

**ACTA DE SESIÓN ORDINARIA DE DIRECTORIO DE LA
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN
DE DESTINO TURÍSTICO-QUITO TURISMO-
No. EPMGDT-SD-001-OR**

En la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, a los 30 días del mes de enero de 2020, a las quince horas con veinte y ocho minutos (15h28), en la Sala de Sesiones 4 de la Alcaldía, se reúne en Sesión Ordinaria, el Directorio de la Empresa.

Preside la Sesión el doctor Marco Collaguazo Pilataxi, Delegado del Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito y Presidente del Directorio. Actúa como Secretaria del Directorio la Gerente General de Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Carla Cárdenas Ramírez, conforme lo establece el artículo 11 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, en concordancia con el artículo 11 del Reglamento Interno del Directorio.

Se deja constancia que actúa como Prosecretario el abogado Mauricio Calderón, Gerente Jurídico de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

El Presidente dispone a la Secretaria, constatar el quórum para instalar la Sesión de Directorio, quien verifica la presencia de los siguientes miembros:

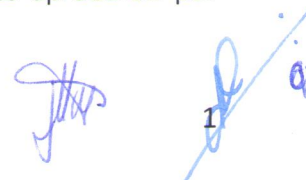
Marco Collaguazo	Delegado del Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito
María Fernanda Garcés	Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad - MDMQ
Sheldon López	Secretario General de Planificación - MDMQ

Se constata por lo tanto que, existe quórum para instalar la sesión de acuerdo al artículo 15 del Reglamento Interno del Directorio (RID) de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

Constatado el quórum, el Presidente declaró instalada la sesión y dispuso que por Secretaría se de lectura al orden del día:

1. Aprobación del acta de la Sesión Ordinaria de Directorio EPMGDT-SD-008-OR de 23 de diciembre de 2019.
2. Conocer y resolver sobre el Informe Anual de la Gerente General; así como los Estados Financieros de la empresa cortados al 31 de diciembre de 2019, acorde con lo prescrito en el artículo 9 numeral 11 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas; y liquidación presupuestaria.
3. Varios.

El Presidente del Directorio dispuso que, por Secretaría se tome la votación de los miembros presentes del Directorio, para la aprobación del orden del día, quienes aprobaron por unanimidad.



El Presidente del Directorio dispuso que, por Secretaría se proceda con la lectura del primer punto del orden del día:

APROBACIÓN DEL ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DE DIRECTORIO EPMGDT-SD-008-OR DE 23 DE DICIEMBRE DE 2019.

El Presidente preguntó a los miembros presentes del Directorio si están de acuerdo con el contenido del Acta, y dispuso que por Secretaría se tome votación, quienes discutieron y aprobaron por unanimidad la siguiente resolución:

RESOLUCIÓN 001-001-2020: *"APROBACIÓN DEL ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DE DIRECTORIO EPMGDT-SD-008-OR DE 23 DE DICIEMBRE DE 2019".*

El Presidente del Directorio dispuso que, por Secretaría se de lectura al segundo punto del orden del día:

CONOCER Y RESOLVER SOBRE EL INFORME ANUAL DE LA GERENTE GENERAL; ASÍ COMO LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA CORTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019, ACORDE CON LO PRESCRITO EN EL ARTÍCULO 9 NUMERAL 11 DE LA LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS; Y LIQUIDACIÓN PRESUPUESTARIA.

La Gerente General de la empresa cedió la palabra al Gerente Técnico, quien expuso la gestión de la Empresa del 2019, señalando cada área.

Comercialización y Alianzas Estratégicas: facturó un millón doscientos cuarenta mil doscientos veinte y tres dólares con noventa y tres centavos, por el alquiler de espacios del Centro de Convenciones Eugenio Espejo, Centro de Convenciones Metropolitano de Quito, Centro de Eventos Bicentenario, organización de eventos y comercialización de productos y servicios en el Quinde Visitor Center.

Los principales eventos fueron la Feria del Mueble EXPOCUENCA 2019 en el Centro de Eventos Bicentenario, la Feria Internacional del Libro en el Centro de Convenciones Metropolitano de Quito y el Encuentro Hábitat III +3 en el Centro de Convenciones Eugenio Espejo.

En el área de Alianzas Estratégicas se continúa trabajando en el Proceso Público de Selección para la Operación, Equipamiento, Administración, Comercialización y Mantenimiento del Centro de Convenciones Metropolitano de la ciudad de Quito.

En el Convenio con el CEN (Centro Ecuatoriano Norteamericano) se ofrecen cursos de inglés para la ciudadanía del cual se busca beneficios para el sector turístico, su funcionamiento es en el Centro de Eventos Bicentenario.

MICE: se participó en el Congreso IICA realizado en Houston en octubre, la empresa participó en miras de buscar acercamientos e información para postulaciones en eventos internacionales que se realicen en la ciudad en los siguientes años.

En el 2020 se realizará el evento del Gran Fondo de Nueva York en Quito, al igual que el evento Flora, el Simposio de la Sociedad Latinoamericana y Caribeña de Historia Ambiental y el evento LACS que tiene que ver con sismografía y geología.

En el 2019 hubieron también eventos con el apoyo de la Empresa como fue el encuentro de Zamoranos, el Congreso Bolivariano de la FILAC, la postulación para el evento de POKEMON, el evento de Roger Federer y el Foro Mundial de Migración y Desarrollo.

En general ha habido apoyo y gestión en la realización de 68 eventos, algunos en el 2019, otros en el 2020 y otros hasta el 2025 lo que le significaría en ingresos a la ciudad catorce millones cuatrocientos cincuenta mil dólares y asistencia de veinte y tres mil ochocientas personas.

Se realizó un viaje de prensa con un medio importante Latinoamérica Meetings para que Ecuador y Quito sean publicados en esa revista.

Se realizó una inspección con la Federación Colombiana de Obstetricia y Ginecología con miras a que se realice dicho evento en la ciudad de Quito.

Mercadeo: está dividido en tres grandes áreas.

Promoción Turística Internacional: diferentes ferias y eventos que Quito Turismo participó a nivel internacional en el 2019 para promocionar el destino, como FITUR que se realiza en España en el mes de enero, ANATO que se realiza en Colombia y ITB que se realiza en Alemania, TMLA, TOPRESSA en Francia, WTM en Londres, la Feria Internacional de Turismo en Cuenca y el Encuentro de USTOA en Estados Unidos. En total Quito tuvo presencia en catorce ferias y eventos internacionales enfocados a los mercados de Europa, Sudamérica y Norteamérica en donde se ubican los mercados prioritarios de la empresa.

Paralelamente se realizaron los ciclos de participaciones en el destino con activaciones de BTL que consistieron en recorridos con empresas turísticas con la finalidad de contactarse con agentes de viaje que se interesen en Quito y vengan dentro de un viaje de familiarización. Coinciden las ferias que se realizaron en España, México, Colombia, Brasil, Estados Unidos, Reino Unido, es decir un total de siete ciclos de capacitaciones y activaciones de BTL, el cálculo del media value internacional es veinte y ocho millones de dólares con seiscientos setenta y dos publicaciones a nivel internacional y un alcance de un millón ciento cincuenta y cinco mil usuarios, publicaciones en medios como Argentina, Reino Unido, Canadá, España; y a nivel nacional El Comercio, La Hora, El Mercurio y El Telégrafo. En cuanto a viajes de prensa y familiarización se tuvo participación en varios mercados como Estados Unidos, Canadá, México, España, Reino Unido, Holanda, Francia, Alemania y Noruega.

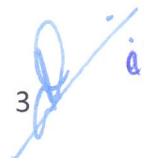
Fam Trips y press trips en Colombia y Brasil. En total 27 viajes de prensa, 16 viajes de familiarización y 2 viajes de scouting.

Marketing e Influencers se destacó la visita de Juan Manuel Barreto, actor de la serie de Netflix, Bolívar, que generó un media value de más de veinte mil dólares.

Se realizaron además dos ruedas de negocios con tour operadores internacionales que conocieron la oferta turística de Quito para que los incorporen dentro de sus ofertas a nivel internacional.

En las Campañas Cooperadas para difundir el destino se trabajó con aerolíneas como Aeroméxico, con mayoristas de turismo como Magic Travel Store, agencias como Sport Travel, en total nueve campañas cooperadas con la industria turística internacional.

Campañas Cooperadas pero en formato digital con medios de Reino Unido, Francia, Estados Unidos y una campaña importante con AVIANCA en donde se transmitió el video de la ciudad en las pantallas de los asientos de los aviones. En total Quito ha liderado 18

campañas digitales para la promoción del destino en la industria turística nacional e internacional.

Dentro de la promoción turística nacional en los denominados hitos de ciudad, en insertos en el diario El Comercio, Últimas Noticias de eventos como el Festival Más Allá de la Vida, activaciones BTL en diferentes lugares como en el Parque Bicentenario se realizó una activación con cometas para que la gente descargue la App turística de la ciudad y en centros comerciales como El Recreo; y con relación al torneo Quito Mitad del Mundo se realizó una campaña promocional fuerte, con aerolíneas como TAME y en Navidad campañas promocionales relacionadas a los Mercados Navideños realizados en el Norte y Sur de Quito, en total se activaron 6 campañas promocionales.

En activaciones a nivel local en el Día del Turismo, el 27 de septiembre se realizó una activación en el Aeropuerto Mariscal Sucre y por las protestas de octubre se tenía previsto realizar en la ciudad la Copa Libertadores de América de la liga femenina, como no pudieron salir de los hoteles se les visitó a las delegaciones con una presentación musical, rosas y chocolates como una muestra de amabilidad.

Viajes de familiarización a nivel local con autoridades en agosto por el cambio de la administración municipal, también se realizaron viajes de prensa con varios medios de comunicación como El Comercio, El Telégrafo, Diario del Norte y La Hora hacia la zona de la Mitad del Mundo y Noroccidente con un enfoque fuerte en la zona del café en la zona de noroccidente.

Se firmó un Convenio Marco de Cooperación con la Universidad Central para generar información relacionada a las diferentes actividades que realiza la empresa, como producto de este convenio se generó datos importantes como los resultados de Torneo Quito Mitad del Mundo. La Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad preguntó sobre el alcance de dicho convenio, el Gerente Técnico respondió que es cooperación enfocada a datos estadísticos con elementos adicionales como contar con la participación de estudiantes en los eventos que necesite la empresa, la Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad preguntó además sobre la metodología que se utiliza, el Gerente Técnico indicó que ellos hacen una propuesta en un formato de encuesta acorde con el tipo de evento, luego la universidad lo tabula y entregan el resultado final, al ser una entidad académica manejan la parte metodológica con mucho cuidado y con resultados objetivos. La Gerente General acotó que en el 2016 con la Universidad Central se determinó el perfil de turista nacional que viene a Quito y que se deberá actualizar dicho perfil para determinar de qué parte del Ecuador vienen y con qué frecuencia por lo que uno de los alcances del convenio es actualizar dicho estudio.

La Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad, señaló que desde su Secretaría está impulsando la generación de información productiva de la ciudad y el turismo es uno de los ejes principales; indicando que su departamento de información se comunicará con el Gerente Técnico para conversar sobre dicho eje.

El Gerente Técnico indicó además del contrato que se tiene con la Empresa Pública de la Escuela Politécnica Nacional para generar estadísticas con un enfoque hotelero, que podría ser un insumo importante para la Secretaría.

En promoción digital a través de las plataformas digitales se tuvo 5800 seguidores en Facebook, 46200 en Instagram y 122000 en Twitter; además de estas cuentas se activó campañas específicas con eventos específicos del año como con el Torneo Mitad del Mundo se tuvo una activación a través de Facebook con un alcance 129.370 personas, con los

Mercados Navideños 162.402 personas, es decir, son campañas que son pagadas, obteniendo un mejor alcance con las redes.

Con la aplicación Quito es Mío se generó 1'850.000 impresiones en anuncios con un alcance de 936.137 personas y un total de 70.410 descargas. A partir del mes de julio y agosto se incrementó el número de descargas por activaciones BTL.

La Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad, preguntó si es posible identificar el tipo de personas que se bajaron la App, el Gerente Técnico indicó que con respecto a eso hay un poco de limitaciones, pues no hay mayor información del perfil de quien descarga las aplicaciones, sin embargo, se podría hacer levantamiento de información a través de otros canales para obtener los datos solicitados.

Comunicación: relaciones públicas, redes sociales y material comunicacional. Se generó 90 boletines institucionales del destino y 80 entrevistas en sus diferentes formatos (tv, radio y prensa), lo que generó un media value de 250 millones según reportes de la agencia de clipping con la que se trabaja. En impacto de noticias, en cuanto a prensa, hubieron 2400 publicaciones.

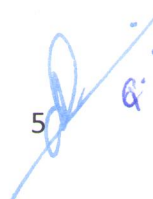
En redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) tienen un enfoque institucional, pues las que se vieron anteriormente tienen un carácter de promoción internacional mientras que éstas tienen un carácter local de comunicación; con 130.000 seguidores en Facebook, 6.387 en Twitter y 46.200 en Instagram, en este último la mayoría de usuarios son millennials.

Materiales de comunicación, se trabajó en los hitos de ciudad, como fueron los Mercados Navideños y el Festival Más Allá de la Vida, también se generó materiales impresos que se entregó al público nacional e internacional y materiales promocionales digitales.

Inteligencia de Mercados: es la generación de las estadísticas a través de diferentes fuentes de información como por ejemplo la tasa de ocupación hotelera, la estancia en hoteles en la ciudad, la capacidad de habitaciones en la ciudad y el gasto promedio de estancia en la ciudad, indicadores que ayudan a planificar y tomar decisiones.

Fue notable una caída del 1.2% en el último trimestre del año pasado en la llegada de turistas en el 2019, no fue tan fuerte comparada con la caída a nivel nacional que según datos del Ministerio de Turismo fue alrededor de un 13%. Por lo sucedido en el mes de octubre, el Presidente preguntó la manera de calcular el número de personas, el Gerente Técnico indicó que se obtienen de la Dirección Nacional de Migración a través de los puertos aéreos y terrestres; y el consolidado de esa información es distribuida a varias entidades públicas, se filtra esa información como, por ejemplo, no se considera el mercado venezolano, es decir, las cifras que se tiene de llegadas de turistas extranjeros son reales.

Desarrollo: activación de eventos importantes de la ciudad como La Semana Santa Quiteña, se realizó ornamentaciones florales, la procesión de Domingo de Ramos con el arrastre de caudas, en Viernes Santo, es decir, una serie de apoyos logísticos que sumaron 78 actividades y 52 eventos del Festival de Música Sacra. En otras acciones, rutas turísticas a lo largo del Centro Histórico con la Unidad de Turismo de la Policía Metropolitana, una yincana quiteña que se realizó en el verano en el mes de agosto, rutas turísticas en la zona de la Mariscal, en los palacetes, las alfombras florales en el Corpus Christi, los eventos de Coladas Moradas, el apoyo a rutas turísticas con carácter cultural como Quito Eterno y adornos florales en fechas específicas como las Fiestas de Quito.

 5 

En los Mercados Navideños asistieron 19000 personas aproximadamente en donde participaron 76 emprendedores artesanos y establecimientos de alimentos y bebidas.

En el área rural se organizó viajes de familiarización en el corredor central en las fincas de café, el encuentro interparroquial realizado en Nono, la señalización turística en ciertas zonas rurales como por ejemplo Pacto Loma y proyectos como la propuesta del Corredor Turístico el Quinche a través del Chaquiñan, la Ruta Escondida que está en las parroquias del Centro Norte del Distrito.

Intercambio de experiencias en turismo comunitario que se realizó en el DMQ con la representación de 38 comunidades, a través de las oficinas de información turística se atendieron a 138.000 personas en las oficinas del Aeropuerto Mariscal Sucre, en la Mariscal en el Quinde y en Quitumbe.

Adicionalmente el convenio suscrito con el Ministerio del Interior, por las oficinas de seguridad turística a través de una unidad de seguridad turística que tiene la Policía Nacional se atendió 933 denuncias en las 4 oficinas que tiene esta unidad de la Policía.

Calidad: se capacitó a 2.730 personas a través de charlas, asesorías en establecimientos, entre otras.

El Programa de Calidad Turística Distintivo Q con 287 establecimientos, incorporándose el 2019 55 establecimientos nuevos, incluyéndose y además a la categoría de huecas, se realizó 600 visitas a establecimientos para renovación del Distintivo Q, 69 visitas a establecimientos nuevos para la renovación de dicho reconocimiento.

En los procesos de regulación turística, se visitó 6.652 establecimientos, se atendió el 93% de los trámites asignados a los técnicos de calidad a través del sistema municipal de licenciamiento, se participó en 83 operativos de control en la Zona de La Mariscal y se atendió en las ventanillas de la empresa a 5.630 personas para los procesos de regulación.

El 84% de los usuarios en ventanillas calificaron como excelente la información y trato recibido en la atención, el catastro turístico de la ciudad cerró con 4.753 establecimientos de los cuales el 63% corresponde a alimentos y bebidas; y, de todo ese catastro el 89% se encuentra georeferenciado.

La Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad acotó que es importante identificar del 63% de los establecimientos cuantos están al nivel de la categoría para identificar la calidad del servicio que se presta y si se logra la geolocalización, identificar la concentración en la ciudad.

El Gerente Técnico respondió que la Empresa tiene un sistema para manejar la información georeferenciada para identificar la ubicación por lo que se podría generar informes específicos, la Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad, indicó que esa información ayudaría para la toma de decisiones como es con la Mariscal y la categoría de sus establecimientos, así como en La Floresta y el Centro Histórico.

Fortalecimiento institucional: en la Gerencia Financiera Administrativa, la Gestión Administrativa relacionada con la operatividad de las oficinas de la empresa. La Gestión del Talento Humano con capacitaciones al personal de la empresa, procesos de planificación, creación de puestos, revisión de perfiles, aprobación del reglamento interno, entre otros. La Gestión de Compras Públicas, la mayoría de procesos fue por catálogo electrónico e ínfima cuantía, los demás por régimen común y por giro específico de negocio. La gestión de Tecnologías de la Información se realizó actualizaciones en los certificados de correo

electrónico, mantenimiento del internet, página web, la App como tal y actualización de sistemas informáticos. La Gerencia Jurídica con criterios jurídicos, resoluciones administrativas, contratos, convenios, registro de marcas en SENADI y procesos judiciales.

El Presidente preguntó si Quito Turismo puede colocar señalética, la Gerente General señaló que sí de acuerdo a las especificaciones técnicas de sitios turísticos y servicios turísticos. El Gerente Técnico indicó que se tiene dos tipos: distintiva y de aproximación, las características son definidas por la autoridad nacional y se las implementó en algunas zonas rurales y se tiene previsto colocar en nuevos espacios que la necesiten en la zona del noroccidente.

En el transcurso de la sesión, la Secretaria de Desarrollo Productivo y Competitividad, se retiró de la sala.

El Presidente preguntó si se tiene un plan global para el Chocó Andino, la Gerente General respondió que la parte del Noroccidente que es la zona que más se promociona a nivel nacional, tiene un plan de trabajo que se maneja en dos ejes y lo desarrolla Mercadeo.

A las 16h43 el Presidente pidió un receso de 5 minutos.

El Presidente reinstaló la sesión a las 16h48.

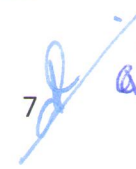
Continúa la exposición el Gerente Financiero Administrativo, quien indicó que al área Financiera le corresponde registrar las transacciones durante el ejercicio fiscal, la primera parte abarcará la clausura y liquidación del presupuesto que de acuerdo al COOTAD lo deberá presentar hasta el 31 de enero del 2020 y la segunda parte serían los estados financieros.

El Secretario de Planificación indicó que las empresas públicas no entran dentro del régimen de las dependencias municipales, el Gerente Financiero Administrativo indicó que el sistema se cierra el 31 de diciembre a las doce de la noche, sin embargo, la normativa permite realizar ajustes posteriores de acciones ejecutadas hasta el 31 de diciembre.

Continuando con la exposición el Gerente Financiero Administrativo señaló que el objeto de la liquidación es concluir el ciclo presupuestario, informar el resultado presupuestario de ingresos y egresos así como establecer el déficit o superávit presupuestario y la determinación del cumplimiento de normas que rigen el proceso de ejecución presupuestaria.

En cuanto a los recursos de la empresa, se tienen tres grandes fuentes principales de ingreso, la tasa de licencia turística, la tasa de servicios y facilidades turísticas; y, la asignación del Municipio, este año fue de dos millones seiscientos treinta y tres mil dólares.

Con el presupuesto prorrogado, la aprobación del presupuesto definitivo y las dos modificaciones del techo presupuestario se tuvo un presupuesto codificado de siete

millones trescientos nueve mil dólares, de los cuales se devengó en ingresos siete millones ciento noventa y cinco mil que significó el 98,45%, es decir, se devengó casi en su totalidad.

En tasas y contribuciones se devengó dos millones seiscientos noventa y cuatro mil y con una asignación para el 2020 de dos millones seiscientos treinta y tres mil, es decir, cercanos al cumplimiento de la normativa.

En las diferentes fuentes de financiamiento la más fuerte fue la de tasas con un 37,47% y en el 2020 la transferencia del Municipio alcanzó el 18,53% del presupuesto de la empresa.

En cuanto a los índices presupuestarios, reflejaron lo sucedido con los ingresos, el prorrogado de la empresa era de seis millones seiscientos noventa y tres mil dólares, las reformas efectuadas sumaron seiscientos dieciséis mil dólares, lo que significó que se aumentó el techo en un 9,20%.

En la ejecución de los ingresos se devengó el 98,45% y el 97,30% en recaudación.

En gastos para el 2019 se tuvo 9 programas internos dentro del presupuesto de la empresa, los siete primeros tuvieron relación directa con la razón de ser de la misma y los dos últimos como los programas de apoyo, los cuales se complementaron en la gestión técnica y administrativa.

En el transcurso de la sesión llegó la Concejala Analía Ledesma.

El total de contratado del presupuesto alcanzó el 90,89% y el devengado el 88,16%, sin embargo, aclaró que cuando inició la gestión en el mes de julio se tenía una ejecución aproximada del 30% con relación a seis millones seiscientos treinta y seis mil.

No se llegó con la actual administración a una ejecución del 92 o 93%, porque en la parte administrativa se tuvo una ejecución de 73,5%, que se debió a que no se pudo completar, por trámites necesarios de realizar en el MINTEL, para la adquisición de un nuevo sistema financiero de conformidad con lo implementado por el Ministerio de Finanzas.

En el área Comercial se ejecutó el 85%, que representó el costo de los servicios que se prestaron a través de sus unidades de negocios. Si tengo menor costo manteniendo el ingreso se tendría un rendimiento mejor que financiará a la empresa, si se hubiese ejecutado el 100% del gasto de Comercialización se habría tenido una pérdida de alrededor de trescientos mil dólares, porque los ingresos eran de unos un millón doscientos mil dólares aproximadamente, por lo que al ejecutar todos los costos se habría generado un problema negativo por lo que ese 85% es viable y si hubiese sido menos sería mejor para que la rentabilidad del área Comercial sea excelente.

La ejecución de 0 que se observó en el Programa de Inteligencia de Mercados se debió a que el contrato de estadísticas con la Empresa Pública de la Escuela Politécnica Nacional se suscribió en diciembre, sin embargo, los productos serán entregados en el año 2020 y 2021 por ser un contrato trienal.

La Concejala Analía Ledesma preguntó sobre inteligencia de mercados si se hizo todo y se gastó todo, a lo que el Gerente Financiero Administrativo respondió que se contrató en diciembre y el primer producto será en el mes de febrero de acuerdo a la planificación establecida.

En la composición porcentual del gasto se observó el dato relacionado con fortalecimiento institucional que suma un 25% de ejecución, lo cual estaría dentro de los márgenes adecuados de un presupuesto de entidad pública.

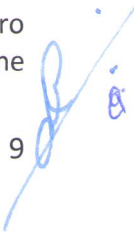
Producto de dicha ejecución presupuestaria se generó el primer estado financiero que lo tienen solo las entidades públicas, que es el Estado de Ejecución Presupuestaria, por lo tanto ese estado financiero fue un resumen de los devengados y tuvo una referencia con el codificado, pues el superávit o el déficit presupuestario fue de 0, porque se tuvo un presupuesto un equilibrio, es decir, los ingresos son iguales a los gastos por lo que el resultado de su diferencia fue 0, pero ya en la ejecución de los devengados se tuvo un superávit de setecientos cincuenta y un mil dólares pero comparando solo ingresos devengados menos gastos devengados lo que no significa que se tenga caja.

Como se indicó, se tuvieron contratos suscritos que no se pudieron recibir los productos como el tema de las estadísticas y esos recursos están dentro de esos setecientos cincuenta y un mil así en todos los casos.

En cuanto a los estados financieros el Ministerio de Finanzas emitió normativa relacionada al tema como es el Acuerdo 067 de abril de 2016, al que la empresa se acogió, distinguiendo entre empresas públicas y empresas públicas municipales, pues la Ley Orgánica de Empresas Públicas señala que la contabilidad debe llevarse bajo las normas internacionales de información financiera mientras que el Ministerio de Finanzas señala que su catálogo de cuentas ya contempla las normas internacionales de información financiera en lo aplicables al sector público, pues las normas internacionales dan ciertas disposiciones no aplicables al sector público por lo que el Ministerio de Finanzas trata de establecer las normas de contabilidad aplicables a dicho sector. Por ejemplo, las NIFFs dicen que se presente estados financieros de tal manera, el Ministerio de Finanzas y el Municipio disponen que se presente la información de otra manera, por lo que no se podría llevar doble contabilidad por lo que se consideró adecuado seguir una sola línea y aplicar la normativa dispuesta por el Ministerio de Finanzas para el sector público.

Realizada tal aclaración, el estado de situación financiera reflejó lo que se tiene (activos), lo que se debe (pasivos) y lo que queda (patrimonio), es decir, en los activos constan las disponibilidades, las cuentas por cobrar y de propiedad, planta y equipo, entre otros. La empresa es suigénensis pues en propiedad, planta y equipo se tiene solamente muebles y equipos, porque los edificios son prestados, es decir, dados para administración, pues no se tiene la propiedad y por ende no se puede incorporarlos a los estados financieros, siendo una limitante.

La Concejala Analía Ledesma solicitó una aclaración sobre este tema, el Gerente Financiero Administrativo señaló que como activos fijos la empresa tiene mobiliario y equipos, no tiene

 9 

edificios pues se vive cuidando y administrando los bienes municipales y tratando de que dichos bienes sean administrados con la mejor rentabilidad posible.

Las cuentas de activo como pasivo son el resultado de toda la ejecución presupuestaria, es decir, se movió la caja, el banco, se cobró, se pagó, se adquirió suministros, es decir, el estado financiero refleja todos los movimientos que se tubo cuando se ejecutó el presupuesto se vio que se tenía que cobrar, se movía positivamente el activo, si se tenía que pagar, se disminuía el activo de la caja, si tenía que comprar un escritorio se alteraba la caja pero se incrementaba un activo que era propiedad, planta y equipo, es decir, así funciona durante todo el año, de acuerdo a la ejecución del presupuesto.

Cuando se contrata un servicio, a la larga significa disminución patrimonial, por ejemplo se compró la energía eléctrica en donde sale un activo y no ingresó ningún activo lo que significa que disminuirá el patrimonio, es decir, todos los gastos que realice, tendrán una disminución patrimonial y todos los ingresos que se obtenga significarán un aumento patrimonial porque incrementó la caja.

El resultado final de todas las cuentas, se pondrá a consideración final de los auditores en el momento apropiado.

En el estado de operaciones se tenía un superávit de setecientos cincuenta mil, ahora que hay el estado de resultados se tuvo una pérdida de ochocientos seis mil dólares, debido a que el primero es una demostración resumen del presupuesto incluyendo el saldo de caja, en el segundo se excluyó el saldo de caja porque ya se lo tenía, no es producto de una nueva actividad económica y además incluye las depreciaciones, es decir, la pérdida de valor de la propiedad, planta y equipo, es decir, el mueble comprado hace cinco años en la actualidad no tiene el mismo valor, en muchos casos la empresas la registran de manera contable y se olvidan y si tienen saldo en caja o banco lo siguen utilizando y cuanto lo tienen que reponer cuando perdieron su vida útil se encuentran en grandes problemas porque no tienen la liquidez suficiente para reponerla.

En la empresa toda la depreciación está respaldada en monetario para hacer cualquier adquisición en el momento oportuno con la capacidad suficiente de asumir dichas obligaciones.

El estado de flujo en efectivo señala lo que pasó con el dinero y que pasaría en la empresa si no hubiera tenido el saldo de caja inicial, se tendrían los ingresos ya no por el devengado sino por el recaudado y los gastos no por el devengado sino por el pagado; y como resultado quedaron cincuenta y seis mil dólares de remanente.

Cada estado financiero refleja una situación con esquemas y condiciones específicas, esta variedad de estados financieros permitió analizar la solvencia y la situación de la empresa.

El siguiente estado financiero reflejó lo que se tenía de patrimonio al 31 de diciembre y que el ejercicio disminuyó en ochocientos seis mil dólares, producto del déficit del estado de resultados.

Finalmente, comunicó que gracias a los cambios en la Contraloría General del Estado ya no se esperará mucho tiempo para que los estados financieros expuestos sean auditados, pues dicho órgano expidió una reforma en la que determina que para contratar las firmas auditoras externas privadas a las empresas públicas, no será necesario esperar a que la Contraloría lo haga sino que se podrá contratar de un listado de empresas proporcionado por la Contraloría se elegirá la empresa auditora, lo que se tiene planificado para los próximos meses, resaltando que la ejecución financiera presentada corresponde a dos administraciones.

El Presidente preguntó si es una auditoria externa, cuyos resultados llegan a la Contraloría General del Estado, el Gerente Financiero Administrativo respondió que sí pues son avalizados por dicho órgano de control.

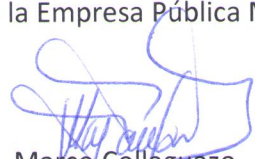
El Presidente puso a consideración de los miembros presentes del Directorio si están de acuerdo con los informes presentados, y dispuso que por Secretaría se tome votación, quienes discutieron y aprobaron por unanimidad la siguiente resolución:

RESOLUCIÓN 002-001-2020: "DAR POR CONOCIDO EL INFORME ANUAL DE LA GERENTE GENERAL; Y, LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA CORTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019".

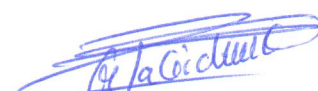
El Presidente del Directorio dispuso que, por Secretaría se proceda con la lectura del tercer punto del orden del día:

VARIOS

El señor Presidente preguntó si los miembros del Directorio tienen temas que mocionar, al no haberlos, siendo las dieciséis horas con cincuenta y cinco minutos (16h55) y una vez tratados los puntos del orden del día, declaró clausurada la Sesión Ordinaria de Directorio de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.


Dr. Marco Collaguazo

**DELEGADO DEL ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
QUITO TURISMO**


Mgs. Carla Cárdenas

**SECRETARIA DEL DIRECTORIO
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
QUITO TURISMO**