Quito - Salón Amarillo Presidencia de la República	Presentación del Plan Editorial Bicentenario; Presentación del Sello Bicentenario y Centenarios del Bicentenario
3	16, 17, 18, y 24 de julio	Guayaquil, Teatro Centro Cívico	Presentación de la Ópera: Manuela y el Libertador
4	27 de julio	Quito - Universidad Andina Simón Bolívar, Teatro Nacional de la Casa de la Cultura	Congreso Ecuatoriano de Historia y IV Congreso Sudamericano de Historia
5	Agosto-septiembre	Exposición "Memoria Política en el Ecuador Bicentenario"	Quito - Museo de la Ciudad
6	7 de agosto	Guayaquil - Estadio Modelo	Concierto de Silvio Rodríguez
7	8 de agosto	Coliseo Mayor de Cuenca	Concierto de celebración por el Bicentenario CALLE 13

8	9 de agosto	Quito - Plaza de la Independencia	Concierto Sinfónico Bicentenario
9	9 de agosto	Casa Tránsito Amaguaña, La Chimba	Creación del “Centro Cultural de la Resistencia Indígena”
10	12 de octubre	Base de Manta	Festejo de la nacionalidad ecuatoriana

Descripción del Evento

1. Aniversario del expresidente chileno Salvador Allende, muestra iconográfica y fotográfica.
2. En este acto se presentará el libro Historia Gráfica del Ecuador 1809-2009 y el plan editorial para conmemorar el Bicentenario. Además se realizará la presentación de los cuatro sellos postales conmemorativos del Bicentenario.
3. La memorable ópera llega a la ciudad de Guayaquil, como parte de la programación del Teatro Centro Cívico. Se presentará la Obra Manuela y el Libertador, cuyo contenido es una exaltación del papel que desempeñó nuestra patriota ecuatoriana en la gesta libertaria, impulsada por Simón Bolívar. Entrada gratuita.
4. Un espacio de debate sobre las independencias a nivel mundial. Veintiún simposios especializados con doscientos veintiséis ponencias de académicos de treinta países.
5. La recuperación de la memoria política es uno de los principales ejes que mueven a la conmemoración de la Independencia. En este evento se pretende recuperar un espacio público generando un acercamiento ciudadano, tan representativo y trascendental para la historia ecuatoriana.
La exposición consiste en una recopilación de los acontecimientos más importantes desde el centenario de la Independencia hasta el día de hoy.
6. Por primera vez en Guayaquil se ofrecerá un concierto del mayor representante de la canción latinoamericana, cuya presentación se realiza en el marco del

compromiso adquirido por Silvio Rodríguez en Cuba para aportar al Bicentenario del Ecuador. Entrada gratuita.

7. Orquestas Sinfónicas Nacionales en un espectáculo inolvidable, en las veintitrés provincias, al aire libre y para todo público, en homenaje a los doscientos años de luchas independentistas, con repertorio popular y de Luis H. Salgado.
8. Creación de un centro cultural para la población con biblioteca, mediateca, auditorio, huerto orgánico, sala de internet, etc.
9. La música es un elemento importante para celebrar y recuperar los espacios públicos. Participarán diez destacados grupos y artistas nacionales.
10. Los ecuatorianos se unen en la cultura y el arte a favor de la soberanía nacional y la constante búsqueda de la independencia en el año del Bicentenario.

b) Actividades del Bicentenario

HASTA DICIEMBRE 2009 ⁹²
Caravanas del Bicentenario Santo Domingo, Lago Agrio, Machala, Cotacachi, Ibarra, Yaguachi, Pelileo, Chone, Cañar, Portoviejo, Gualaceo
La Fiesta del Bicentenario se traslada a diversos cantones del país para que, junto a sus efemérides locales, se festejen también los doscientos años de las luchas independentistas y se siga promoviendo la construcción de una real Independencia. La Caravana del Bicentenario llega a cada cantón con expresiones artísticas y culturales de diversa índole. Teatros, músicos y gestores culturales se unen a las celebraciones. Talleres de música y teatro con las agrupaciones participantes en espacios dedicados exclusivamente a los jóvenes. Una iniciativa de los Colectivos Juveniles Locales.

TODOS LOS DOMINGOS DESDE EL 10 DE MAYO DE 2009: 21H00 ⁹³
Transmisión del programa “Rutas de la Libertad - Ecuador hacia el Bicentenario” Ecuador TV

⁹² Ministerio de Cultura

⁹³ Ministerio de Cultura

El proyecto “Rutas de la Libertad - Ecuador hacia el Bicentenario” se llevó a cabo con la finalidad de recuperar los lugares y personajes trascendentes en la historia de la Independencia ecuatoriana.

Veintiún jóvenes de América Latina recorren el Ecuador recopilando crónicas de la historia de nuestros pueblos, para finalmente hacer un análisis sobre la construcción política de nuestros países latinoamericanos con miras a la integración del continente.

15 DE JUNIO⁹⁴

Congreso de Academias de Historia Sala Capitular (inauguración) y Universidad Andina Simón Bolívar

Con motivo de la celebración del Bicentenario de la revolución de Quito del 10 de Agosto de 1809, y del inicio del proceso emancipador de Hispanoamérica la Asociación Iberoamericana de Academias de la Historia realiza en la ciudad de Quito, un congreso extraordinario. La sesión inaugural se efectuará en la propia Sala Capitular de San Agustín, y las sesiones de conferencias, en donde participan delegados de dieciocho academias, incluida la ecuatoriana, en el Paraninfo de la Universidad Andina.

10 - 19 DE JULIO⁹⁵

Feria Internacional del Libro - EXPOLIBRO 2009
Guayaquil - Palacio de Cristal

Con la participación del Ministerio de Cultura se ha logrado que este año la EXPOLIBRO se realice en conmemoración al Bicentenario. El Ministerio de Cultura formará parte de esta feria con un stand en el que se promocionará, principalmente, la colección editorial “Los Centenarios del Bicentenario”.

Además se ha programado una serie de eventos con la participación de destacados escritores nacionales e internacionales.

24 DE JULIO⁹⁶

Conciertos del Bicentenario en homenaje a la ciudad de Guayaquil Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo

Participación de varios artistas nacionales e internacionales en conciertos como

⁹⁴ Idem

⁹⁵ Idem

⁹⁶ Ministerio de Cultura.

homenaje a la Fundación de la ciudad de Guayaquil, que se suman a la celebración del Bicentenario.

25 DE JULIO⁹⁷

Conciertos del Bicentenario en homenaje a la ciudad de Guayaquil Teatro Centro Cívico.

Participación de varios artistas nacionales e internacionales en conciertos como homenaje a la Fundación de la ciudad de Guayaquil, que se suman a la celebración del Bicentenario.

AGOSTO⁹⁸

Reconocimiento público “Medalla Bicentenario”

Ministerio de Cultura

Con motivo del Bicentenario, se reconocerá a personalidades destacadas con la “Medalla del Bicentenario”. Esta medalla se entregará a los ciudadanos comunes que trabajan por la construcción de la democracia y la nueva Independencia.

7 A 10 DE AGOSTO⁹⁹

Diálogos del Bicentenario Quito.

Los “Diálogos del Bicentenario” reunirán a los mejores exponentes de la investigación histórica en América Latina. Se trata de un espacio de discusión cuyo objetivo es replantear nuevas y mayores metas para los próximos doscientos años que vendrán con el fin de fomentar la integración latinoamericana. Comités Bicentenario de América Latina.

9 DE AGOSTO¹⁰⁰

El Palacio y el Bicentenario

Palacio de Carondelet

El Palacio de Carondelet se abre en la noche para que todos los ciudadanos conozcan las instalaciones de la histórica edificación. Además se exhibirá la muestra fotográfica “Milicias Revolucionarias”.

⁹⁷ Idem

⁹⁸ Idem

⁹⁹ Idem

¹⁰⁰ Ministerio de Cultura.

15 DE AGOSTO ¹⁰¹
<p>Concierto: “Canto Latinoamericano por el Bicentenario” Plaza de San Francisco</p>
<p>Los más importantes artistas latinoamericanos se reúnen en una de las plazas más tradicionales de la ciudad de Quito, bajo la premisa de apropiación de los espacios públicos y democratización del arte y la cultura.</p>

SEPTIEMBRE ¹⁰²
<p>50 años de la Casa de las Américas Teatro Variedades</p>
<p>Un homenaje a una de las más emblemáticas instituciones culturales de América Latina. Exposición de Roberto Mata; ciclo de documentales, teatro, literatura y música.</p>

SEPTIEMBRE ¹⁰³
<p>IV Congreso de Cocinas Andinas Quito - Antiguo Hospital Militar</p>
<p>Los sabores, los condimentos, las tradiciones y la cultura culinaria latinoamericana se juntan en una sola exposición: el “IV Congreso de Cocinas Andinas” en pro de la recuperación de las culturas ancestrales a través de la gastronomía y con la misión de promover los nuevos planteamientos de soberanía alimentaria a nivel de toda América Latina.</p>

SEPTIEMBRE ¹⁰⁴
<p>Colección 200 – Lanzamiento Ministerio de Cultura</p>
<p>La propuesta presentada en América Latina y el Caribe por el Ministerio de Cultura del Ecuador para el lanzamiento de una colección de diversas representaciones de las letras, la música, el cine y las artes plásticas, iniciarán con la conformación de la “Unidad</p>

¹⁰¹ Idem.

¹⁰² Idem.

¹⁰³ Ministerio de Cultura.

¹⁰⁴ Idem

Técnica de la Colección 200”, que será responsable de la recopilación de las obras a ser publicadas dentro de esta colección, sobre la base de las propuestas y postulaciones que cada país realice.

13 DE NOVIEMBRE¹⁰⁵

Congreso: Memoria Política en el Ecuador Bicentenario
FLACSO

Los planteamientos iniciales de la exposición se plasman en un Congreso de Historia organizado por la FLACSO; el análisis desde una visión más catedrática se centra en la problemática de la “Memoria Política en el Ecuador Bicentenario”.

3.2.2.2 Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración

a) Principales actividades dentro del país:¹⁰⁶

- 10 de agosto 2009: Traspaso de la Presidencia Pro-tempore de UNASUR, Sala Capitular Convento de San Agustín.
- Ceremonia de Posesión del Mando Presidencial del Presidente Rafael Correa, Asamblea Nacional.
- Encuentro del Presidente con el pueblo ecuatoriano, Estadio Olímpico Atahualpa.
- Recepción para todas las personalidades invitadas en el patio del Convento de San Francisco.
- 11 de agosto de 2009: Conversatorio “Los Desafíos de América Latina”, Salón Los Próceres, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.

b) Principales actividades en Embajadas y Consulados en el exterior:¹⁰⁷

¹⁰⁵ Idem

¹⁰⁶ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.

¹⁰⁷ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.

- 25 de marzo de 2009: Embajada de Ecuador en Londres “In celebration with Ecuador” Recital de poemas de la autora Rocío Duran Barba, música indígena del autor Fredi Rojas y exposición de pintura de la autora Carolina Laso.
- 23 de mayo de 2009: Embajada de Ecuador en Seúl “Festival Cultural Ecuatoriano” Exposición de la Historia del Ecuador; colocación de afiches gigantes con la leyenda “1809 - Bicentenario de la Independencia del Ecuador – 2009”, en las calles de la ciudad de Insadong; entrega de mil globos a los asistentes al festival con el color de la bandera ecuatoriana y la escrito en coreano “Bicentenario de la Independencia del Ecuador”.
- 21-28 de mayo de 2009: Embajada de Ecuador en Roma “Semana de celebración del Bicentenario de Ecuador” varios eventos de música, arte, danza.
- 10 de agosto de 2009: Consulado General de Ecuador en Valencia España. Inauguración de las nuevas instalaciones del Consulado.
- 5, 6, 8, 10, 16 de agosto de 2009: Embajada de Ecuador en México, varios eventos de danza folklórica, cine, historia, y develamiento de una placa homenaje al escritor Benjamín Carrión en el patio central de la embajada ecuatoriana.
- 16 de octubre de 2009: Embajada de Ecuador en Berlín, mesa redonda con el tema “Ecuador: cultura, literatura e identidad (1809 – 2009)”, con participación de docentes de varias universidades distinguidas en Europa.

3.2.2.3 Ministerio de Turismo

a) **Desfile Cívico de la Ecuatorianidad:** ¹⁰⁸

- **Descripción:** El primer desfile de la ecuatorianidad quiso plasmar en los 24 carros alegóricos la riqueza de nuestro país, lo más representativo en los campos social, cultural y patrimonial de cada

¹⁰⁸ Ministerio de turismo.

provincia de nuestro país. Los colores resaltaban a cada uno de los elementos que son parte de nuestra identidad, desde los frailejones del Carchi, pasando por las iglesias del Centro Histórico de Quito, el imponente Cotopaxi, los bosques de Esmeraldas, la biodiversidad de Galápagos, la herencia arqueológica de la cultura Valdivia en Santa Elena, la mama Tungurahua, la riqueza y el verdor de nuestra Amazonía, los Andes y su cultura diversa, la costa y sus playas.

- **PROGRAMA DEL DESFILE DE LA ECUATORIANIDAD**

AV. DE LOS SHYRIS

Fecha: Domingo, 9 de agosto 2009

Hora: 10h00

PRIMER SEGMENTO

Desfile de autoridades, militares, una Bandera Tricolor gigante y una banda de músicos.

SEGUNDO SEGMENTO

Carros alegóricos de las 24 provincias del país, que conjugan los conceptos turísticos, culturales y productivos.

TERCER SEGMENTO

Parada Militar.



Fuente: Ministerio de Turismo



Fuente: Ministerio de Turismo

3.2.2.4 Ministerio de Defensa

- Parada Militar en Desfile de La Ecuatorianidad:



Fuente: Ministerio de Defensa.

- Arreglo de Luces con la leyenda “agosto 1809 REVOLUCION QUITENA” y una antorcha con el tricolor ecuatoriano en el Panecillo.



Fuente: Ministerio de Defensa

3.2.2.5 Ministerio Coordinador de Patrimonio

a) Instituto Nacional de Patrimonio Cultural: ¹⁰⁹

- Conversatorio: ¿Qué pretendían los patriotas del 10 de Agosto de 1809? Fecha: 2 de julio de 2009. Participante: Dr. Carlos Landázuri, Director del Área de Cultura del Banco Central del Ecuador.
- Conversatorio: Participación de la Iglesia en los procesos libertarios de 1809 en Quito. Fecha: 9 de julio de 2009. Participante: Lic. Rex Sosa, Investigador del Proyecto QhapaqÑan, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- Conversatorio: La Participación de los Indígenas en los Procesos Libertarios de 1809. Fecha: 16 de julio de 2009. Participante: Máster Pablo Ospina, Investigador del Área de Historia, Universidad Andina Simón Bolívar.
- Conversatorio: La Participación de las Mujeres en los Procesos Libertarios de 1809. Fecha: 23 de julio de 2009. Participante: Lic. Lucía Moscoso, Directora de Transferencia del Conocimiento del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

3.2.3 Actos de la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2.3.1 Secretaría de Cultura: ¹¹⁰

- Velada Libertaria 2009 “Vive la Independencia”. Lugar: Centro Histórico.

¹⁰⁹ Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

¹¹⁰ Fuente: Secretaria de Cultura de Quito



Fuente: Secretaria de Cultura de Quito

3.2.3.2 Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural (Ex FONSAL)

- Exposición: “La Revolución Quiteña del 10 de Agosto de 1809”. Desde agosto 2008 hasta 13 de septiembre de 2010.

Descripción: La exhibición ofrece información histórica del 10 de agosto de 1809 en una puesta en escena accesible y contemporánea. Se trata de una exhibición interactiva que invita al público a ponerse en contacto con los hechos históricos del 10 de Agosto de 1809 mediante imágenes, escenografías, videos, textos y recursos interactivos que relatan de forma sencilla y clara los aspectos fundamentales de ese período de nuestra historia, muestran a los protagonistas y sus acciones, así como los efectos de este proceso.

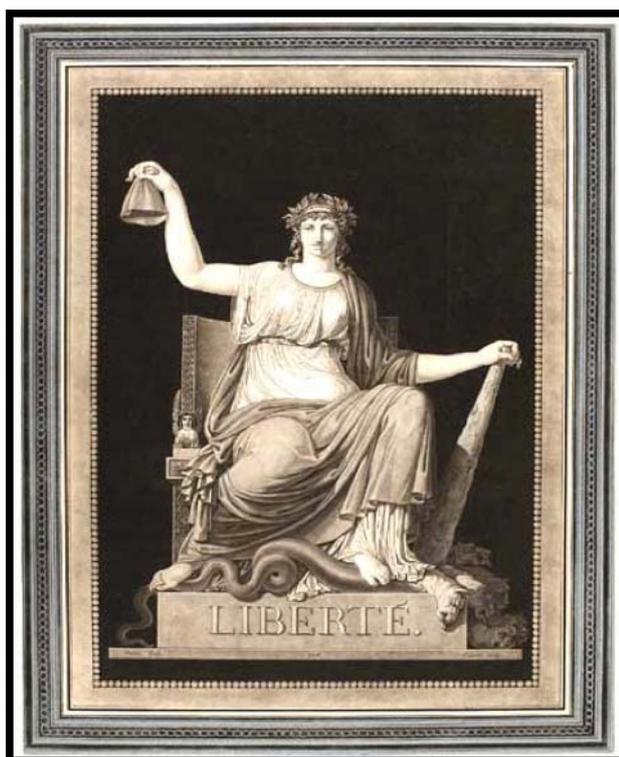
La muestra ocupará buena parte del edificio del antiguo Hospital Militar, y estará acompañada de exhibiciones complementarias que abordan otros aspectos y entornos relacionados con los hechos del 10 de Agosto de 1809. Funcionarán también en el edificio una Sala de Cine y una Sala Académica para realizar charlas, lanzamientos de libros y conversatorios sobre La Revolución Quiteña.

El antiguo Hospital Militar, edificio sede de la exhibición, es una construcción notable, levantada a inicios del siglo XX bajo el esquema de la arquitectura neoclásica. El edificio fue sometido a un cuidadoso proceso de restauración con motivo de la inauguración de la exhibición a un costo aproximado de dos millones de dólares.



Fuente: Secretaria de Cultura de Quito

- Muestra: “Del Terror a la Libertad, origen y causas de la Revolución Francesa”. Desde 15 de mayo de 2009 hasta 16 de agosto de 2009. Exposición de 110 piezas entre grabados, dibujos y algunos objetos de la colección de Edmond Rothschild sobre la época de la Revolución Francesa traídos desde el Museo de Louvre, gracias al auspicio de varias entidades, entre ellas la Embajada de Francia en Ecuador y la Alianza Francesa de Quito.



Afiche Exposición “Del Temor a la Libertad”

Fuente: Secretaria de Cultura de Quito

3.2.3.3 Empresa Metropolitana de Gestion de Destino Turistico de Quito.

- Ruta Bicentenario ¹¹¹

Parada 1. Palacio Presidencial

El blanco estucado perfectamente simétrico pinta una serie larga de las columnas que decora un balcón superior al frente del Palacio. Este balcón está inspirado en el Palacio de las Tullerías, en París, y sus estructuras fueron un regalo del gobierno francés en el siglo XIX. Al frente, la Plaza de la Independencia levanta en su centro el monumento a los héroes de las revoluciones de hace dos siglos. Pasando la custodia de los elegantes Granaderos de Tarqui se puede ingresar al Palacio para apreciar sus salones principales, la sala de retratos de los ex presidentes y una colección de obsequios entre los que constan

¹¹¹ Quito Turismo

obras del pintor colombiano Fernando Botero, esculturas, vestimentas típicas, monturas y bordados.

Parada 2. La Catedral

La Catedral Metropolitana fue construida entre 1562 y 1567 y es considerada la más antigua en América del Sur. Sus paredes y cúpulas han presenciado todos los acontecimientos importantes en la capital. Lugar de descanso para gobernantes y de devoción a los héroes de la Independencia, la Catedral está repleta de historias secretas. Las placas grabadas que forran las paredes exteriores, honran a los padres de la Independencia. Los restos de la figura más célebre de ésta, Antonio José de Sucre, descansan en una pequeña capilla dentro de la catedral.

Parada 3. Centro Cultural Metropolitano Museo de Cera

El museo Alberto Mena Caamaño, parte del Centro Cultural Metropolitano, alberga la muestra que se conoce como Museo de Cera. Aquí se recrea lo sucedido el 2 de agosto de 1.810: un grupo de patriotas quería liberar a sus compañeros detenidos en el Cuartel de la Real Audiencia desde la revuelta del 10 agosto de 1.809, pero el plan falló y la represión de fue brutal por parte de los soldados reales. Hubo trescientos muertos en aquella jornada heroica y trágica. Las figuras de cera que recrean este pasaje fueron realizadas en 1.970 por el artista francés Alexander Barbieri con la asistencia de artistas nacionales.

Parada 4. El Sagrario

La iglesia parroquial de El Sagrario, conectada a la Catedral, consta en el Primer Libro de Catastro distribuido entre los Fundadores de la Villa de Quito. Sin embargo, su construcción final, que fue llevada a cabo gracias al ánimo y contribución financiera de la fraternidad del Sagrado Sacramento, ocurrió en 1617. El 4 de noviembre de 1694, el arquitecto José Jaime Ortiz, que había llegado de Alicante (España), firmó el contrato para la construcción de la iglesia de Nuestro Señor Sacramentado Museo Casa de Sucre.

Parada 5. Museo Casa de Sucre

Antonio José de Sucre es una figura histórica muy cercana a Quito, pues lideró al ejército que, en 1822, derrotó a las fuerzas realistas españolas y obtuvo la libertad para la Real Audiencia de Quito. El museo, que hoy funciona donde fue la vivienda que compartió con su esposa, la quiteña Mariana Carcelén, tiene abierta una sala de armas, un sala de vestidos, el oratorio, la cocina, el escritorio, la alcoba, y está decorada con muebles de la época, elementos que permiten imaginar la vida cotidiana en Quito durante el turbulento periodo que siguió a las guerras de independencia.

Parada 6. Museo Manuela Sáenz

Manuela Sáenz no solo luchó en los salones de Quito sino también en campos de batalla, por ello constituye una figura de gran importancia en la historia independentista de nuestro país. El museo levantado en su honor tiene 11 cuartos en los que se puede observar pinturas, libros y objetos personales de la heroína, así como de Simón Bolívar y Antonio José de Sucre. Se puede admirar también cuadros de pintores europeos, esculturas religiosas de los siglos XVI al XX, mármoles chinos y africanos del siglo XV y una colección de invalorable cristos de diferentes autores, incluidos el gran Caspicara de la Escuela Quiteña.

Parada 7. San Agustín

Tras las pesadas puertas de madera, escoltadas por una entrada hermosamente tallada en piedra, se encuentra un impresionante interior que lo transporta a uno hasta el siglo XVI. Adentro, cada pulgada de las paredes del patio está cubierta con delicadas decoraciones de oro y las de la iglesia sostienen representaciones en óleo de la vida y el trabajo de San Agustín, realizadas por Miguel de Santiago, uno de los más grandes exponentes de la Escuela Quiteña. Los restos de este pintor están bajo la iglesia.

Parada 8. Convento de El Carmen Bajo

El convento de El Carmen Bajo fue fundado en 1669, en Latacunga (una ciudad ubicada a dos horas de la capital), pero fue destruido por un terremoto en 1698 y luego se lo reedificó en Quito. En el interior conviven los religiosos de la Orden Carmelita que se han entregado a la contemplación y a la espiritualidad. Adentro se puede admirar la bella

iglesia en su conjunto, los cuartos del monasterio y su naranjal. En el corazón de la cripta de esta iglesia la marquesa Mariana Carcelén colocó en secreto los restos de su marido, el gran Mariscal Antonio José de Sucre, pero años más tarde fueron trasladados a la Catedral.

Parada 9. Centro de Arte Contemporáneo “El Bicentenario”

Está por cumplirse un año de que se abriera al público la exhibición “La Revolución Quiteña” en el edificio del antiguo Hospital Militar, hoy rebautizado como Centro de Arte Contemporáneo El Bicentenario. Cinco pabellones acogen a la muestra principal “La Revolución Quiteña”, mientras que “América Insurgente”, “Muros y Calles” y “Nuestra historia, ¡vívela jugando!” se exhiben en salas contiguas. También, en salas aledañas del edificio se instalaron exhibiciones complementarias que abordan otros aspectos, hechos y personajes sobre este proceso histórico tan importante de nuestra historia.

Parada 10. Museo Templo de la Patria

El 24 de mayo de 1822 acaeció en las faldas del volcán Pichincha la batalla que puso fin a la dominación colonial en el territorio del Cabildo de Quito. En el año 1920 el Presidente de la República Dr. José Luis Tamayo, para conmemorar esta batalla, levantó un obelisco para evocar a los soldados y personajes ilustres que intervinieron en la liberación de Ecuador.

Actualmente a este sitio se lo conoce como Cima de la Libertad y en él funciona el museo "Templo de la Patria", donde están expuestos varios murales donde se representan momentos y personajes destacados en la consecución de la libertad americana.



Fuente: Quito Turismo

3.2.4 Actividades Nacionales Privadas: ¹¹²

- 1. VII Congreso Ecuatoriano de Historia y IV Congreso Sudamericano de Historia “Las Independencias, un enfoque mundial”**

Lugar: Quito, del 27 al 31 de julio de 2009

Organizado por: Universidad Andina Simón Bolívar, la Sección de Historia y Geografía de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, la Asociación de Historiadores del Ecuador ADHIEC y el Taller de Estudios Históricos TEHIS.

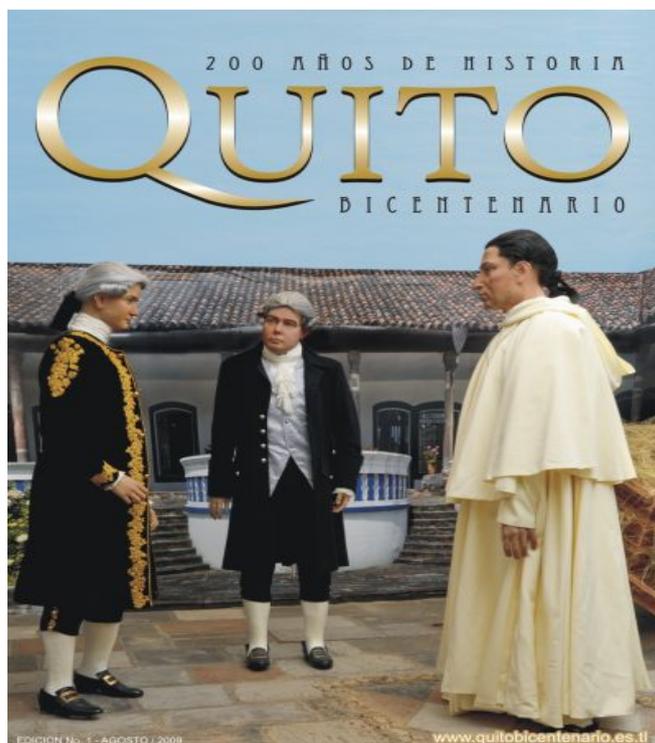
¹¹² : www.congresoinependencias.com



Fuente: www.congresoindependencias.com

2. Revista “Quito Bicentenario”

- Revista Quito Bicentenario es una publicación de Efecé Publicidad con circulación gratuita en todo el país, que fue creada con el propósito de difundir temas importantes relacionados con los 200 años de historia de Quito, buscando lograr una concienciación ciudadana, y de esta forma rescatar y conservar nuestros valores culturales, históricos, tradiciones, y recursos turísticos que posee la ciudad, entre los principales temas que se trata en la revista se encuentran: Historias, Leyendas, Tradiciones, Personajes importantes, Guía de Lugares Turísticos, Centros de Diversión, Hoteles, Alimentación y Recreación, Directorio comercial, Quito antiguo, Quito moderno, Gastronomía, Cultura, Deportes, Salud, Turismo, Entretenimiento, temas de actualidad, entre otros.



Fuente: Efecé Publicidad

Dirección: Paris N41-178 y Sena. Quito

3.3 Obras del Bicentenario

3.3.1 Correos del Ecuador:¹¹³

- a) Sellos postales: Con motivo de la celebración del Bicentenario del Primer Grito de Independencia, el día 14 de agosto de 2009, se presentó las estampillas conmemorativas de esta fecha histórica para el Ecuador.

La primera es una estampilla que está elaborada en papel corcho y se constituye en el primer sello postal de esa calidad en el país y el segundo a nivel mundial.

¹¹³ Fuente: Oficina Correos del Ecuador (Quito)



Fuente: Oficina Correos del Ecuador (Quito)

La segunda es una hoja recuerdo con un holograma tridimensional esta es la primera vez que se lo hace en un sello postal ecuatoriano.



Fuente: Oficina Correos del Ecuador (Quito)

3.3.2 Banco Central del Ecuador

- a) El Banco Central del Ecuador emitió una edición limitada de 200 monedas de un sucre conmemorativas al Bicentenario del Primer Grito de la Independencia de

1809; las monedas son de plata proof de 999 milésimas y 27 gramos de peso, e incluyen una capsula plástica con el certificado numerado y firmado por la casa de acuñación.



Fuente: Banco Central del Ecuador

3.4 Detalle de las inversiones realizadas en las festividades por el Bicentenario

El siguiente es un cuadro de relación de la inversión en la conmemoración del Bicentenario, según datos obtenidos en fuentes oficiales.

Cuadro 3.2: Dinero invertido en la Conmemoración

Rubro	Costo
Servicios auxiliares de espectáculos (elaboración de carros alegóricos) diseño adecuación artística de carros alegóricos	USD 43,500.00
Servicios relacionados con la solicitud de espacio o tiempo para avisos de publicidad en estaciones de radio y televisión, desfile cívico militar conmemoración bicentenario del primer grito de la independencia.	USD 116,000.00

Servicios de diseñadores de escena, desfile cívico militar conmemoración bicentenario del primer grito de la independencia.	USD 25,650.00
Servicios de diseñadores de escena desfile cívico militar conmemoración bicentenario del primer grito de la independencia.	USD 16,700.00
Servicios de diseñadores de escena desfile cívico militar conmemoración bicentenario del primer grito de la independencia.	USD 72,000.00
Servicios de planificación, creación y ejecución de la totalidad o de parte de las campañas de publicidad, incluida la selección de los medios de información que se van a utilizar, el diseño de anuncios, ilustraciones, carteles, etc., confección de guiones, desfile cívico militar conmemoración bicentenario del primer grito de la independencia.	USD 34,800.00
Total	USD 308,650.00

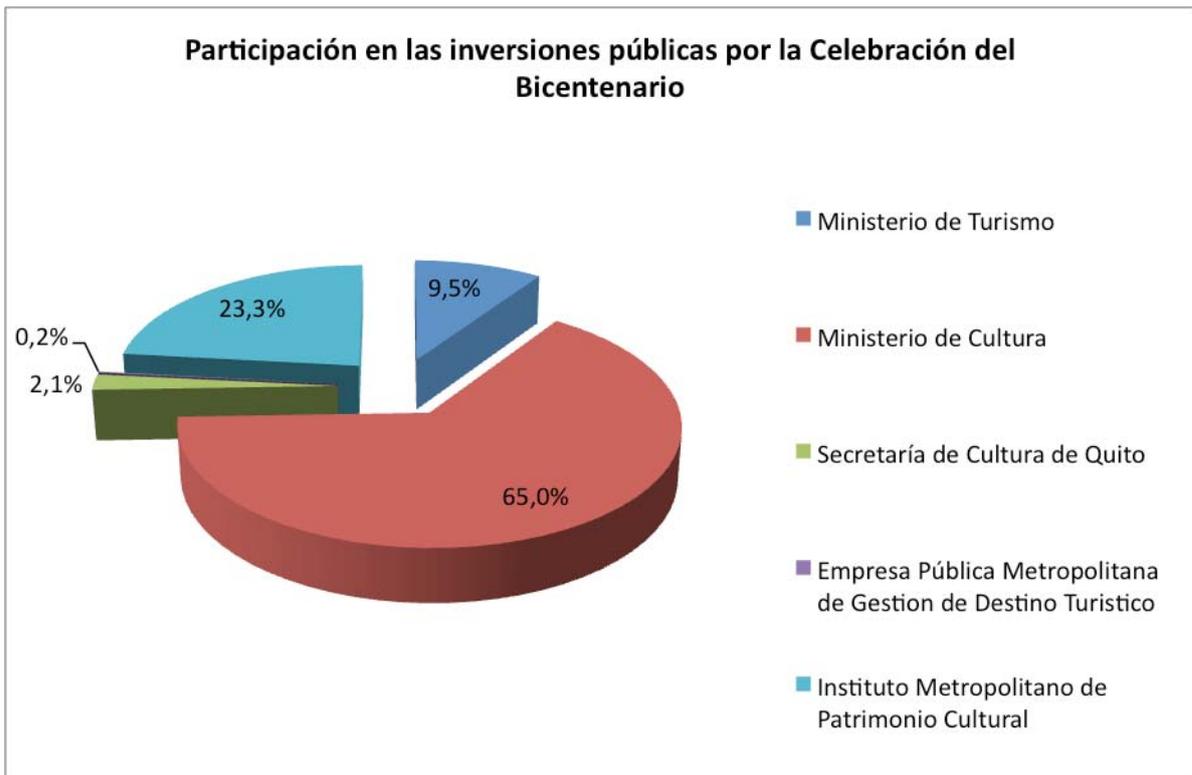
Los siguientes cuadros y sus respectivos gráficos contienen los datos relativos a los niveles de organización y participación de las diferentes instituciones en la celebración del Bicentenario.

Cuadro N° 3.3. Relación de participación de las Instituciones Públicas.

Institución	Participación	%
Ministerio de Turismo	308.650,0	9,5
Ministerio de Cultura	2.110.855,9	65,0
Secretaría de Cultura de Quito	69.175,0	2,1
Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico	5.000,0	0,2
Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural	755.433,9	23,3
TOTAL	3.249.114,8	100,0

Fuente: Elaboración propia, en base a datos proporcionados por las entidades citadas.

Gráfico 3.1: Relación de la participación de las instituciones públicas



Fuente: Elaboración propia, en base a datos proporcionados por los datos mencionados.

Del anterior cuadro y su correspondiente gráfico, se puede destacar principalmente que la institución con mayor participación en la celebración del Bicentenario fue el Ministerio de Cultura, con el 65,0%; con lo que a las claras se puede interpretar que esta celebración fue algo netamente cultural.

CONCLUSIONES

El desarrollo de la presente investigación permite formular las siguientes conclusiones:

En relación al objetivo general

El objetivo general de este estudio estuvo formulado en los siguientes términos:

Comparar el comportamiento del flujo turístico en la ciudad de Quito en el periodo 2006-2010, con los resultados obtenidos en el 2009, año conmemorativo del Bicentenario del Primer Grito de Independencia.

Este objetivo se cumplió, pues en los capítulos II y III se presentaron los datos en relación a este tema, reforzados con la base teórica presentada en el capítulo I. Los datos expuestos en los capítulos I y II posibilitaron medir la variación de visitas turísticas al país y a la ciudad de Quito, habiéndose comprobado que lejos de producirse un incremento de turistas a esta ciudad, se presentó un descenso, lo que indica que no se le prestó interés a una serie de actividades que pudieron aprovecharse para el incentivo del turismo receptivo y el turismo interno.

En relación a los Objetivos Específicos

El primer objetivo específico buscaba:

Determinar el comportamiento histórico del flujo turístico de la ciudad de Quito en los meses de Julio y Agosto en el periodo 2006-2010 y compararlo con el del año 2009.

Se determinó que hubo fluctuaciones en el comportamiento histórico de los años referidos, habiéndose comprobado una baja en la afluencia de visitantes durante julio de 2009, aunque en agosto hubo un importante repunte, pero se mantuvo más bajo que el mismo período del año 2008.

El segundo objetivo específico buscaba:

Evaluar cuál fue la participación pública y privada incentivando el turismo receptivo hacia la ciudad de Quito motivado por esta celebración.

Se identificaron varias actividades programadas y ejecutadas tanto desde los diferentes ministerios como desde entidades privadas, habiendo tenido un peso superior las entidades públicas, sobre todo por su capacidad financiera, al haber contado con un importante desembolso que permitió ejecutar las diferentes obras y actividades programadas.

El tercer objetivo específico buscaba:

Identificar los subsectores de la actividad turística más beneficiados con motivo de esta conmemoración.

Se determinó que no hubo actividades turísticas beneficiadas, pues las agencias no incluyeron una oferta turística para los visitantes en las referidas fechas.

Adicionalmente, se tienen las siguientes conclusiones:

- La celebración del bicentenario es una serie de actos de recordación cívica, de forma que se mantenga viva en la memoria de los latinoamericanos en general y ecuatorianos en particular, que se desarrolla desde 2008 hasta 2012.
- Al constituirse en una celebración de gran magnitud, no sólo en el Ecuador, sino en todo el continente, se constituye en una oportunidad importante para atraer el turismo, tanto interno como internacional, pero las diferentes actividades no estuvieron orientadas a estimularlo.
- La creación del Grupo Bicentenario, que incluye a todos los países iberoamericanos, e incluso España, también es una importante oportunidad para desarrollar estrategias que permitan plantear ofertas turísticas.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar estrategias que permitan aprovechar turísticamente el período que todavía falta para la culminación de las celebraciones.
- Desarrollar más investigaciones sobre esta temática, de forma que se tenga una visión crítica e integral del significado que tuvo el año 1809 para la constitución de la ecuatorianidad.
- Involucrar más a las agencias turísticas, de forma que se genere oferta turística para atraer los visitantes con diferentes actividades culturales, pero de interés turístico.
- Desarrollar un plan estratégico de turismo a largo plazo para la conmemoración del Bicentenario de la Batalla de Pichichincha, el 24 de mayo de 2022.

ANEXOS

Agencia de Viajes	Ubicación	Segmento principal	Segmento secundario	¿Generó algún tipo de oferta por el bicentenario?	¿En qué consistió?			¿A qué segmento o de mercado?	Costo	Cuántas Unidades Vendidas	Lo mantiene		Sus expectativas sobre la consumición turística fueron cubiertas en este año
					Tour Diario	Tour de más de 2 días /noche	Servicio específico				Si	No	
											Si	No	
											Si	No	
											Si	No	
											Si	No	
											Si	No	

BIBLIOGRAFÍA

ARELLANO C., Rolando; *Marketing: Enfoque América Latina*. Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México, 2001, Pág. 69.

AYALA Mora, Enrique. *Independencia y Período Colombiano*, en Enrique Ayala Mora, edit., Nueva Historia del Ecuador, vol. 6, Quito, Corporación Editora Nacional / Grijalbo, 1994.

BLACKWELL, Roger D. y otros: *Comportamiento del consumidor*. Edit. Thompson, México, 2002, Pág. 9.

BOULLÓN, Roberto: *Planificación del espacio turístico*, Edit. Trillas, México, 1994, pág. 31.

BUSTOS LOZANO, Guillermo: *El Bicentenario: legados y nuevas perspectivas*, La Revolución Quiteña, Fascículo 1, copias sin referencias de edición.

CANELOS, Ramiro: *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios*.

Diccionario de Marketing, Edic. Cultural S.A., pág. 63.

EMQT, CAPTUR, HQM, AHOTP, CEPLAES: *El perfil del turista de Quito*, Volumen 3, números 9 y 10, 2009, p. 2.

GURRIA DI-BELLA, Manuel: *Introducción al turismo*. Ed. Trillas, México, 2004, pág. 24.

INEC: *Censo Nacional Proyecciones de la población*, 2010, pág. 1.

KOTLER, Armstrong, *Marketing*, Décima Edición, Pág. 10.

MOUTINHO, Luiz: *Consumer Behaviour in Tourism (Comportamiento del consumidor en turismo)*, Journal: *European Journal of Marketing*, Year: 1987, Volume: 21, Number: 10 DOI: 10.1108/EUM0000000004718, Publisher: MCB UP Ltd, Journal disponible en: <<http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldAbstractOnlyArticle/Articles/0070211001.html>> ISSN: 0736-3761>

O' SHAUGHNESSY, John; *Por qué compra la gente*. Ediciones DIAZ SANTOS, S.A. Madrid, 1989, Pág. 9.

Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador, PIMTE 2014

RIVAS JAVIER, Alonso, NOGALES FERNÁNDEZ Ángel, *Comportamiento del consumidor*, Edit. ESIC, Madrid, 1999. Pág. 40.

SCHIFFMAN, León, KANUK, Leslie Lazar. *Comportamiento del Consumidor*, Edit. Prentice Hall, México, 1997, Pág. 7.

SCHIFFMAN, León, KANUK, Leslie Lazar. *Op. Cit.* Pág. 8.

SOASTI TOSCANO, Guadalupe: *La República en el período de 1810-1812. Una mirada de la "independencia" de Quito*, en Bicentenario, Revista Afese 51 Edición Especial, Quito, Ecuador, 2009, pp. 83-84.

SOLOMON, Michael: *Comportamiento del consumidor*, Edit. Prentice Hall, México, 1997, Pág. 120.

STANTON, Etzel y Walker, *Fundamentos de Marketing*, 13a. Edición, Mc Graw Hill, Pág. 49.

VICEMINISTERIO DE TURISMO, "Manual de inventariación turística: Metodología de inventariación", Pub. VMT, La Paz, 2000.

AYALA Mora, Enrique. *Independencia y Período Colombiano*, en Enrique Ayala Mora, edit., Nueva Historia del Ecuador, vol. 6, Quito, Corporación Editora Nacional / Grijalbo, 1994.

Internet

Comité Presidencial del Bicentenario, Ministerio de Cultural del Ecuador (2009) - <http://www.ecuadorbicentenario.gov.ec/>.

Ministerio de Turismo-Austro: *Boletín de estadísticas de turismo 2004 – 2008*, 7 de abril de 2010, disponible en:

http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=784&Itemid=99.

MOCHON, Francisco, Principios de Economía, Pg. 91.

Municipio Metropolitano de Quito, Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural- FONSAL (2009) - <http://www.revolucionquito.com/>.

Oferta y demanda <http://www.joseacontreras.net/econom/Economia/DemOferEq.htm>

<http://www.quito.biz/entretenimiento/turism/34-quito/999-el-monumento-a-la-independencia>

<http://www.bicentenarios.gob.es/Actos/Paginas/REUNIONENECUADORDELGRUPOBICENTENARIO.aspx>

http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=18083:espana-lanza-sello-postal-conmemorativo-del-bicentenario-de-los-paises-de-iberoamerica