

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA MULTILINGÜE EN NEGOCIOS Y
RELACIONES INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO Y LAS POLÍTICAS Y
ESTRATEGIAS GUBERNAMENTALES EN EL MARCO DEL DESARROLLO DEL
SECTOR TURÍSTICO ECUATORIANO, PERÍODO 2007-2013**

MARCELA ALEJANDRA VEGA NARANJO

JUNIO, 2016

QUITO – ECUADOR

DEDICATORIA

A Dios por permitir que cada día sea una maravillosa oportunidad para seguir adelante. A mis padres por enseñarme a no darme por vencida bajo ninguna circunstancia. A mi hermano por ser fuente de mi inspiración.

Y en especial a mis abuelitos, por aquella promesa que mantenemos en pie.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por haberme apoyado en todos mis proyectos, por acompañarme de la mano en cada etapa de mi vida y por su enorme sacrificio y dedicación para que yo pudiera cumplir con mis sueños. A mi familia por su apoyo incondicional y por creer en mí. A las personas especiales que iluminan cada día de mi vida y me impulsan a ser la mejor versión de mí misma.

ÍNDICE GENERAL

I.	TEMA	1
II.	RESUMEN	1
III.	ABSTRACT	1
IV.	RIASSUNTO	2
V.	INTRODUCCIÓN	3
	CAPITULO I	11
	LA SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO	11
1.1	El turismo como una importante actividad económica y social	11
1.1.1	La interpretación y definición entorno al turismo	11
1.1.2	El desarrollo mundial de la industria turística	16
1.1.3	La Organización Mundial del Turismo	19
1.2.	Impacto Social del Turismo	22
1.2.1	El turismo como influencia hacia el proceso de la globalización	22
1.2.2	La atribución e impactos del turismo sobre la cultura y el turismo cultural	25
1.2.3	La llegada del Desarrollo Sostenible en términos de Desarrollo Turístico	28
1.3.	Impacto económico mundial del turismo	31
1.3.1	Efecto multiplicador del turismo	31
1.3.2	Aporte del turismo al desarrollo económico mundial	35
1.3.3	Importancia económica del turismo en Latinoamérica	38
	CAPITULO II	42
	REALIDAD NACIONAL Y DESARROLLO DEL TURISMO EN EL ECUADOR	42
2.1	Situación socioeconómica del Ecuador	42
2.1.1.	Análisis del desarrollo económico del Ecuador	42
2.1.2	Análisis del desarrollo social en el Ecuador	46
2.1.3	Indicadores de desarrollo social y económico que reflejan la situación del Ecuador	49
2.2.	La influencia del Turismo sobre el desarrollo de la economía ecuatoriana	53
2.2.1	Balanza Comercial Turística	53
2.2.2	Producto Interno Bruto generado por el Turismo	57
2.2.3	El turismo y la generación de empleo en el Ecuador	60
2.3.	Competitividad Turística del Ecuador	65
2.3.1	Análisis FODA del Turismo en Ecuador	65
2.3.2	Diamante de Competitividad de Porter	68
2.3.3	Índice de Competitividad Turística	71
	CAPITULO III	75
	ESTRATEGIAS E INVERSIÓN PARA IMPULSAR EL TURISMO EN EL ECUADOR	75
3.1	Estrategias nacionales para impulsar el desarrollo turístico	75
3.1.1	Programa Invest in Ecuador Tourism motivando a la inversión extranjera	75
3.1.2	El Plan Nacional para el Buen Vivir y su aplicabilidad en el impulso de un turismo sostenible	78
3.1.3	Posicionamiento de la Marca País a nivel regional	81
3.2	Impulso de la promoción turística del Ecuador	85

3.2.1	Campaña Internacional “All you need is Ecuador” y su influencia en el incremento de turistas en el país	85
3.2.2	Creación de la Campaña Internacional “Ecuador Ama la Vida”	88
3.2.3	La repercusión sobre el flujo de turistas, premios internacionales y menciones del Ecuador en prensa internacional la repercusión sobre el flujo de turismo.	91
3.3	La Inversión para el desarrollo en el marco del turismo	94
3.3.1	Inversión del Sector Público y Privado para fomentar el crecimiento del turismo	94
3.3.2	El Sistema PIMTE como política gubernamental para fortalecer el sector turístico	97
3.3.3	Estrategias gubernamentales y crecimiento del turismo en Ecuador	100
VI.	ANÁLISIS	105
VII.	CONCLUSIONES	110
VIII.	RECOMENDACIONES	115
	LISTA DE REFERENCIAS	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Número de empleos generados por el turismo en el Ecuador	60
Cuadro 2. Porcentaje de la PEA que emplea el turismo en el Ecuador	64
Cuadro 3. Ranking de países de América en el año 2013	72
Cuadro 4. Índice de competitividad turística	73
Cuadro 5. Distribución del presupuesto para la promoción turística	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. EL SISTEMA DEL TURISMO	12
GRÁFICO 2. EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO	32
GRÁFICO 3. EVOLUCIÓN LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES (MILLONES)	35
GRÁFICO 4. PARTICIPACIÓN DE LOS INGRESOS POR REGIÓN	38
GRÁFICO 5. PIB NOMINAL (MILLONES DE DÓLARES).	42
GRÁFICO 6. BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR (MILLONES DE BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR (MILLONES DE DÓLARES).	44
GRÁFICO 7. INDICADORES ECONÓMICOS EN AMÉRICA	50
GRÁFICO 8. COEFICIENTE DE GINE A NIVEL URBANO	52
GRÁFICO 9. PIB PER CÁPITA DEL ECUADOR 2006-2014	53
GRÁFICO 10. BALANZA COMERCIAL TURÍSTICA ECUATORIANA	54
GRÁFICO 11. SATISFACCIÓN GLOBAL Y DISPOSICIÓN A VOLVER	56
GRÁFICO 12. PIB TURÍSTICO VERSUS PIB NACIONAL	57
GRÁFICO 13. PESO DEL TURISMO CON RESPECTO AL PIB 2014-2015 POR TRIMESTRE	59
GRÁFICO 14. NÚMERO DE PUESTOS DE TRABAJO DIRECTOS E INDIRECTOS GENERADOS POR EL TURISMO EN EL ECUADOR	61
GRÁFICO 15. GENERACIÓN DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO	63
GRÁFICO 16. ANÁLISIS FODA	65
GRÁFICO 17. AGRADO DE MARCA PAÍS	84
GRÁFICO 18. Turistas de Colombia, Estados Unidos y Perú	87
GRÁFICO 19. VISITANTES EN EL ECUADOR 2010-2014	90
GRÁFICO 20. INGRESO POR CONCEPTO DE TURISMO (EN MILLONES DE DÓLARES).	91
GRÁFICO 21. ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR EN	92
GRÁFICO 22. TURISTAS EXTRANJEROS EN EL 1ER. TRIME	92
GRÁFICO 23. INVERSIÓN EN TURISMO MEDIANTE CRÉDITO BANCA PÚBLICA Y PRIVADA (USD. MILLONES)	96
GRÁFICO 24. MOTIVODE VIAJE	99
GRÁFICO 25. DESTINO DE VIAJE	100
GRÁFICO 26. CONSUMO TURÍSTICO EN 2014-2015 POR TRIMESTRE(EN CONSUMO TURÍSTICO EN 2014-2015 POR TRIMESTRE(EN MILLONES USD.)	102
GRÁFICO 27. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE TURISMO 2010-2014	103

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1. RÁNKING DE MARCA PAÍS	82
IMAGEN 2. MARCA PAÍS ECUADOR.	83
IMAGEN 3. MARCA DE LA CAMPAÑA “ALL YOU NEED IS ECUADOR”	86
IMAGEN 4. MARCA ECUADOR LA VIDA EN ESTADO PURO	88

I. TEMA

ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO Y LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS GUBERNAMENTALES EN EL MARCO DEL DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO ECUATORIANO, PERÍODO 2007-2013.

II. RESUMEN

El documento es un estudio sobre el desarrollo del sector turístico, basado esencialmente en una investigación empírica. En primer lugar toma en cuenta la problemática de que la economía ecuatoriana se ha caracterizado por depender en su mayor parte de ingresos petroleros, dejando a un lado la importancia de la diversificación de inversión en distintos sectores. El objetivo es analizar los efectos que han generado las políticas y estrategias implementadas, tanto públicas como privadas, enfocadas al turismo y como han tenido un efecto multiplicador en la economía. Se hace énfasis en el desarrollo de las cifras turísticas gracias a la inversión en el sector y a los múltiples proyectos que poseen al turismo como el cuarto rubro de ingresos más importantes del Ecuador. Se concluye que es importante tomar en cuenta la diversificación en la oferta de infraestructura turística en el país para generar mayor capacidad de ingreso de turistas, y por otro lado, brindar mayores opciones de servicio en el marco turístico; así mismo instar a que se promueva la inversión extranjera y finalmente que exista un mayor control en la seguridad interna del país.

Palabras claves: desarrollo turístico, políticas gubernamentales, inversión

III. ABSTRACT

The document, based on the analysis of the tourism sector development, is based essentially on an empirical investigation. Taking in consideration the issue that Ecuadorian economy has depended mostly on oil revenues, this fact has left aside the importance of investing in different sectors of the economy. The main objective is to analyze the consequences that have generated public and private policies,

focused on tourism development and its effects on the economy. This document emphasizes the investment made to develop tourism and the projects that have established tourism as the fourth item of the Ecuadorian gross income. It is concluded that is important the diversification of tourism infrastructure to generate major capacity and provide greater tourism services. Finally, it is important to consider the promotion of foreign investment and to guarantee national security.

IV. RIASSUNTO

Questo documento è un'analisi dello sviluppo del settore turistico, basato essenzialmente sulla ricerca empirica. Innanzitutto se prendiamo in conto il problema che l'economia ecuadoriana è caratterizzata da una dipendenza maggiormente sul petrolio, lasciando da parti l'importanza della diversificazione degli investimenti in settori diversi. L'obiettivo di questa ricerca cerca analizzare gli effetti che hanno generato le politiche e le strategie implementate, così pubbliche come private, focalizzate sul turismo, ed il loro effetto moltiplicatore sulla economia. Si fa enfasi nello sviluppo dal numero dei turisti grazie agli investimenti nel settore e ai numerosi progetti fatto per posizionare il turismo ai livelli della quarta categoria di reddito più importante per l'Ecuador. Si può concludere che bisogna prendere in conto la diversificazione sul l'offerta di infrastrutture turistiche nel paese per potere generare una maggior capacità di reddito dai turisti, e d'altronde offrire più opzioni dal servizio turistico e ben si poter promuovere l'inversione straniera, e finalmente che diventi in un maggiore controllo dalla sicurezza interna dal paese.

V. INTRODUCCIÓN

La industria del turismo ha tenido un incremento marcado en los últimos sepeñios a nivel mundial, convirtiéndose en uno de los principales ingresos económicos para muchos países. Han existido varios factores que han contribuido al incremento de visitantes a nivel mundial, siendo el principal la globalización, como cita Thomas Friedman en su libro “La Tierra es plana”, un mundo más globalizado ha permitido eliminar las fronteras entre países, con esto se hace referencia a que la población tienen un mejor y mayor conocimiento de otras culturas lo que ha provocado que la gente sienta más curiosa en la visita y exploración de nuevos países.

De igual manera, se deben considerar factores como el ocio, salud, aventura, medio ambiente los mismos que han incentivado a una cultura turística mayor. El factor económico es uno de los más importantes, pues ha permitido dinamizar la industria fomentando el turismo interno y externo.

La historia del turismo data desde la revolución industrial en Inglaterra, cuando la gente empezó a visitar diferentes ciudades con el afán de conocer culturas, descanso, relaciones familiares, entre otros. Sin embargo, en la época helena se registraron los primeros movimientos de personas. En aquel entonces, los griegos daban mucha importancia a la cultura y ocio, y su principal actividad en este sentido eran las olimpiadas, por lo que la mayoría de gente viajaba a otras ciudades estado en busca de descanso y distracción. En la Edad Media, se registraron movimientos de población principalmente incentivados por temas religiosos y visitas a templos que conmemoran la importancia de la religión en la humanidad. Estas peregrinaciones las realizaban principalmente cristianos y musulmanes.

Un componente importante en la migración de pueblo a pueblo son las recesiones económicas. Este factor ha motivado en transcurso de la historia a nuevos asentamientos y por ende a viajes por temas de relación familiar que es un elemento que ha ayudado a incrementar el turismo. En la Edad Moderna aparecen los primero lugares destinados exclusivamente al hospedaje, en esta época empezaron las incursiones al nuevo mundo por lo que era necesario tener sitios

que permitieran el alojamiento de las personas. La Edad Contemporánea aparece el turismo, como se explicó previamente surgió a partir de la revolución industrial. En esta época, la clase burguesa ya más acomodada realizaba viajes de confort en diferentes locaciones para satisfacer su necesidad de descanso y ocio.

Con el invento de la máquina de vapor los costos de transporte decrecieron significativamente, generando mayores oportunidades de visita a otros países. El primer tour organizado se lo atribuye al británico Thomas Cook en 1841, este fue el primero que organizó una expedición equivalente a un paquete turístico, económicamente no fue rentable; sin embargo, marcó un precedente histórico en este sector, de tal manera que una década después se formó la empresa “Thomas Cook and Son” que es reconocida como la primera agencia de viajes del mundo.

A partir de ese momento se empezó a generar nuevas agencias como “American Express”, en 1867, que se convirtió en una de las más importantes del mundo. A partir de la finalización de la primera guerra mundial el turismo se reactivó y con los nuevos medios de transporte como autos y aviones comerciales, se empezó a desarrollar nuevos centros de atracción que eran accesibles con estos nuevos medios de transporte.

En los años 1950-1970 existe el primer boom de turismo, el avión que antes era accesible para pocos se vuelve un medio más recurrente y empieza a desplazar los viajes por barco. A partir de esta época se empieza a legislar sobre este sector. En esta época se desarrollaron importantes núcleos urbanos, lo cual generó necesidades de viajes de ocio para aliviar el estrés; de igual manera, se desarrollan autopistas, mejorando el transporte multimodal que ha facilitado considerablemente el movimiento entre destinos.

Como todo sector, el turismo no ha sido ajeno a las recesiones económicas es así que en la década de los 70 por la crisis energética, este sector sufre una importante caída que no verá mejoras hasta una década después. En los años 80 se convierte en un motor de desarrollo para algunos países que empiezan a vivir exclusivamente de esta industria. En la década del 90 se empieza a afianzar el sector turístico y llega a una etapa madura con un seguimiento controlado.

La globalización y el crecimiento de países como China y los denominados tigres asiáticos, así como el auge de la economía latinoamericana por el incremento de la exportación de *commodities*, ha hecho que en los años 20s, el turismo tome un nuevo auge y exista un incremento considerable de visitantes de estos países al mundo, y de esta manera incrementar la visita a estas nuevas potencias económicas y turísticas.

El Ecuador no ha sido ajeno a esta industria. La historia del turismo en nuestro país empieza aproximadamente en los años 40, con la intención de crear la primera línea aérea a nivel nacional. La primera empresa en realizar vuelos entre distintas ciudades fue PANGARA que ofrecía paquetes por Sudamérica y logro incluir a Ecuador, pero no fue hasta el gobierno de Galo Plaza Lasso (1948-1952) que se dio la primera campaña turística. En el período presidencial de Plaza se instauró la primera oficina dedicada a promocionar a Ecuador, y se realizó la primera campaña internacional que consistía en una Caravana por Estados Unidos llevando folletos y productos típicos de nuestro país.

Por este esfuerzo y el apoyo recibido, se abre la primera agencia dedicada al turismo "Metropolitan Touring" en el año 1950. En 1964 se creó la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETURISMO) A pesar de estos esfuerzos la promoción de Ecuador estaba a cargo de la empresa privada. En el gobierno de Sixto Durán se creó el Ministerio de Turismo (1992), como una actividad de desarrollo económico y social.

El sector turístico en el Ecuador es una de las principales actividades económicas del país después del petróleo y la exportación de cacao, flores, camarones y frutas. Ecuador cuenta con varios destinos importantes que acogen a miles de turistas nacionales y extranjeros cada año, entre los más conocidos y visitados se encuentran las Islas Galápagos, Quito, Cuenca y la Amazonía. Es importante diversificar la oferta turística en el país, ya que la Costa ecuatoriana no se encuentra dentro de los lugares visitados por turistas extranjeros; en este sentido es importante que las Operadoras Turísticas ofrezcan a sus clientes mayor variedad de opciones al momento de ofertar paquetes a los mismos.

El tema del presente trabajo es Análisis del impacto socioeconómico del turismo y las políticas y estrategias gubernamentales en el marco del desarrollo del sector turístico ecuatoriano, período 2007-2013 que debido a la importancia que tiene el sector turístico en la economía del Ecuador las políticas públicas que se tomen con respecto a este sector deben enfocarse en las falencias que se han heredado, como la falta de la infraestructura adecuada que permita garantizar la calidad del servicio de hospitalidad que se ofrece en el país, la desatención de las carreteras, la falta de políticas claras para la promoción del turismo en el Ecuador han sido la tónica en este sector, lo cual ha impedido el desarrollo de todo el potencial turístico con el que cuenta el país, gracias a sus paisajes únicos. En lo que respecta a la infraestructura en el sector turístico aún falta pasos que dar para que el Ecuador sea una potencia turística a nivel mundial, además, se debe mejorar el nivel de seguridad que se tiene en el país. Como parte fundamental se debe tomar la iniciativa por parte de operadoras de turismo del país para captar más visitantes, evitando la creación de monopolios u oligopolios que afecten al desarrollo del mercado turístico.

Por ello, es necesaria una importante inversión en el sector para mejorar la infraestructura hotelera y la oferta de lugares que el turista pueda visitar. Es importante tomar en cuenta que la inversión en mejorar las carreteras ha contribuido al aumento de paquetes turísticos que incluyen transporte terrestre, factor que determina un precio más conveniente para el consumidor final, obteniendo mayor competitividad con los precios que ofrecen países vecinos, sin embargo, no deja de ser más caro por el cambio de moneda dólar- pesos, dólar-soles. El turista tiende a visitar varias ciudades en Perú, se queda poco tiempo en Ecuador y conoce la capital u otra ciudad, y finalmente se dirige a Colombia.

El Ecuador es un país turístico, con sus paradisíacos paisajes alrededor de todo su territorio nos podemos convertir en una potencia turística de Latinoamérica y no depender mayoritariamente de los ingresos del petróleo. La gestión gubernamental en la industria turística ha permitido mayor difusión internacional acerca de destinos que ofrece el país y actividades. Esto sin duda ha dado paso al aumento del flujo turístico en el primer semestre del año 2014 gracias a la fuerte campaña que ejecutaron para aportar al sector en su promoción.

Para resaltar el estudio del sector turístico del país se ha tomado al análisis de competitividad que realiza Michael Porter, el cual toma en consideración las ventajas y desventajas con las que cuenta una nación para poder ser competitiva frente al resto del mundo, de allí, los puntos aplicables al sector turístico en Ecuador son el promover al turismo como motor de la economía, lo cual cambiaría nuestra estructura económica y el peso que tiene el petróleo en los ingresos nacionales, al ser el turismo unos de los sectores en crecimiento en el mundo. Otro punto considerar para el mejoramiento de la competitividad es el desarrollo del sector turístico ofertando mejores servicios en este sector además de contar con personal capacitado para brindar una experiencia satisfactoria a los turistas. Por ultimo para mejorar la competitividad son las estrategias competitivas del Ecuador para enfrentarse al mundo, diversificando la oferta de servicios de turismo y también los lugares de procedencia de los turistas, principalmente enfocándose en mercados con grandes ingresos como es el caso de Alemania, logrando una ventaja frente a Colombia y Perú, principales competidores en este sector y que captan visitantes franceses y anglosajones al igual que Ecuador.

Por lo tanto, se desea saber cómo el sector turístico se ha ido desarrollando en los últimos años a nivel mundial y local y cuáles han sido las estrategias que se han implementado por el sector público y privado para incentivar este sector. Este tema tiene relación con el ámbito económico, que permite medir el desarrollo de este sector en la economía; además, como esto ha afectado en la calidad de vida de los ecuatorianos y en cómo ha sido la aceptación tanto de turistas nacionales y extranjeros a los esfuerzos realizados para mejorar este sector.

Para el análisis del sector turístico y su evolución en los últimos años se ha planteado la siguiente hipótesis: Las políticas y estrategias gubernamentales enfocadas a la industria turística y a sus sectores económicos derivados en los últimos siete años, estaría directamente relacionado con la propuesta estratégica que ha implementado el gobierno y el sector privado para mejorar la competitividad del turismo, tendrían un efecto positivo social y económico en el desarrollo del sector turístico ecuatoriano, durante período 2007-2013. Tratando a través del presente estudio y los resultados del mismo, aceptar la hipótesis como verdadera o descartarla.

Por esa relevancia en la economía del Ecuador, el sector turístico que se ha tomado en consideración esta investigación para realizar un estudio profundo de los diferentes impactos que ha tenido el turismo en nuestro país. También el impulso que ha recibido en estos últimos años a través del gobierno mediante la inversión en infraestructura e inversión en publicidad, llama la atención para saber si se ha obtenido resultados positivos que permitan seguir impulsando este sector y que pase a ser el primer sector no petrolero en el país.

El problema se refleja en la limitación del éxito del turismo a las condiciones naturales propias del Ecuador, considerando que además de éstas se debe adicionar otros factores, a fin de estimular la afluencia de visitantes desde el extranjero y promover las vistas de visitantes nacionales a los atractivos turísticos del país. También se analiza cómo están las capacidades turísticas del país en relación a otros países y en especial a nuestros vecinos Colombia y Perú que también cuentan con un buen flujo de visitantes. Además, como se ha promovido la marca país hacia el mundo y si ha sido un factor para el incremento de visitas hacia el Ecuador.

El propósito de realizar este presente trabajo ha sido el de reflejar como se ha ido coordinando los esfuerzos por promover el turismo y hacer que Ecuador sea una potencia turística, que impacto ha tenido la promoción del país a través de las campañas que se han impulsado en estos años incluida la marca país, como ha sido su aceptación en el mundo y como ha contribuido estas acciones al crecimiento del turismo en el país a un ritmo mayor que el promedio mundial. También como los programas para promover el turismo interno han impactado en la consecución de fortalecer este sector y el impacto que esto ha tenido en la creación de fuentes de trabajo y como ha mejorado los indicadores del turísticos debido a la inversión realizada, la capacitación a las personas involucradas en este sector y la alianza entre el sector público y privado para poder ofrecer servicios básicos de calidad como son el aseo de los baños y el compromiso de la ciudadanía por ser mejores anfitriones de nuestro país a nivel local e internacional.

La relevancia del presente tema para la carrera Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales radica en la tónica internacional que envuelve al

turismo como tal, y su influencia para la ejecución de políticas internas de cada país. El tema refleja políticamente que se puede evidenciar los esfuerzos realizados tanto por iniciativa pública y privada, y cómo esta alianza estratégica entre los dos sectores pueden dar como resultado una evolución en el sector turístico que permita generar desarrollo económico en el Ecuador, y por otro lado, como una alternativa para no depender mayoritariamente de los ingresos petroleros. También de analizar cómo se proyecta el Ecuador y su política exterior ante el mundo y que factores se deben mejorar en esa proyección.

Los portales web que ha implementado el gobierno para brindar una información oficial han sido de gran ayuda para la difusión de los diferentes programas, promociones e información que permitan a cualquier persona que esté interesada en visitar o invertir en el Ecuador obtener información actualizada y amigable sobre estos puntos.

Las limitaciones que se encontraron para la realización del presente trabajo han sido encontrar información en un solo sitio. Si bien en el párrafo anterior se menciona que existen medio oficiales de información no tiene la coordinación adecuada para encontrar datos, noticias, información y que esta coordinación no sea amigable con quien necesita y busca esta información. Otro problema se encuentra que en algunas ocasiones no se disponía de la misma información en diferentes sitios a los que se consultó lo que dificultó la recolección de datos relevantes que aporten a la investigación. También la no actualización de algunos factores que permitirían un mejor análisis de la situación actual y pasada en el sector turístico.

De en el primer capítulo se analiza la situación socioeconómica del turismo a nivel mundial y como ha ido evolucionando con el paso de los años hasta convertirse en un sector importante en el ámbito internacional.

En el segundo capítulo se hace referencia en cambio a la realidad socioeconómica del Ecuador, cuáles han sido sus avances en los últimos años y también sus desafíos.

El tercer capítulo se centra primordialmente en todas las políticas implementadas por parte del gobierno para la promoción del turismo en el Ecuador y como esas políticas han ido ligadas a los principios constitucionales de generar una nueva visión de crecimiento económico.

Finalmente se realiza un análisis de los hallazgos encontrados en toda esta investigación, además de las conclusiones a las cuales se ha llegado a través de este estudio y las recomendaciones que se proponen.

CAPÍTULO I

LA SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO

1.1 El turismo como una importante actividad económica y social

El turismo es una de las actividades económicas más importantes, y en los últimos años ha ganado notoriedad, debido al interés que se ha dado a este sector en la economía de los países a nivel mundial. Para demostrar dicha relevancia que ha tenido se presenta en este subcapítulo un análisis general con respecto al turismo, como se ha desarrollado este sector a nivel mundial y como está constituida la Organización Mundial del Turismo.

1.1.1 La interpretación y definición entorno al turismo

El turismo es uno de los sectores más importantes y dinámicos que existe en la economía. A pesar de ser una actividad reciente desde un punto de vista histórico, tiene una actuación importante sobre la economía. Crea un efecto dinamizador que permite el desarrollo de otras industrias indirectas. El alto crecimiento del turismo permitió la generación de grandes flujos de moneda, la creación de fuentes de trabajo y desarrollo de infraestructura de alojamiento, transporte de pasajeros, actividad de provisión de alimentos, agencias de viaje, museos, carreteras para abastecer el flujo de demanda interna y externa de turistas; permitiendo el desarrollo interno económico y social de cada nación (UNWTO, 2013: 1)

El turismo se lo define como una combinación de actividades, servicios e industrias que ofrecen una experiencia de viaje a los individuos y grupos que viajan, 80 kilómetros o más, lejos de casa con diferentes fines. Comprende en general, actividades y acciones que realizan las personas (llamadas turistas) durante su estadía en diferentes entornos, distinto al de residencia, por un espacio de tiempo continuo o inferior a un año; por distintos motivos ya sean lúdicos, laborales u otros, con la condición de que no se trate de desarrollar una actividad con fines de lucro en el lugar visitado. Los sectores que se derivan de la actividad

turística comprenden: establecimientos de transporte, alojamiento, alimentación, tiendas, lugares de ocio y una variedad de proveedores de la industria hotelera (Sancho, 2004: 42)

A lo largo de la historia, los individuos se han trasladado a diferentes locaciones, ya sea por razones económicas, políticas, sociales y culturales; el primer indicio de un viaje turístico tiene su origen el 5 de julio de 1841, realizado por Thomas Cook, cuando un tren partió en Inglaterra de la ciudad de Leicester a Loughborough, el cual trasladó a un grupo de pasajeros miembros de la Sociedad de la Esperanza, cuyo objetivo era descubrir nuevas poblaciones, personas y experiencias fuera del lugar en el que residían. Es así como etimológicamente la palabra Turismo tiene su origen de la palabra latina "tornare" o greca "tornos" que significa vuelta o movimiento siendo adoptada por primera vez por los ingleses, franceses y españoles para describir al "turismo". Por esta razón, cuando se ofrece un viaje turístico, se les invita a participar de un "tour" a determinado destino (Beltrami, 2010: 30, 31)

GRÁFICO 1.
EL SISTEMA DEL TURISMO



Fuente: Organización Mundial del Turismo
Elaborado por: Alejandra Vega

En el gráfico anterior se especifica el llamado “Sistema del Turismo” que ayuda a comprender como funciona el mismo y los componentes involucrados. En primer lugar, se identifica a los consumidores o turistas que son la parte más importante que compone el sistema, a más de ser la razón por la cual se ofertan distintos servicios y productos turísticos en las localidades. Todos los individuos que trabajan bajo la rama deben garantizar la satisfacción del cliente; así como enfocar los objetivos y decisiones hacia el bienestar del mismo. Los consumidores (turistas) invierten su tiempo y dinero de diferentes formas, estableciendo un presupuesto para las actividades que desea realizar en un período de tiempo, luego descubrir el destino consecuentemente deciden la manera en realizar su reserva: por medio de agencias de viaje, mayoristas, a través de Internet o directamente con un operador turístico del destino (Pérez, Rodríguez, & Rubio, 2003: 4, 5)

En el fenómeno del turismo se hallan dos componentes fundamentales (Gurría, 2012: 8):

Turista: Es el sujeto agente.

Turismo: Es el conjunto de fenómenos de toda clase que produce el turista.

Conceptualmente, el turista es:

Toda persona que viaja durante 24 horas o más por cualquier otro país o su país, que no sea de su residencia fija o habitual por motivos de recreación, vacaciones, tratamiento médico, devociones religiosas, participación en encuentros deportivos internacionales, nacionales u otras reuniones; con un tiempo de estadía de menos de un año (Gurría, 2012: 8)

Este viaje puede producirse por cualquier medio colectivo o privado, sea por vía terrestre, aérea, marítima o fluvial. De acuerdo a esta definición, son consideradas turistas (Gurría, 2012: 9):

- Personas que realizan viajes por placer, salud y familia.

- Personas que acuden a una reunión en calidad de servicios administrativos, científicos, entre otros.
- Las personas que realizan viajes por negocio (no se dedican a actividades remuneradas en el destino).
- Los visitantes de los cruceros marítimos, incluso cuando la duración de su estadía es menor de 24 horas.
- Los estudiantes (no se dedican a actividades remuneradas en el destino).

No son consideradas turistas (Gurría, 2012: 9):

- Personas que portan un contrato de trabajo para ejercer un empleo.
- Personas que vienen a fijar su residencia.
- Los fronterizos o personas domiciliadas en un país y que tienen su trabajo en otro.
- Los viajeros en tránsito sin paradas en un país, aunque la travesía en el mismo los lleve más de 24 horas.

Sin embargo la clasificación anterior es susceptible a ambigüedades, en este contexto y para una mejor identificación del turista, es la OMT (Organización Mundial del Turismo) que designa el siguiente ordenamiento (Gurría, 2012: 10):

- Viajeros
- Trabajadores fronterizos.
- Nómadas.
- Pasajeros en tránsito que no abandonan el aeropuerto.
- Pasajeros cuyo tránsito dura uno o más días.
- Visitantes turistas o Turistas de Pasaporte.

Entonces, las motivaciones del turista pueden ser varias, como se apuntó en las líneas precedentes. El enriquecimiento personal en cuanto al contacto con otras culturas es un elemento de suma importancia, no sólo para las personas con capacidades restringidas, sino para el turista en general.

Por otro lado, la experiencia de viaje se refiere a cómo el consumidor viaja al destino y las experiencias que obtiene en el camino; así mismo, se incluyen las opciones de transporte y modo de viajar, lo cual afecta directamente a la satisfacción del consumidor, por ejemplo: el turista obtiene una experiencia diferente si opta por usar servicios aéreos que usar transporte terrestre. Cuando las opciones de transporte, enlaces y servicios de apoyo como: atracciones, instalaciones, alojamiento disponibles en la ruta, la calidad de las carreteras, su señalización y la frecuencia de los servicios de transporte son limitados o están por debajo de estándar, el resultado va a afectar a la calidad, resultado y percepción del turista sobre el viaje (Pérez, Rodríguez, & Rubio, 2003: 5)

La experiencia de vacaciones hace alusión a la estadía y actividades que realizan los individuos dentro de lo planificado en un tiempo establecido. En este caso, cuando los consumidores deciden tomar un tipo particular de vacaciones, ya tienen expectativas de la experiencia que tendrán. Sin embargo, no es hasta que el turista perciba la calidad de los servicios para que defina si las expectativas iniciales superan a las reales. La misma se define sobre: la calidad de los servicios, el costo de las actividades disponibles, facilidad de movilización, comunicación con individuos locales (idioma), variedad de tiendas, restaurantes y horarios de atención de las mismas (Pérez, Rodríguez, & Rubio, 2003: 5)

Por último, el tema de comercialización y marketing es importante para que el ciclo funcione, el mismo refleja los procesos que maneja una organización, empresa o gobierno a través de investigación de mercado, perfiles del consumidor, productos, servicios, capacitación de talento humano, promoción y publicidad mediante medios de comunicación y redes sociales; entre otros para generar volumen en la demanda. La labor del gobierno, a través de políticas públicas claras y coherentes, así como la inversión en infraestructura básica, resulta fundamental en este proceso. De esta manera, los cuatro elementos constituyen ser esenciales

para entender cómo funciona la dinámica del turismo, ya que la misma es compleja y para comprenderla se debe tomar en cuenta los diferentes actores y etapas que lo componen (Pérez, Rodríguez, & Rubio, 2003: 6)

1.1.2 El desarrollo mundial de la industria turística

En las décadas de 1950 y 1960, la economía de los países desarrollados empezó a ser muy dinámica. El intercambio comercial se mantuvo, principalmente con los productos provenientes de América Latina. Gracias a esto, los países latinoamericanos contaban con un mayor ingreso por las exportaciones, trayendo consigo un aumento en el consumo y la inversión dentro de los mismos. La reactivación económica permitió que los países desarrollen sectores clave de la economía como la industria, la explotación minera y el turismo. En este período, turismo fue calificado como un ingreso marginal en la economía de los países, considerada una “actividad limpia”, ya que consiste en la venta de servicios. Se consideraba que las actividades relacionadas con el turismo tenían un impacto positivo, y que no existían resultados negativos a largo plazo (Aguilar, 2011: 93)

En el período 1970-1980 el turismo se convirtió en una industria de suma importancia, ya que mostró un modelo de desarrollo fordista con una producción en masa de paquetes estandarizados de turismo. Una década después, en 1990, el mercado del turismo alcanzó la madurez y existió una desaceleración del crecimiento de la demanda, alentado a los países desarrollados a crear nueva oferta basada en el modelo postfordista, con producción de paquetes personalizados para poder captar mayor demanda. El mercado de masas empezó a fragmentarse en una variedad de varios nichos de mercado, de los cuales el turismo cultural fue uno de los más importantes (Van Der, Caalders, Cordero, & Ritsma, 2003: 29)

En esta etapa el desarrollo del turismo también produjo una mayor conciencia sobre sus posibles efectos negativos e impactos que podía generar, en especial el impacto ambiental sobre los principales focos turísticos, ya que el crecimiento del mismo trae consigo la construcción de mayor infraestructura destruyendo espacios ricos en flora y fauna, motiva al consumo masivo de alimentos creando mayor cantidad de desperdicio de los mismos, destrucción de la

naturaleza, contaminación, uso inadecuado del agua, impacto negativo sobre especies habitantes de lugares protegidos, contaminación del aire por mayor flujo de tráfico aérea e incluso se habla que existe una contaminación arquitectónica, de sobrecarga de infraestructura en las ciudades turísticas y congestión en el flujo vehicular(Fernández & Guzmán, 2012: 2)

En los últimos 20 años, el turismo se ha convertido en uno de los elementos más dinámicos de la economía global. El turismo representó más del 9% del PIB mundial y llegando casi al 3% del total de empleos en el año 2009. El turismo internacional ha crecido un promedio de 4-5% anual durante la última década superando otros sectores económicos importantes. Aunque el turismo a nivel mundial se vio gravemente afectado por la crisis económica del 2009, con una caída del 4%, hubo una fuerte recuperación en el 2010 con un crecimiento del 6,9% en los arribos internacionales, de acuerdo a la OMT¹. El año 2010, el número de arribos internacionales a nivel mundial alcanzó un récord de 935 millones. La mayor parte de este crecimiento se debe a las economías emergentes que contribuyen en gran parte al incremento del porcentaje. Por otro lado, Europa marcó porcentajes menores de crecimiento que osciló entre el 2% y el 4% (Redes, 2000: 27)

En general, el desarrollo del turismo en las últimas décadas ha sido fuertemente influenciado por el desarrollo de la sociedad en su conjunto, el surgimiento de la era industrial ha permitido que el turismo se convierta en una actividad de ocio masiva. Por otro lado, la globalización y el post modernismo han creado un campo diverso de oferta y demanda del turismo. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2012: 2), el actual crecimiento del turismo es en gran parte el resultado de la creciente globalización que ha fortalecido un sinnúmero de factores clave en el desarrollo del turismo internacional: aumento de ingresos, transporte más económico, uso masivo de TICS, diversificación de la demanda y desarrollo de nuevos focos turísticos. Sin embargo, en los últimos años la atención se ha fijado principalmente en el

¹ Organización Mundial del Turismo: es el organismo de las Naciones Unidas que se encarga de promover el turismo responsable, sostenible y accesible para todos, la misma vela por un turismo que pueda contribuir al crecimiento económico de las naciones siendo este incluyente y sostenible. La OMT apoya al sector a expandir los conocimientos de políticas turísticas alrededor del mundo.

crecimiento cuantitativo de la demanda turística, por encima de un cambio de naturaleza cualitativa de la misma.

Los cambios que se han venido dando del turismo tradicional se deben principalmente al desarrollo de la llamada “Sociedad Red”.²Uno de los cambios fundamentales que se están produciendo en todos los ámbitos sociales, económicos, culturales y políticos se deben a la misma. Las implicaciones de la creciente importancia de la red que involucran a la sociedad y al individuo; en el ámbito de del turismo esto lleva a una serie de cambios interrelacionados que tendrá importantes implicaciones en el futuro.

Incremento de uso de redes

En un mercado cada vez más competitivo los proveedores necesitan moverse rápidamente y aprovechar todas las oportunidades que la ventaja competitiva trae consigo; una estrategia importante en este entorno es ayudarse de la cooperación y asociación. Un estudio realizado por el International Tourism Consulting Group (IPK) señala que no solo son importantes las asociaciones público-privadas, sino también las alianzas estratégicas entre los diferentes sectores de la industria como: aerolíneas, industria hotelera, servicios de transporte y operadoras turísticas, principalmente. Por otro lado, es necesaria la intervención de especialistas en tecnología para desarrollar nuevas y mejores campañas de marketing media para mejorar la incidencia en la red, incrementar la visita de usuarios y potenciales clientes. Las empresas que logren manejar de manera adecuada las redes para su promoción tendrán una mayor afluencia de clientes (Tiffin, 2008: 1)

Para afianzar este proceso, y lograr el mayor beneficio posible para los negocios dedicados al turismo, y las poblaciones donde se sitúan los atractivos

² La Sociedad Red es la estructura social que se caracteriza por lo que los individuos han venido llamando por muchos años la “sociedad de la información” o “sociedad post-industrial”. La sociedad en Red, per se, es una sociedad en la que las estructuras y las actividades sociales clave se organizan en torno a las redes de información procesadas electrónicamente; así que no se trata de hablar solo de redes o redes sociales, ya que a las redes sociales se las considera como formas de organización social. Se trata de redes sociales que procesen y gestionen información, que usan tecnologías basadas en micro- electrónicos.

turísticos, el papel de los gobiernos es fundamental, mediante la formulación de políticas públicas que impulsen el turismo, beneficiando tanto a los visitantes como a la población local señalada.

1.1.3 La Organización Mundial del Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es una de las agencias especializadas de la Organización de Naciones Unidas (ONU) encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y mundialmente accesible. Como organización líder en el ámbito del turismo, la OMT promueve al turismo como motor de crecimiento para las economías y el desarrollo incluyente. Ofrece liderazgo y apoyo en la formulación de políticas para socializar el conocimiento acerca del turismo alrededor de todo el mundo, siendo el principal ente para alinear las políticas mundiales y regular al sector. Es tal la importancia del turismo en la economía de las naciones que fue necesaria la creación del ente rector para definir metas y objetivos a nivel mundial (OMT, 2013: 1)

Historia de la creación de la OMT

Los primeros indicios de la OMT se remontan al año 1924, con el nacimiento de la Unión Internacional de Organismos Oficiales para la Propaganda Turística, donde se celebró en la ciudad de La Haya el primer congreso en 1925, de la cual fueron participes 14 delegados de diferentes organizaciones oficiales de varios países europeos. En el año de 1946 se creó en Inglaterra lo que recibió el nombre de Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) y tenía la misma estructura que una organización sin fines de lucro, constaba de 190 Organizaciones Nacionales de Turismo y 88 Miembros Asociados, entre organizaciones públicas y privadas. En aquel período la UIOOT cambió su sede a Suiza, Ginebra (Acerenza, 2008: 1)

Años después, en 1967, los miembros de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo ratificaron por unanimidad una resolución que permitió cambiar el status a Organización Intergubernamental, lo cual concedió que la nueva organización velara por los asuntos turísticos a escala mundial, esta decisión fue aprobada en el año de 1969 por la Asamblea General de la ONU por

medio de una resolución. En 1974, la UIOOT cambio los estatutos y se creó lo que hoy conocemos como Organización Mundial del Turismo, donde tuvo su primera Asamblea General en el año de 1975, a partir de ese año la sede de la OMT se cambió a la ciudad de Madrid (Acerenza, 2008: 1)

Un año más tarde (1976) la OMT se convertiría en el órgano que regule las políticas del turismo dentro del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), para luego en 1977 firmar un Acuerdo de Cooperación con la ONU. Por último en el año 2003, mediante una Resolución de la Asamblea General, el 23 de diciembre, la ONU reconoce a la OMT como el organismo oficial encargado de regular y formular políticas mundiales con respecto al turismo para obtención de los objetivos propuestos dentro de la Asamblea de aquel año; sin embargo, sigue siendo una institución intergubernamental independiente que voluntariamente firman un acuerdo de cooperación con las Naciones Unidas (Acerenza, 2008: 1)

Funciones de la OMT

La OMT alienta a la aplicación del Código Ético Mundial del Turismo para maximizar la cooperación socio-económica del turismo y minimizar sus posibles impactos negativos; así mismo se compromete a promover al turismo como un incentivo para alcanzar los Objetivos del Milenio que tienen como objetivo reducir la pobreza e incentivar el desarrollo sostenible. Las funciones de la OMT son: generar conocimiento de mercado, promover políticas e instrumentos para un turismo competitivo y sostenible, fomentar la educación y formación en materia turística, incentivar a que el turismo sea una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países alrededor del mundo (OMT, 2013: 1)

Miembros y Estructura

Entre los miembros de la OMT se incluye a 156 países (Ver Anexo 1) ,6 miembros asociados y más de 400 miembros afiliados representando al sector

privado, entre unidades educativas, asociaciones de turismo y autoridades turísticas locales. En cuanto a la estructura, la OMT se divide en los siguientes órganos: Asamblea General, Comisiones Regionales, Consejo Ejecutivo, Comités y Secretaría General. En este contexto, la Asamblea General es el órgano supremo de la Organización, sus sesiones ordinarias se llevan a cabo cada dos años donde discuten acerca de ejecución de programas, presupuesto y temas de suma importancia para el sector. A la Asamblea asisten todos sus Miembros Efectivos y Asociados, mientras que los Miembros Afiliados y representantes de diferentes organizaciones internacionales participan como observadores; así mismo, en la Asamblea eligen cada cuatro años a su Secretario General (OMT, 2013: 1)

La OMT consta de seis Comisiones Regionales. Éstas se ubican en América, África, Asia Meridional, Asia Oriental, Europa y Medio Oriente. Las Comisiones tienen reuniones cada año y participan de la misma los Miembros Efectivos y Asociados de cada región; de igual manera, los Miembros Afiliados asisten en calidad de observadores. Por otro lado, se encuentra el Consejo Ejecutivo que es el encargado de direccionar a la OMT y vela por el cumplimiento de los programas propuesto y manejo de presupuesto. Las reuniones del Consejo se llevan a cabo, por lo menos, cada seis meses y se compone por 30 miembros que elige la Asamblea, 5 por cada región, y España es miembro permanente del mismo (OMT, 2013: 1)

De igual forma, la OMT se compone de Comités especializados, los mismos que se encargan de guiar a la Organización en temas de gestión y manejo de contenido en los programas. Se forma de los siguientes Comités: Turismo y Competitividad, Turismo y Sostenibilidad, Programa y Presupuesto, Ética del Turismo, Estadísticas y Cuenta Satélite del Turismo y Selección de Miembros Afiliados. Por último, se encuentra La Secretaría, la misma que supervisa a todos los funcionarios que trabajan en la sede, cada uno de ellos es responsable del cumplimiento del programa de trabajo establecido por la OMT y de brindar asesoría a los miembros. La misma está dirigida por el actual Secretario General, Taleb Rifai (OMT, 2013: 1).

1.2. Impacto Social del Turismo

En este subcapítulo se explora el impacto social del turismo, considerando la relación que tiene con el proceso de globalización, el impacto que tuvo esta actividad en la cultura, y la relación existente entre desarrollo sostenible y desarrollo turístico. Con estos elementos, se profundiza la explicación sobre la situación socioeconómica del sector turístico en el Ecuador.

1.2.1 El turismo como influencia hacia el proceso de la globalización

Paralelamente al rápido avance de la tecnología de la información y el transporte, los principales acontecimientos mundiales están actualmente transformando las sociedades en todo el mundo. La globalización moderna se construye bajo una hegemonía de promoción de políticas neoliberales, lo que altera radicalmente las economías y sociedades mundiales, la misma está cambiando la manera con la que se ve al mundo, de múltiples economías y diversas sociedades a una economía mundial en una aldea global. Al turismo se lo califica como un fenómeno basado en los patrones de viajes de los individuos con bases culturales y tecnológicas, los mismos que aceleran el proceso de la globalización. En la actualidad el turismo es una práctica universal que está desarrollándose rápidamente hasta convertirse en una de las industrias líderes en el mundo de hoy, incluso algunos artículos hacen alusión a que el turismo ya es la industria más grande del mundo (Evans, 2011: 311)

La globalización ha aumentado la interdependencia entre los países, sus economías y los individuos, dentro del cual se encuentran no solo las empresas multinacionales sino también las pequeñas y medianas empresas. El proceso de la globalización ha dado paso a la creación de un mercado turístico mundial donde los destinos, que se espera que compitan en igualdad de condiciones, funcionen de manera interactiva. La globalización ha traído un mundo de oportunidades para el desarrollo turístico, ya que obtener información de diferentes destinos, independientemente del país de origen, está al alcance de los individuos. Por ejemplo, en el año 2002, 715 millones de personas viajaron al exterior y se estima que para el año 2020 esta cifra alcance a 1.6 millones de personas (de las cuales

el mayor mercado emisor es el alemán); el volumen de negocio del turismo es de 3500 mil millones de dólares, representando el 10% del comercio mundial (Knowles, 2001: 177)

El turismo se ha convertido en una gran industria y está dirigido por grandes empresas; la aparición de una sociedad global significa que los negocios turísticos tienen la oportunidad de operar a nivel mundial, de los cuales muchos han optado por la internacionalización como una estrategia competitiva. Las empresas multinacionales ven al mundo como su entorno operativo y establecen, al igual que estrategias globales, presencia en el mercado internacional. En el turismo, la globalización afecta la oferta y a la demanda de varias formas; los factores de oferta se clasifican de acuerdo a lo siguiente: proveedores internacionales, sistemas de reserva e información online, disminución en costo de pasajes aéreos, paquetes turísticos de precios relativamente bajos y nuevos destinos emergentes. Los factores de demanda para la globalización son: aumento de ingresos, los turistas tienen más acceso a la información y poseen experiencia (Pedreño, 2009: 233, 238)

Las características que presenta la globalización a través del turismo se muestran de la siguiente manera; dentro de la economía se despliegan estrategias de integración horizontal y vertical entre empresas turísticas, inversión extranjera en hoteles y atracciones turísticas, alianzas estrategias entre actores globales (operadoras turísticas, compañías aéreas, hoteles), gestión mundial del turismo y competencia entre resorts internacionales. En la tecnología han evolucionado los sistemas de reserva y sistemas de transporte, en la cultura se maneja un perfil mundial de turista, a más de que aparece el término de aldea global. En cuanto al medio ambiente, el turismo aparece como un problema para el cuidado de la naturaleza y aparece el efecto del cambio climático sobre los destinos turísticos; en la política aparece una creciente importancia sobre las organizaciones turísticas, la necesidad de coordinar y regular la circulación de pasajeros a nivel mundial y el desarrollo sostenible como idea predominante (Pedreño, 2009: 1)

La globalización es el proceso de funcionamiento de la economía global que es capaz de crear, en la sociedad global, estrategias para resolver problemas globales"; y de esta forma para la industria del turismo es evidente para la mayoría de aspectos que lo componen. Las empresas internacionales de turismo y hospitalarias se aprovechan de los factores de la

globalización para expandir sus operaciones a nivel mundial. De igual manera, la globalización ejerce una presión competitiva al facilitar el acceso al mercado a muchos más actores, en un entorno en que las empresas tienen que luchar en un medio más complejo (Knowles, 2001: 183)

Las nuevas tecnologías han hecho posible la creación de sistemas operativos homogéneos que permiten mejor control y coordinación de todas las ramas que involucran el turismo (sistema de reservas, información socializada de lugares, sitios web de operadoras y agencias, redes sociales); de la misma manera, los cambios en las políticas y entorno jurídico han facilitado la libertad de comercio, la regularización del transporte en el ámbito del turismo, desarrollo de nuevos sistemas e inversión internacional; para que sea más flexible y adaptable con el nuevo entorno mundial.

Para entender la complejidad de las interacciones dinámicas que se producen a través de las fronteras, Anne Mette (2007:350) explica su teoría acerca de las cuatro etapas de la globalización de la industria del turismo. El nivel de análisis se lo presenta a nivel de comunidades turísticas y sus grupos de interés: empresas de la rama, comunidades, autoridades nacionales y locales; entre otros. Por lo tanto, la globalización es vista como el resultado de decisiones individuales tomadas por las empresas de turismo y la política interna de cada país.

La primera etapa incluye las estrategias nacionales para ingresar a nuevos mercados, el propósito es atraer clientes a los destinos y negocios en los que el producto sea vendido o consumido. La fuerza de la comunicación también juega un rol bastante importante ya que emerge, más allá, de campañas promocionales, a través de mercados internacionales para los consumidores creando un fuerte vínculo entre el turismo, asociaciones y demás organizaciones adscritas. La comunicación hace que sea posible superar las barreras existentes en muchos países donde las organizaciones turísticas se resisten a los cambios que trae consigo la globalización (Mette, 2007: 440)

La segunda etapa describe la incorporación e integración de negocios turísticos dentro de las fronteras nacionales, las inversiones dentro del país son un tema muy importante dentro de lo que se refiere a turismo, dentro del cual la

expansión de empresas exitosas es reconocida por la mayoría de los consumidores y representa ser una fuerza para impulsar la globalización. Por otro lado, la transferencia de capital llama la atención a la industria además de los pros y contras que trae consigo la hegemonía económica y cultural, estos dos grandes temas son debatidos en gran medida, sobre todo cuando la transferencia es hacia países en desarrollo. Existen dos métodos de integración global, en primer lugar, la integración de los negocios a través de inversiones, fusiones y adquisiciones; en segundo lugar, manejar conceptos de turismo global como licencias y franquicias. (Mette, 2007: 440)

La tercera etapa se refiere a la fragmentación espacial y la relocalización de los procesos de producción; en los últimos años, se observa un mayor énfasis en lo concerniente a rentabilidad, a través de una amplia fragmentación y optimización de la cadena de valor; así mismo, el turismo tiene un alto grado de absorción de mano de obra, recursos humanos intangibles. Por último, la cuarta etapa se refiere a la identidad de los tipos de mercado, muchas empresas e investigadores están involucrados en el intento de definir y distinguir las diferentes categorías estadísticas del turismo tradicional; sin embargo, el nuevo modelo sugiere una progresión lógica e interposición de un patrón internacional dentro de la industria, tendiendo a superponerse entre sí. (Mette, 2007:420)

1.2.2 La atribución e impactos del turismo sobre la cultura y el turismo cultural

Dentro de este contexto, el turismo se lo puede definir como un arma de doble filo, teniendo un desarrollo en conjunto con la globalización y al mismo tiempo crea potenciales implicaciones negativas que pueden dificultar a la sostenibilidad. La cultura, el corazón del turismo, puede verse afectada por esta relación dicotómica que explota al sector del turismo, en esencia la cultura es el “alma” del turismo. Por otro lado, si la relación entre el turismo y la cultura es sostenible, el turismo se desarrollará en armonía con los intereses de la comunidad, la protección de las culturas tradicionales y el fomento a la apreciación por las prácticas tradicionales de cada sociedad.

Varias teorías sostienen que la relación entre el turismo y la cultura es potencialmente destructiva; se considera que el turismo es una amenaza para las

culturas endémicas locales promoviendo su explotación, dislocación y profanación. El turismo puede contribuir a la aculturación o erosión cultural a escala mundial, siendo una amenaza potencial para la desaparición de la diversidad cultural; sin embargo, el mismo se nutre de su capacidad para ofrecer únicas y diversas atracciones propias de cada cultura local. La aculturación es un proceso sociocultural que comprende los cambios en una cultura provocados por otra, de manera que influye sobre la personalidad y comportamiento de los individuos ya que absorben características de una cultura foránea e incorpora los aspectos obtenidos sobre la base de su propia cultura, obteniendo una cultura global aplicada en cada uno de sus medios (Barretto, 2007: 30)

Aunque este tipo de cambio puede ser recíproco se lo considera más como un cambio asimétrico que resulta de la absorción de una cultura a la otra más poderosa. A través del proceso de la globalización, las lenguas y dialectos propios de una región se pueden ver quebrantados por la lengua inglesa e incluso muchos de ellos están en peligro de extinción o han desaparecido. En este sentido, para que la comunicación entre dos individuos se efectúe es necesario que tanto el interlocutor y receptor hablen la misma lengua para percibir el mensaje, por esta razón, los individuos están incentivados u obligados a conocer una diferente lengua de uso común en un entorno globalizado. Un claro ejemplo es la lengua inglesa que después de la Segunda guerra mundial se posicionó como la lengua oficial de uso internacional, causando un impacto tal que muchos países la adoptaron como segunda lengua (Siguan, 2012: 2).

Sin embargo, las nociones predominantes de que el turismo crea armonía cultural y es una de las grandes fuerzas para impulsar a la paz han sido exageradas. En la actualidad se han encontrado estudios que demuestran que el turismo no trae a mundos juntos, no obstante el turismo se concibe como una gran influencia que genera cambios dramáticos e irreversibles dentro de las comunidades de acogida al turista. Por esta, razón las naciones deben tener la idea de proteger a las culturas aborígenes y su integridad pero aún no se han desarrollado políticas dedicadas a protegerlas (Barretto, 2007: 34)

El turismo puede contribuir con la revitalización cultural y la creación de fuentes auténticas de trabajo, estimulado por un mercado creciente de turistas que buscan conocer la esencia de cada cultura. El turismo, como un mecanismo del proceso de la globalización, crea espacios para intercambios culturales y alianzas; cuando un turista conoce a un local, cada uno de ellos lleva consigo un sentido de su propia identidad, intercambian distintos puntos de vista (desde su propia cultura) y obtienen un nuevo conocimiento o nuevas experiencias. La diversidad cultural ofrece una amplia gama de productos únicos que son auténticos y originales que atraen la atención del turista, siendo uno de los atributos del turismo, proporcionar diversas experiencias a través del contacto con nuevas y diversas expresiones culturales (Barretto, 2007: 40)

Por otro lado, el turismo puede ser beneficioso para la economía de los países, y es así como aparece el segmento de turismo que se relaciona directamente con las rutas culturales. El mismo que involucra esencialmente visitas a lugares culturales de interés y eventos. El turismo cultural, según la Organización Mundial del Turismo (2013:1) es: “El movimiento de personas hacia lugares de interés cultural, lejos de su lugar de residencia habitual, con la intención de recopilar información y obtener nuevas experiencias para satisfacer sus necesidades culturales”. Aunque la definición no aparenta ser precisa ya que existen diferentes motivaciones y variedad de atracciones diferentes que las personas pueden tener.

El turismo cultural es un segmento cada vez más importante dentro de lo que engloba a la industria, según lo que indican las cifras de la OMT, los viajes internacionales con respecto al turismo cultural crecieron de un 37% en el año 1995 a 40% en el 2004; a pesar de que demuestre ser un pequeño aumento, hay que tomar en cuenta el gran crecimiento del volumen turístico cultural mundial que llegó a una cifra de 375 millones en 2009. El turismo cultural también es visto como un mercado deseable por muchos países y regiones, ya que generalmente es un segmento que interesa a personas con un alto nivel de educación e ingresos anuales, siendo asequible para individuos de un estrato social medio y alto. (Moragues, 2006:1)

Un reporte de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico³ (2009) indica que los principales motores para el desarrollo de políticas de cultura y turismo son: la valorización y preservación del patrimonio, desarrollo económico y empleo, regeneración física y económica, desarrollo del entendimiento cultural en la población y por último el fortalecimiento y diversificación del turismo. El crecimiento de la demanda en turismo cultural ha estimulado el desarrollo de atracciones y estrategias de marketing, ya que muchos países compiten por una participación en este lucrativo mercado.

Como la demanda de turismo cultural va en aumento, las oportunidades son prometedoras para el desarrollo económico, particularmente en las zonas rurales, gracias a este factor, potenciales oportunidades son creadas, incentivando el emprendimiento y el empoderamiento local. A medida que los bienes patrimoniales y culturales son altamente demandados, la agenda política se vuelca a formular estrategias que incentiven la recuperación, conservación y mantenimientos de estos espacios. Un principio fundamental de la globalización es el desarrollo económico donde sus principales metas están dirigidas a crear un tipo de modelo homogenizado de sociedad con normas y economía comunes que mejoren el bienestar de toda la sociedad; sin embargo, lograr implementar la idea resulta utópico (Gurría, 2000: 1)

1.2.3 La llegada del Desarrollo Sostenible en términos de Desarrollo Turístico

En definido contraste con la industria turística, viene de la mano el término de desarrollo sostenible, este concepto ha sido iniciado por teóricos que han presentado una preocupación acerca de la cruda realidad del planeta Tierra, principalmente afectado por la manera en que continuamos con el modelo actual de desarrollo político, social, económico y ambiental. En general, la literatura académica ha prestado atención a las diversas interpretaciones de desarrollo sostenible, en los varios intentos de dar con un concepto exacto; sin embargo, el debate sobre las interpretaciones del término aún continua, enfocando la relación entre bienestar económico y medio ambiente.

³ Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

El concepto de desarrollo sostenible se ha cristalizado hace 30 años, concebido como parte de un nuevo pensamiento dentro de las teorías económicas como respuesta a la crisis ecológica causada por la intensa explotación industrial de los recursos y la degradación del medio ambiente. El concepto es una vieja expresión de los principios éticos que definen la relación entre los humanos y el medio ambiente; así como, la relación existente entre la generación presente y la futura. Actualmente, el concepto de desarrollo sostenible se ha expandido alrededor de todos los ámbitos del entorno, siendo una teoría compleja, tanto en los aspectos económicos como en asuntos sociales (FAO, 2010: 1).

En 1987, durante la Conferencia de Medio Ambiente en Estocolmo, se planteó el tema del impacto de las actividades humanas sobre la naturaleza, una perspectiva negativa para el planeta y sus habitantes. En 1987 fue publicado en las Naciones Unidas (ONU) el reporte conocido como “Nuestro Futuro Común”; define al desarrollo sostenible como una medida ecológicamente viable, apoyada en el medio ambiente como una garantía de las necesidades presentes sin comprometer el futuro de nuevas generaciones. En junio de 1992, en la Conferencia de Medio Ambiente en Brasil, se definió al desarrollo sostenible como un camino de desarrollo para apoyar al progreso humano para garantizar un planeta a largo plazo. En la Unión Europea (UE), el desarrollo sostenible se convirtió en una prioridad después del año 1997, cuando el concepto y sus significados fueron incluidos en el Tratado de Maastricht (OMT, 2009: 1).

En 1999, la Unión Europea desarrolló la Estrategia Territorial Europea, la misma que fue integrada para el desarrollo sostenible y un conjunto viable de las políticas ambientales. En 2001, en la cumbre de Gotheborg se adoptó la Estrategia de Desarrollo Sostenible de la UE, y un año más tarde en la ciudad de Barcelona se añadió una dimensión externa: la durabilidad, que se refiere a la capacidad de una sociedad, ecosistema, o cualquier sistema existente para trabajar continuamente en un futuro indefinido, sin alcanzar el agotamiento de los recursos claves (OMT, 2009: 1).

Así, se definió el concepto de turismo sostenible como “todas las formas de desarrollo turístico, gestión y comercialización del turismo, que respete la

integridad del medio natural, social y económico, velar por la explotación de recursos naturales y culturales para generaciones futuras. El turismo sostenible se ha destinado a gestionar todos los recursos, tales como las necesidades económicas, sociales y estéticas para alcanzar la satisfacción, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de vida. Otras percepciones del concepto tratan de materializar la idea de integrar el medio ambiente en el desarrollo económico y social, subrayando que el desarrollo sostenible es un concepto que evoluciona y gira entorno a todas las actividades del ser humano (Moragues, 2006: 1).

Por otro lado, los recursos humanos pueden contribuir al proceso del desarrollo sostenible, si se actúa bajo condiciones que garanticen la soberanía de la naturaleza y sus recursos. El turismo, al ser un sector de gran importancia dentro de la economía refleja ser una esfera de rápido crecimiento de la actividad humana, por lo que refleja cambios en las condiciones económicas y sociales que subyacen visiones modernas de la libertad individual. No obstante, los actores defensores del turismo sustentable luchan por crear programas y resoluciones enfocadas a proteger los recursos existentes, mas sus objetivos no están bien definidos y abundan los términos imprecisos, lo que trae banalidad a la ejecución de los mismos. (Moragues, 2006:1)

La globalización y el desarrollo sostenible van de la mano y se desarrollan simultáneamente, el turismo encaja perfectamente dentro de estos dos contextos, se expande con la globalización y afecta en gran magnitud al desarrollo sostenible. En este sentido, la globalización y el turismo se cruzan con los objetivos del desarrollo sostenible, ya que manejan diferentes valores y metas y parecerían contradictorios entre sí. De igual manera, el turismo se lo define como un segmento de la globalización; ya que tiende a promover los flujos económicos y financiero de mercancías e individuos, ha tenido un fuerte impacto sobre la industria de la construcción, en los sistemas de transporte, movimiento de divisas y entrada de empresas transnacionales (Córdoba, 2003: 1).

Ahora bien, el concepto de desarrollo sostenible es relativamente nuevo, de esta manera nace en conjunto el “turismo sostenible”, una rama con un aumento

significativo de la actividad económica, la industria del turismo, la investigación académica y el medio ambiente. El principio del turismo sostenible es la disociación por turismo de masas y de asociación en algunos aspectos con algunas formas de turismo alternativo. En otras palabras, el turismo sostenible puede ser visto simplemente como una actividad clásica de turismo; en este sentido, surgen varias preguntas de cómo llamarlo apropiadamente, si “Desarrollo Sostenible del Turismo” o “Desarrollo del Turismo Sostenible”. Algunos expertos prefieren “Desarrollo Sostenible del Turismo”, cuando se refieren a todos los aspectos del desarrollo y “Desarrollo del Turismo Sostenible” cuando se habla acerca de algunos aspectos entorno al turismo. El desarrollo del turismo sostenible es un requisito; al mismo tiempo una tendencia de evolución contemporánea y su integración dentro de la dinámica económica y social del mundo de hoy (Quiroga, 2007: 9, 13).

1.3. Impacto económico mundial del turismo

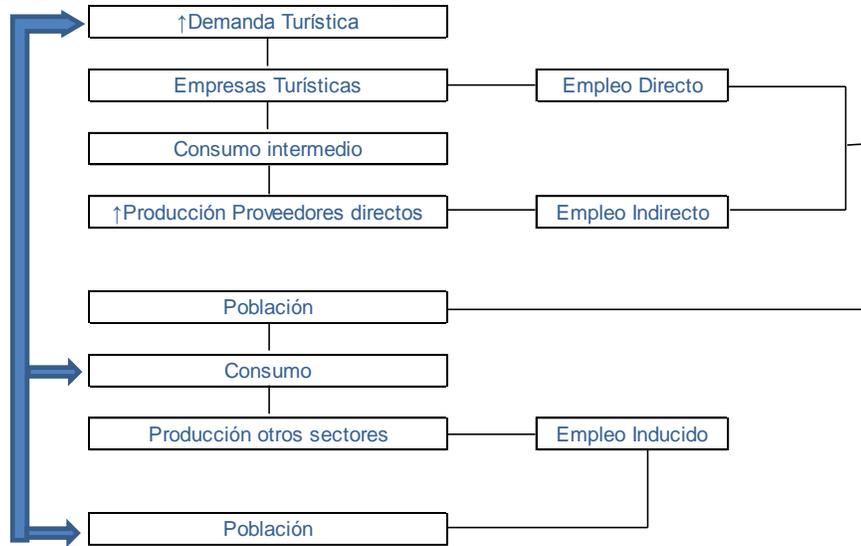
El impacto económico mundial del turismo implica la constatación de los cambios que introdujo el turismo en la economía global. En este subcapítulo se describe el efecto multiplicador del turismo y su importancia en las economías locales, integradas a su vez a sistemas económicos más complejos, prestándose especial atención a los cambios que produjo en la economía latinoamericana.

1.3.1 Efecto multiplicador del turismo

El turismo beneficia a las economías regionales a través del impulso que produce y es sin duda, un eje fundamental para la reactivación económica de países y regiones, a través de la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de aeropuertos, infraestructuras hoteleras, puertos y vías, para abastecer el flujo de demanda interna y externa de turistas, y una importante fuente de divisas. El turismo tiene inminentes efectos sobre otros sectores de la economía de un país, por lo que obtiene un vínculo directo con otras actividades económicas conocido como el “efecto multiplicador del turismo”.

Fletcher (2000: 1) lo define textualmente como: “*el impacto económico causado por un cambio en el nivel o patrón del gasto turístico y se deriva del hecho de que el valor del gasto turístico se multiplica por algún factor estimado con el fin de determinar el impacto económico global*”, siendo el resultado del encadenamiento que produce los efectos sucesivos del gasto enfocado al turismo. Los efectos que produce sobre la economía pueden ser directos, indirectos o inducidos en relación a la creación de plazas de empleo, valor agregado, diversificación de servicios, generación de divisas y proliferación de negocios hospitalarios. Para una mejor comprensión del “efecto multiplicador del turismo”, se plantea el siguiente ejemplo:

GRÁFICO 2.EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO
EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO



Fuente: Universidad de Jaén
 Elaborado por: Alejandra Vega

Si bien es cierto que el efecto multiplicador no está sesgado simplemente al sector turístico, porque el mismo efecto reciben varias ramas y actividades económicas; sin embargo, la característica que diferencia en sí al sector turístico es la amplitud de los efectos que produce, ya que al hablar de gasto turístico, se incluye a una gran variedad de ramas productivas que dependen del mismo. Como se observa en el gráfico anterior, según varias teorías económicas, centran al turismo como un actor de gran importancia en la economía de un país, ya que crea una estrecha relación con otras industrias. El efecto multiplicador genera un aumento en el consumo de bienes y servicios complementarios al turismo y como

resultado un mayor desarrollo en las empresas que se benefician indirectamente del sector. (Calderón, 2013:1)

El incremento en la Demanda Turística implica la proliferación de empresas hospitalarias y turísticas, las mismas que generan empleo directo –PEA que depende directamente de las empresas- e indirecto –PEA que trabaja directamente con los proveedores-. Inclusive, el crecimiento del turismo impulsa a que exista mayor inversión privada y pública para suplir una mayor cantidad de infraestructura turística, mejorar los servicios, programas de seguridad, limpieza, mejores sistemas de salud; así como en la preservación, rehabilitación y mantenimiento del patrimonio cultural y natural que ofrece cada país, generando a su vez mayor empleabilidad. (Mintur, 2012:1,12)

De esta manera, la industria turística al depender en gran parte de sus proveedores directos, estos a su vez incrementan su producción para suplir con la demanda del sector. Los proveedores diversifican los bienes y servicios que ofertan gracias a que obtienen mayores ingresos por la entrada de divisas; de esta forma, el gobierno tiende a mejorar la infraestructura vial para facilitar el intercambio de mercancías dentro del territorio y promueve el desarrollo del sector hospitalario. Por otro lado, las personas que trabajan directa e indirectamente en el turismo son consumidores de otros sectores productivos del país, reinvertiendo sus ingresos dentro del país, produciendo un efecto positivo sobre el desarrollo de industrias indirectas en relación al turismo. (Paguay, 2013:4)

Hay varios ingresos difícilmente cuantificables. No todos los gastos generados por los turistas son registrados oficialmente en las estadísticas macroeconómicas; por ejemplo: el dinero que ingresa por turismo a través del empleo informal como vendedores ambulantes, guías informales, taxis, vendedores de artesanías, entre otros. El lado positivo del empleo informal o dinero no declarado es que vuelve a ser invertido en la economía local y tiene un alto impacto sobre el efecto multiplicador. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo⁴(WTTC, 2013:1) estima que el turismo genera una contribución indirecta

⁴ El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) ha estado invirtiendo en investigaciones sobre el impacto económico del turismo por más de 20 años con el objetivo de evaluar y cuantificar el valor de la contribución

igual al 100% de los gastos de turismo directos. Por tanto, el turismo incide sobre varios sectores de la economía en un país, ya que se incrementa el consumo de servicios y bienes; constituyendo ser un motor para la economía. Por esta razón, es importante incentivar la inversión sobre este sector y en otros sectores que se benefician indirectamente de ella.

El desarrollo turístico se convierte en un importante apoyo a la vida económica de la sociedad, por lo que un proyecto turístico tendrá un horizonte más amplio, ya que no se reduce al proyecto de un individuo, sino que aglutina a toda su comunidad.

“El desarrollo turístico en las regiones se puede concretar primero con el factor inicial de la expansión que se da por la acción directa de los valores geo turísticos, que por sí mismos han atraído la demanda hacia la zona; y segundo, por los factores de impulso y sostenimiento que vendrían dados por la acción de las iniciativas privadas y públicas, aportando dichos recursos financieros y técnicos que complementarían el proceso” (Kravitz, 2013: 43).

Los niveles de eficiencia y productividad no se encuentran medidos, pero se puede afirmar que son relativamente bajos por la escasa infraestructura y política gubernamental de apoyo, ya que tradicionalmente el sector recibió poca atención efectiva que se tradujera en la construcción de carreteras, infraestructura turística básica y servicios relacionados. El impulso que se requiere de este sector es vital para consolidar el proceso de desarrollo turístico en el país, pues el propósito fundamental es ampliar la oferta turística con miras a incrementar la demanda turística, y sin lugar a dudas la población con capacidades restringidas constituyen un segmento importante de consumidores turísticos.(Organización Mundial de Turismo, 2012:1)

Al margen de lo anotado, se observa que la competitividad en el rubro turístico es escasa, y al no existir suficiente infraestructura de apoyo, como una de las condiciones básicas para el desarrollo de este rubro, es difícil la existencia de niveles que permitan mejorar la competitividad. Sin embargo, por la existencia de condiciones de riqueza natural, el incremento lento pero permanente de

de Viajes y Turismo sobre el PIB mundial y el empleo. El Consejo elabora informes y pronósticos del impacto del sector en 184 países y 24 regiones geográficas del mundo.

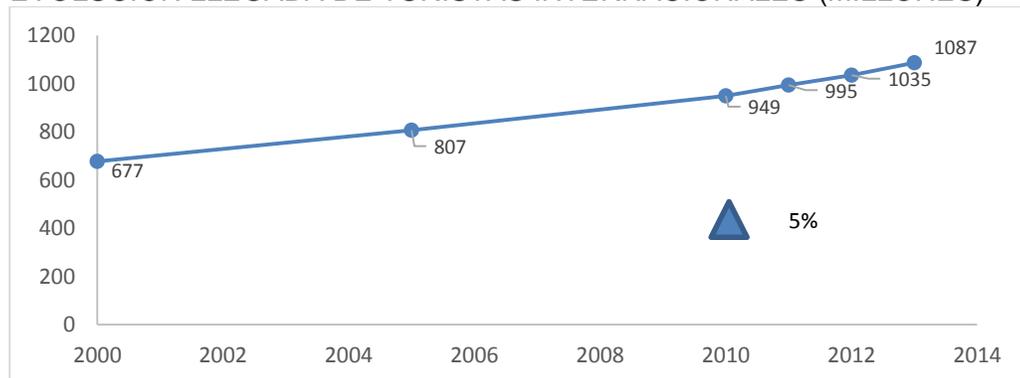
infraestructura, el crecimiento del mercado de turismo nacional y el flujo internacional y la creación de un plan de desarrollo turístico que organice las políticas gubernamentales, es posible pensar en una perspectiva de corto, mediano y largo plazo, en un potencial crecimiento del sector.

1.3.2 Aporte del turismo al desarrollo económico mundial

La industria turística se ha convertido en un prominente polo de desarrollo a nivel mundial, cada día se incrementa el número de visitantes a los diferentes destinos alrededor del mundo generando nuevas oportunidades de desarrollo en la parte económica y social de las diferentes naciones. Gracias al auge se han creado necesidades que permitan satisfacer a la elevada demanda de visitantes, es por esta razón que los gobiernos se preocupan de desarrollar esta importante industria.

El número de ingreso de turistas en el último septenio se ha incrementado, debido a varios factores como globalización, una nueva clase media de países emergentes, todo esto sumado a la globalización ha permitido que exista un boom a nivel mundial lo que ha generado el desarrollo sostenido del sector y ha brindado nuevas oportunidades sociales y económicas. La industria en el año 2013 ha registrado un incremento del 5% a nivel mundial como muestra el siguiente gráfico.

GRÁFICO 3
EVOLUCIÓN LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES (MILLONES)



Fuente: Organización Mundial del Turismo
Elaborado por: Alejandra Vega

La actividad turística es compleja ya que involucra a un alto porcentaje de la población PEA⁵, empleando a casi 100 millones de personas en el mundo, quiere decir que en una población de 100, serían 7 personas que trabajan directamente para el turismo. Así mismo se calcula que el 12% del PNB⁶ del mundo, se genera a través del mismo, convirtiéndose una de las actividades económicas mundiales más importantes superando al petróleo y es considerada la primera partida de exportación. Por tal razón es importante considerar el desarrollo del mismo, su influencia dentro de la economía mundial y principalmente su sostenibilidad (Goded, 1998: 1)

La evolución desde la década del año 2000 muestra una importante tendencia a la alza, es así que si se compara el número de visitantes desde el año 2000 con el año 2013 se observa que el incremento ha sido del 62%, el cual es un número realmente impactante. En el año 2013 se registró una entrada de 1087 millones de turistas. Se puede notar que en el 2006 hasta el 2010 es el mayor repunte, esto se debe principalmente al desarrollo de las economías emergentes como el caso de China que con el ritmo sostenido de crecimiento de su PIB ha generado una nueva clase media que ha ayudado a contribuir considerablemente el número de visitas en el mundo. No podemos dejar de lado a Latinoamérica que con el incremento del precio en commodities (petróleo, oro, cobre) ha permitido que el nivel económico de sus habitantes se incremente y ha generado un aumento considerable de turismo en la región. (Organización Mundial de Turismo, 2012:1)

Según los datos de la OMT (2012:1), el año 2012 la industria turística aportó al PIB mundial el 9%, que se traduce en 6,6 trillones de dólares. Como podemos observar, esta información ratifica la importancia de este sector y su contribución al desarrollo del país. Este es un efecto multiplicador, pues genera externalidades en la economía y sociedad de un país. Las principales son el ingreso de divisas y su aporte al desarrollo económico, como se observa la cifra en millones de dólares es bastante elevado, lo que permite una mayor velocidad en la

⁵ Población Económicamente Activa

⁶ Producto Nacional Bruto

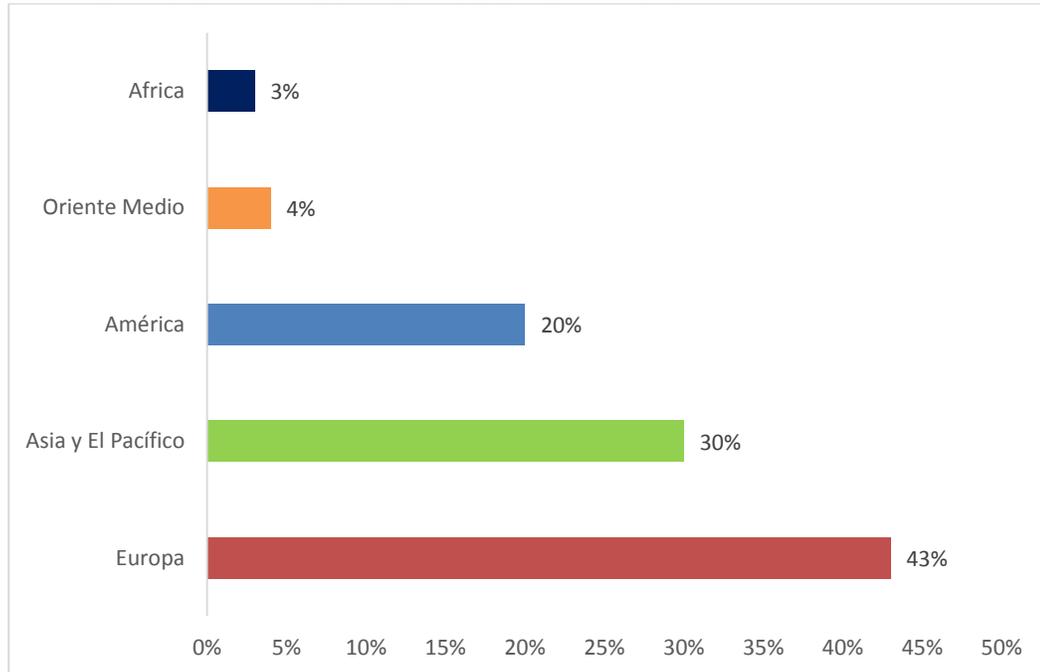
economía y una dinamización en los diferentes sectores generando una mayor riqueza y desarrollo en ciudades y pueblos de los diferentes países. El turismo es un polo de desarrollo, es así que este apalanca a varios sectores que ven influenciada su demanda por la cantidad de turistas que ingresan, entre los más importantes están: Hoteles, Restaurantes, transporte, comercio de bienes y servicios. Uno de los impactos positivos más significativos es la generación de empleo directo e indirecto, para el año 2013 se generaron más de 4 millones de empleos, este sector genera alrededor de 260 millones de empleos alrededor del mundo según los datos de (WCCT, 2013:1), superando a otras industrias importantes como manufacturas, servicios financieros y *retail*.

Este factor multiplica y dinamiza la economía pues al generar ingresos para este importante número de personas, estas a su vez dinamizan al resto de industrias que tiene un país generando una mayor circulación monetaria, generando un mayor consumo interno en el país que es uno de los factores claves en la ecuación de cálculo del PIB. El comercio es otro factor clave en la economía de los países, y el sector del turismo aporta considerablemente al intercambio comercial de productos y servicios entre países. Para el año 2012 según la OMT (2012:1) el turismo representó el 30% de exportación de servicios y un 6% del total de exportación de productos y servicios a nivel mundial, con lo que refleja su gran importancia en la balanza comercial. El turismo se ubica por detrás de grandes industrias como la de combustibles, químicos, productos alimenticios y el sector de la automatización, ubicándolo así en el quinto lugar.

En cifras monetarias para el año 2012 el turismo registro ingresos por US\$1.075 billones, demostrando un incremento del 4% con respecto a las cifras del año 2011. Si se considera las cifras generadas por transporte destinado a viajes turísticas en los diferentes medios, esta cifra llegó a ser US\$ 219 mil millones que si se suma a la cifra anterior representa US\$1,3 billones. Se demuestra así como esta industria apalanca en gran medida el desarrollo de transporte a nivel mundial.

Los ingresos son variantes en las diferentes zonas como muestra el siguiente gráfico:

GRÁFICO 4
PARTICIPACIÓN DE LOS INGRESOS POR REGIÓN



Fuente: Barómetro OMT del Turismo Internacional
Elaborado por: Alejandra Vega

Como muestra el gráfico, Europa percibe el mayor volumen de ingresos generados por el sector con un 43% del total, seguido por Asia y El Pacífico con 30% y América con el 20% del total, es decir el Pareto se encuentra en Europa y Asia.

1.3.3 Importancia económica del turismo en Latinoamérica

Latinoamérica se ha convertido en uno de los destinos más visitados en la actualidad y ha mostrado un crecimiento importante durante los últimos años. Durante el año 2012 la contribución del turismo al PIB de la región fue del 9% equivalente a US\$ 378 billones. Existen países dentro de la región como las Bahamas y Antigua y Barbuda que el sector del turismo representa el 29% de su PIB según los datos de la CEPAL. En economías más fuertes que tienen mayor cantidad de industria, el turismo representa un importante ingreso en función del PIB, en este rubro tenemos a México en donde este sector aporta el 9% de su

Producto Interno Bruto. En Brasil se incrementó este año en 32% el número de visitantes en llegar a este país de Sudamérica. (CEPAL, 2012:45)

La importancia social del turismo latinoamericano es evidente, es un generador de plazas de trabajo y de desarrollo urbano y rural en las diferentes locaciones. El incremento de la oferta hotelera, de hostales de restaurantes ha permitido que ciudades enteras puedan vivir y mejorar sus condiciones de vida gracias a este sector. Las plazas de empleo generadas por el sector asciende a 5, 8 millones de personas dedicadas al turismo directa, con una equivalencia del 2, 9% de la ocupación de la región. La contribución total al empleo considerando el empleo indirecto que genera el sector llega al 7, 9%. (INEC, 2013:10)

De los 162 millones de visitantes que ingresaron al continente americano en el año 2012, el 35% ingreso a Latinoamérica lo que representa 56, 5 millones de turistas que viajaron a la región. Comparativamente entre el año en mención y el 2011, existió un incremento del 5% de visitantes para esta zona. La subregión con mayor participación en el número de visitantes durante el año 2012 fue Sudamérica con 48% del total de visitantes en Latinoamérica. Uno de los factores determinantes de esta cifra es el turismo intrarregional, el número de visitantes entre países sudamericanos se ha incrementado considerablemente en los últimos años. El ingreso de divisas es un factor que ha contribuido notablemente a Latinoamérica, esto ya que en la región existen países dolarizados como es el caso de Ecuador y Panamá, que al no poder emitir su propia moneda, necesita de un importante flujo de dólares para su economía, con este ingreso de divisas se ha podido regular el ciclo del dinero y bajar la velocidad del mismo en estos países. (INEC, 2013:11)

El sector turístico es el llamado en la región a tomar mayor fuerza para de esta manera dejar la dependencia de ser países de commodities, es decir dar un cambio de valor y generar mayores ingresos ya no por exportación de materias primas sino por una canasta de servicios de valor agregado, que apalanque un clúster completo dedicado a satisfacer las necesidades que requiere un mundo globalizado. Gracias al turismo los diferentes medios de transporte han tenido una

gran evolución en la mayor parte del continente, la accesibilidad es mayor, se cuenta con una mayor infraestructura, la seguridad que es uno de los mayores temores de los visitantes al llegar a Latinoamérica; sin embargo, se han establecido acciones con respecto al tema mejorado.

Los gobiernos han impulsado el desarrollo del sector pues se lo considera clave para el desarrollo de los países, se han hecho grandes campañas para fortalecer y posicionar la marca país a nivel mundial y ha si invitar a conocer e invertir dinero. Los países de la región han aprovechado para fortalecer la identidad de sus culturas, la puesta de valor de varios activos como la naturaleza, cultura, arqueológicos ha sido lo más beneficio pues ha generado un sentido de pertenencia, y ha promovido vender la idea de marca país. Latinoamérica se ha convertido un referente de turismo de aventura y ecológico, todos los esfuerzos se deben destinar para que la oferta de valor de estos países se incremente, esto debe estar acompañado de esfuerzos conjuntos del sector privado con los diferentes gobiernos para dar las facilidades necesarias para generar una cultura turística en la población que permitirá apalancar un desarrollo sostenible en la parte social y económica de esta región del mundo. (Arteaga Leños, 2011:1)

La ventaja que existe en Latinoamérica es la escasa conexión de horas entre ciudades. La intención de los gobiernos es mejorar la infraestructura para generar mayor flujo de turistas en cada país y obtener mayor ingreso de divisas a cada uno de ellos. Si comparamos la demanda que tienen varios países de América Latina podemos obtener las siguientes cifras: Brasil recibe al año una cifra de 5, 67 millones de turistas, Argentina en su lugar recibe a 5, 6 millones, Chile acoge a 3, 55 millones de turistas, Perú llega a tener una cifra de 2, 84 millones de turistas al año, mientras que el Ecuador tiene la visita de 1, 3 millones de turistas al año. En el caso de Ecuador, se debe aprovechar el número de turistas que ingresan a Perú ya que podría valerse del mismo para obtener una proyección en el aumento del turismo dentro del territorio ecuatoriano. De esta forma, las cifras muestran claramente que América Latina tiene un gran potencial turístico y Ecuador está en camino para que en el futuro pueda recibir mayor demanda de turistas extranjeros (Universo, 2013: 10).

En el presente capítulo se determinó la importancia en la economía del sector turístico, al evidenciar que este sector aporta de manera positiva y significativa a la actividad económica y social a nivel mundial y que este aporte ha ido aumentando en las últimas décadas tomando en consideración un turismo sustentable. Por ello el turismo ha causado impacto de en la sociedad al crear mejores condiciones para las personas y sitios involucrados en esta actividad, ha divulgado la cultura de diferentes lugares del mundo, gracias al proceso globalizador actual se ha fomentado el desarrollo de medio de transporte que faciliten la movilización de los visitantes extranjeros hacia todo el mundo; además, que en el ámbito económico ha permitido la generación de encadenamientos productivos que han promovido el desarrollo de una forma amigable con el medio ambiente, esto a su vez aportado al desarrollo económico mundial y de Latinoamérica al convertirse en un componente importante de la generación de riqueza diferente a la acostumbrada.

CAPITULO II

REALIDAD NACIONAL Y DESARROLLO DEL TURISMO EN EL ECUADOR

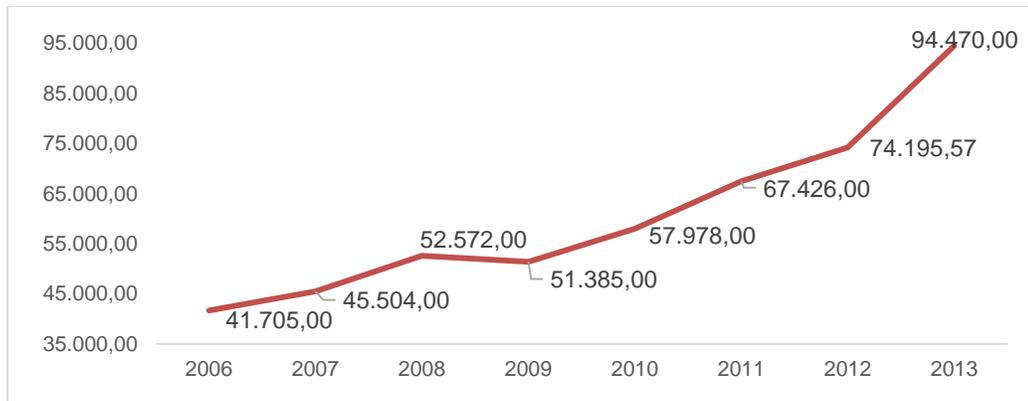
2.1 Situación socioeconómica del Ecuador

En el presente subcapítulo se presenta la situación socioeconómica del Ecuador, considerando el análisis del desarrollo económico del país, para lo cual se examinan las variables macroeconómicas, a la vez que se examina el desarrollo social en el país. También se examinan los indicadores de desarrollo social y económico, que permiten una mejor valoración de la situación del país.

2.1.1. Análisis del desarrollo económico del Ecuador

La economía del Ecuador ha tenido un desarrollo sostenible durante los últimos años, lo que ha permitido un crecimiento en varios sectores del país. La economía ha recibido un fuerte ingreso de dinero, siendo el motivo principal el incremento de precios de *commodities*, y en particular el precio del petróleo que se ubicó en tarifas mundialmente históricas en los últimos cuatro años, generando mayores recursos para el país; los mismos fueron principalmente destinados al gasto corriente. En el siguiente gráfico podemos observar el Producto Interno Bruto (PIB) en millones de dólares y la cantidad de dinero que se ha generado:

GRÁFICO 5.
PIB NOMINAL (MILLONES DE DÓLARES).



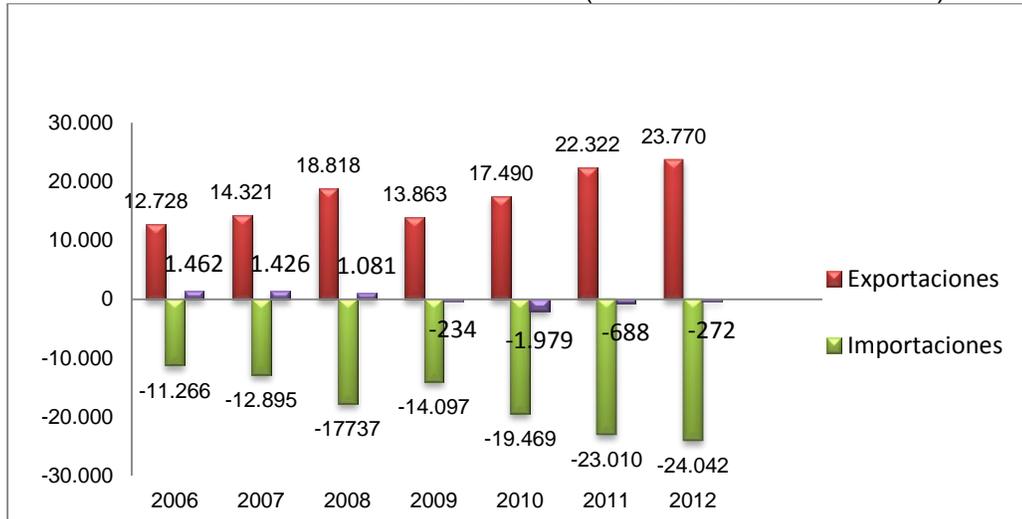
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Alejandra Vega

El Producto Interno Bruto se lo define como una de las principales variables de la economía, el mismo que “*cuantifica el valor de los bienes y servicios de uso final concebido por los agentes económicos dentro de un territorio durante un período de tiempo*” (Fonseca, 2012: 1). El PIB nominal abarca en su cálculo la producción de bienes y servicios finales más sus respectivos precios de mercado. En otra sección de esta investigación, se puede apreciar el aporte del turismo al PIB ecuatoriano y su comparación con el PIB total generado.

Como se muestra en el Gráfico 5, el Producto Interno Bruto del Ecuador ha tenido un incremento notable en los últimos tres años, en especial desde el 2011 hasta el 2013; lo que se debe generalmente a los ingresos por el petróleo y a su precio internacional que se ubicó en uno de los más altos históricamente, llegando a \$98, 9 dólares en junio del año 2014. Este hecho ha sido importante para impulsar la economía ecuatoriana a través de la inversión y del gasto público, generando mayor consumo y una considerable cifra por recaudación de impuestos. Sin embargo, en el último semestre del 2014, el precio del crudo denotó una fuerte caída, debido a la sobreoferta del mismo por parte de los principales socios de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP), llegando a una cifra de \$48 dólares cada barril de petróleo en diciembre de 2014 (Universo, 2015: 1).

La baja del precio del petróleo tiene una gran incidencia en la economía ecuatoriana ya que tiene una gran dependencia en el crudo, representando un porcentaje entre el 53% y 57% de sus exportaciones, cuyos ingresos figuran el 11, 5% del PIB. El gran problema incide en que el Estado ecuatoriano fijo su presupuesto para el 2015 en \$79, 7 por cada barril de petróleo, de tal forma que afecta al presupuesto general del estado ecuatoriano para el año 2015; dando como resultado un doble impacto dentro del sector fiscal y un desbalance en el comercio exterior, afectando a la balanza comercial. El gobierno ecuatoriano debe realizar un gran esfuerzo para cubrir con el déficit que va a generar la caída del precio del petróleo, generando menos inversión en proyectos y controlando el gasto público (Universo, 2015: 1).

GRÁFICO 6.
BALANZA COMERCIAL TOTAL ECUADOR (MILLONES DE DÓLARES).



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: Alejandra Vega

Por otro lado, en el Gráfico 6 se especifica la Balanza Comercial ecuatoriana, la misma que demuestra el resultado de obtener la diferencia entre las exportaciones e importaciones. Las exportaciones son la venta del excedente de producción de un país al exterior; mientras que, las importaciones son las compras que realiza un estado a otros países para satisfacer la demanda interna. En este sentido, el saldo de la Balanza Comercial es la diferencia entre las exportaciones – importaciones de un país; cuando existe un equilibrio en la balanza comercial el saldo es cero, cuando existe superávit resulta que las importaciones fueron menores que las exportaciones; por otro lado, cuando existe déficit es porque las importaciones superaron a las exportaciones (Massad, 2007: 26, 27).

La Balanza Comercial Ecuatoriana en gran parte depende de la tradicional estructura de una economía primario-exportadora, son evidenciar los valores de las exportaciones e importaciones y los resultados sobre la Balanza Comercial desde el año 2006 hasta el 2012, con una tendencia al crecimiento de las exportaciones e importaciones en cada año; no obstante, existe un decrecimiento notable en el año 2009, debido a la crisis que afectó mundialmente al comercio internacional.

En este sentido, los esfuerzos que realiza el gobierno por invertir en varios proyectos para impulsar la industria, la educación y el desarrollo en diferentes áreas se orienta a la obtención de mejores resultados en el desarrollo de las industrias para impulsar a generar mayores industrias y fuentes de trabajo, superando de la importación de productos terminados. Gracias a esto se observan ejemplos palpables como la inversión en diferentes proyectos en varios sectores como: construcción de hidroeléctricas, la refinería del pacífico, nuevas carreteras, la implementación de escuelas del milenio, el proyecto educativo de estudios superiores Yachay, inversión en infraestructura de salud pública, vivienda, campañas para impulsar el turismo, entre otros. Todo esto ha permitido mejorar la calidad de vida de la población, incidiendo a la vez en el incremento de flujos de visitantes nacionales y extranjeros a los diferentes destinos turísticos del país (Senplades, 2013:9).

Por otro lado, el gobierno está impulsando un cambio de la matriz productiva, para de esta manera dejar la dependencia petrolera y poder desarrollar otras industrias con mayor valor agregado para el país. La iniciativa es excelente y existe un largo camino que recorrer, como se muestra en otra sección de este trabajo, la balanza comercial es mayormente dependiente de los ingresos del crudo. Uno de los factores que ha permitido tener estabilidad es la dolarización, con esto se ha controlado factores inflacionarios pues como el país no maneja política monetaria ya no se puede emitir billetes manteniendo así una inflación controlada. El hecho de estar dolarizados nos ha llevado a perder competitividad en el sector externo, pues al no tener moneda propia, mantenemos una tasa cambiaria fija, mientras que los países de la región para ganar competitividad deprecian su moneda y sus productos son más accesibles para mercados externos. (República, 2013:54)

En cuanto al comercio, el país ha puesto restricciones arancelarias para de esta manera frenar el desbalance comercial y evitar la salida de divisas, esta medida busca nivelar la balanza comercial, pero ha provocado el incremento de precios para ciertos sectores y la obligación de desarrollar proveedores internos.

La principal afectación ha sido con los países vecinos pues los aranceles implantados no hacen favor al tratado comercial que mantenemos con ellos, estos han hecho reclamos formales y es posible que tomen castigos arancelarios perjudicando así las relaciones comerciales para el país.

El año 2014 estuvo marcado por la desaceleración económica del país, el crecimiento del país fue menor a las cifras previstas por el BCE (Banco Central del Ecuador, 2016:5-6). La caída del precio del petróleo ha afectado considerablemente la inversión del gobierno y está generando dudas de cómo se puede afrontar la crisis por la falta de ahorros que puedan ayudar a mantener el presupuesto del estado. Se han hecho recortes por más de USD\$ 1000 millones de dólares, y se ha recurrido a endeudamiento con países como China para de esta manera no afectar el crecimiento del país (Banco Central del Ecuador, 2016:5-6). Las perspectivas económicas son bajas para lo que está previsto en los próximos tres años, y es necesario tomar medidas a largo plazo que permitan no caer en defaults económicos. La previsión económica del FMI no es alentadora se muestra un claro decrecimiento de la economía, lo que provocará que exista una menor demanda interna pues la gente empezará a administrar su dinero de una manera más cautelosa para evitar que una recesión afecte a sus economías.

2.1.2 Análisis del desarrollo social en el Ecuador

Los altos índices de pobreza que aquejan a los países en vías de desarrollo en Latinoamérica, y en este caso a Ecuador, han sido el pilar para que los gobiernos se preocupen en formular políticas que puedan mitigar estos índices y las consecuencias sociales que traen consigo; esencialmente, para mejorar la calidad de vida de la población y disminuir las barreras de la desigualdad social. Para el efecto, el estado utiliza el instrumento de la política social, la misma que gestiona los riesgos sociales; principalmente interviniendo en el nivel de bienestar de la población y el desarrollo de las capacidades humanas que son direccionados a optimar al sistema educativo y la salud pública para que de esta forma, la población tenga acceso a mejorar sus oportunidades y vencer la pobreza. Por otro

lado, la política social está enfocada a avalar la sustentabilidad⁷ en el tiempo y promover proyectos que están direccionados al acceso global de la seguridad social en especial a las personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad (Calvas, 2010: 8).

En los años 80s y mediados de los 90s la política social fue considerada netamente asistencialista se enfocaba principalmente en suplir servicios básicos y baja ayuda social a grupos de atención prioritaria; siendo considerablemente corta y limitada dentro del tiempo, generando estancamiento de las capacidades de la población afectada, de tal manera que no promovió el desarrollo per se de las personas involucradas. En estos años, el desarrollo económico tuvo mayor prioridad dentro de la ejecución de los planes gubernamentales, ya que el Ecuador atravesaba por una crisis económica con altos índices de inflación y una fuerte reducción del ingreso per cápita, siendo prioritario el hecho de estabilizar el sistema económico. Por esta razón, los medios de asistencia, subsidios y transferencias se consideraron un freno para el desarrollo, se redujo considerablemente el apoyo a los sectores de la salud y de la educación aduciendo el bajo crecimiento económico y las deudas acumuladas (Calvas V. , 2010: 17).

Por el contrario, a mediados de los años noventa, con la mejora de la economía nacional, se tomó en cuenta la ejecución de las políticas sociales, enfocándose en la inversión pública en salud y educación; gracias a la expansión de la economía a mercados internacionales. Se incrementó el interés en brindar ayuda a los más pobres; en particular desarrollar sus capacidades productivas concediendo un mayor gasto en capital humano. Años más tarde, el término de desarrollo social empieza a implementarse en los temas del gobierno y se interesan en construir pilares para la reducción de la desigualdad social, mitigar los índices de pobreza que aquejan al país; así como también, en el acceso universal

⁷La sustentabilidad para una sociedad significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas que permitan su funcionamiento de forma armónica a lo largo del tiempo y del espacio. En el tiempo, la armonía debe darse entre las generaciones actuales y las venideras; en el espacio, la armonía debe generarse entre los diferentes sectores sociales, entre mujeres y hombres y entre la población con su ambiente.

a la educación, la salud y la seguridad social. A partir de la Constitución de la República del Ecuador de 1997, empezó la concentración del gasto público a los sectores más vulnerables a través de programas focalizados en los gobiernos ulteriores a la misma, desde el período del presidente Jamil Mahuad hasta el actual gobierno del presidente Rafael Correa (CELA, PUCE, & Recalde, 2007: 8).

Una de las acciones para conseguir la equidad social, es la intervención del Estado para impulsar políticas sociales para redistribuir la riqueza y recompensar los desajustes económicos existentes, definiéndose dentro de los campos de los ingresos y oportunidades de las personas. Dentro de las acciones que el gobierno gestiona como tal son: los fondos de cesantía, fondos para la protección social, programas de capacitación y transferencias en dinero o en especies. Las transferencias son una herramienta para redistribuir el ingreso por medio del cual las personas con de escasos recursos puedan compensar sus necesidades básicas. Según el concepto de Amartya Sen (1998), cualquier contribución que se realice a las personas bajo el índice de pobreza, debe ser estudiada y reglada bajo una estricta identificación de las necesidades y que beneficie específicamente a los pobres.

En consecuencia, el gobierno impulsa el programa del Bono de Desarrollo Humano (BDH) para personas de escasos recursos que se encuentren bajo de la línea de pobreza, que no están dentro de la población económicamente activa (PEA), el programa tuvo sus inicios en el gobierno de Jamil Mahuad cuando era llamado en sus inicios “Bono de la Pobreza” o “Bono Solidario”; en medio de la crisis económica y política que el país vivía en esos momentos, el mismo fue utilizado como una medida para compensar el alza de los precios del gas, gasolina y electricidad. En el gobierno de Lucio Gutiérrez, el bono vino acompañado con el programa de beca escolar, que tuvo como objetivo mejorar la educación y situación de las familias de escasos recursos (Estrella, 2013: 1).

En el actual gobierno de Rafael Correa, el encargado de administrar el BDH es el Ministerio de Inclusión Económica y Social por medio del Programa de Protección Social, buscan brindar apoyo y fortificar los emprendimientos de las personas que reciben el bono; de igual manera, tienen acceso a solicitar un micro

crédito a través del Crédito de Desarrollo Humano (CDH) para que los beneficiarios del bono puedan iniciar su propio negocio productivo; el CDH está enfocado a cumplir con el Objetivo No. 1 del Buen Vivir⁸ (MIES, 2013: 1).

Por consiguiente, existen tres tipos de ayudas económicas por concepto del bono, el Bono de Desarrollo Humano lo reciben los representantes de núcleos familiares, en especial a las jefas de hogar, que están bajo la línea de pobreza. En segundo lugar, lo reciben los adultos mayores que no están afiliados al sistema de seguridad pública, que estén sujetos a una situación de vulnerabilidad; a partir de los 65 años de edad. Por último, las personas que cuenten con un porcentaje del 40% o más de discapacidad, que enfrente una situación de vulnerabilidad y no estén afiliadas al sistema de salud pública. En estos tres casos, reciben el valor de \$50 dólares mensuales (MIES, 2013: 1).

2.1.3 Indicadores de desarrollo social y económico que reflejan la situación del Ecuador

Para poder definir de una manera más específica la situación macro de un país existen varios indicadores que demuestran el escenario de un estado a comparación de otro, estos son herramientas que influyen en la toma de decisiones y definición de metas y objetivos que realiza un gobierno, ya que expresan de forma técnica el entorno global de una región. Por lo general, los indicadores son usados por especialistas para identificar fácilmente las características de una sociedad, los mismos se pueden medir, pueden cambiar en el tiempo y revelar algún aspecto fundamental de la sociedad; por un lado, existen los indicadores económicos que evalúan la fortaleza macroeconómica de un país; por otro lado se encuentran los indicadores sociales que nos sirven para evaluar el grado en que una sociedad está progresando. En conclusión, los indicadores se usan para medir la salud general económica y social de un país (López, 2010: 3, 4).

⁸Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social, con la finalidad de contribuir a la generación de emprendimientos productivos orientados por el buen vivir

En el caso del Ecuador, se analiza la coyuntura entre los indicadores económicos y sociales para tener una visión integral del escenario actual. La previsión económica del Fondo Monetario Internacional (FMI) no es alentadora se muestra un claro decrecimiento de la economía, lo que provocará que exista una menor demanda interna pues la gente empezará a administrar su dinero de una manera más cautelosa para evitar una recesión que afecte a sus economías.

GRÁFICO 7.
INDICADORES ECONÓMICOS EN AMÉRICA

	PIB real			Precios al consumidor ¹			Saldo en cuenta corriente ²			Desempleo ³		
	Proyecciones			Proyecciones			Proyecciones			Proyecciones		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
América del Norte	2,1	2,2	3,1	1,7	2,2	2,3	-2,4	-2,5	-2,6
Estados Unidos	2,2	2,2	3,1	1,5	2,0	2,1	-2,4	-2,5	-2,6	7,4	6,3	5,9
Canadá	2,0	2,3	2,4	1,0	1,9	2,0	-3,2	-2,7	-2,5	7,1	7,0	6,9
México	1,1	2,4	3,5	3,8	3,9	3,6	-2,1	-1,9	-2,0	4,9	4,8	4,5
América del Sur⁴	3,2	0,7	1,6	8,5	-2,6	-2,5	-2,7
Brasil	2,5	0,3	1,4	6,2	6,3	5,9	-3,6	-3,5	-3,6	5,4	5,5	6,1
Argentina ^{5,6}	2,9	-1,7	-1,5	10,6	-0,8	-0,8	-1,1	7,1	8,8	9,0
Colombia	4,7	4,8	4,5	2,0	2,8	2,6	-3,3	-3,9	-3,8	9,7	9,3	9,0
Venezuela	1,3	-3,0	-1,0	40,6	64,3	62,9	5,0	7,6	6,4	7,5	8,0	10,4
Chile	4,2	2,0	3,3	1,8	4,4	3,2	-3,4	-1,8	-1,4	5,9	6,6	7,0
Perú	5,8	3,6	5,1	2,8	3,2	2,3	-4,5	-5,2	-5,0	7,5	6,0	6,0
Ecuador	4,5	4,0	4,0	2,7	3,1	3,0	-1,3	-0,8	-2,4	4,7	5,0	5,0
Uruguay	4,4	2,8	2,8	8,6	8,8	8,3	-5,6	-6,5	-6,4	6,6	6,8	6,9
Bolivia	6,8	5,2	5,0	5,7	6,0	5,3	3,3	2,6	2,8	6,4	6,3	6,2
Paraguay	13,6	4,0	4,5	2,7	4,8	5,0	2,1	1,0	-1,1	5,4	5,5	5,5
América Central⁷	4,2	3,8	3,9	4,2	3,6	4,2	-6,7	-6,3	-6,2
El Caribe⁸	3,2	3,8	3,3	5,1	4,1	4,4	-3,3	-2,7	-2,4
<i>Partidas informativas</i>												
América Latina y el Caribe ⁹	2,7	1,3	2,2	7,1	-2,7	-2,5	-2,6
Excluido Argentina	2,7	1,7	2,6	6,7	8,0	7,5	-2,9	-2,7	-2,8
Unión Monetaria del Caribe Oriental ¹⁰	0,6	0,9	1,7	0,9	1,3	1,7	-16,7	-16,4	-16,3

Fuente: Fondo Monetario Internacional
Elaborado por: Fondo Monetario Internacional

Como indica la tabla del Fondo Monetario Internacional, la proyección de crecimiento para el año 2015 es del 4%, esta puede variar en función del precio del petróleo, algunos economistas prevén que el barril no sufrirá un incremento considerable por factores como la explotación de pozos en EEUU y la negativa de la OPEP para bajar su oferta lo cual no permite que el precio se incremente.

En general este año para la región no es alentador se avizora una desaceleración que afectará a todas las industrias, y para el caso del turismo no sería una excepción.

Por otra par, los índices de pobreza se han destacado a lo largo de estos últimos años por haber decrecido en el Ecuador, mostrando así un avance social. Entre uno de los índices se encuentra el Índice de Pobreza Humana (IPH), fue

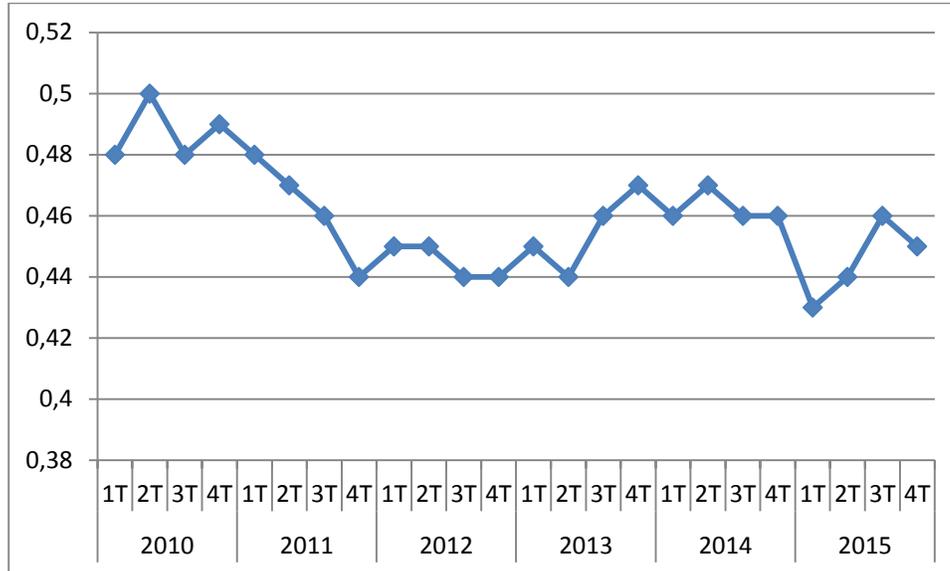
concebido por el PNUD en el año de 1997 hasta el 2009 con el objetivo de poder evaluar el nivel de pobreza que afecta a diferentes estados, tomando no solamente en cuenta los recursos económicos –ingresos de menos de un \$1, 25 dólares americanos al día- sino que percibe una visión global de la misma. El IPH combinaba una serie de factores para medir la pobreza de un país, tanto cualitativamente como cuantitativamente, en el mismo se consideraba la esperanza de vida, el índice de asistencia a la educación básica y la calidad de vida. El Ecuador tuvo una cifra de 0, 01 en el 2009 igual a la de Argentina. Por otro lado, el índice de pobreza por ingresos para el año 2014 se ubicó en 22, 49% que en comparación con el año 2013 se demostró una caída de este índice de 3, 06%, ubicándose así en 25, 55% según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015: 1).

De igual importancia, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), por medio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), introdujeron en 1990 el Índice de Desarrollo Humano (IDH) el mismo que fue ideado para indicar de una manera más precisa el desarrollo socioeconómico de los países, utilizando tres componentes: longevidad (tomando en cuenta la esperanza de vida), nivel educativo (combinada el nivel de alfabetización con la tasa de matrícula en primaria, secundaria y superior) y el nivel de vida (PIB per cápita) El indicador oscila entre 0 y 1; siendo 0 menos desarrollado y 1 más desarrollado. El Ecuador se ubica en puesto 98 de 187 países en el índice de desarrollo humano, con un puntaje de 0, 711 en el año 2013 en comparación al año 2012 que obtuvo un puntaje de 0, 711. En el informe que se presenta anualmente muestra que entre el año 1980 y 2013 el Ecuador creció en un 17. 5%, lo que muestra que el país se está desarrollando en este sentido, con una tasa de crecimiento de 0, 53% anualmente. Por otro lado, los datos que muestra la CEPAL corroboran el resultado del IDH obtenido por Ecuador ya que afirman que se ha reducido el índice de pobreza en un 22% desde el año 2003 (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2014: 1).

El coeficiente de Gini muestra la desigualdad en un país, cuando el coeficiente es 0 significa que es un país equitativo mientras que si se ubicase en

100 significa que es un país con una alta desigualdad. El coeficiente de Gini a nivel Nacional es de 46. 6, en el área urbana 45 y en el área rural 39. 6.

GRÁFICO 8.
COEFICIENTE DE GINI A NIVEL URBANO

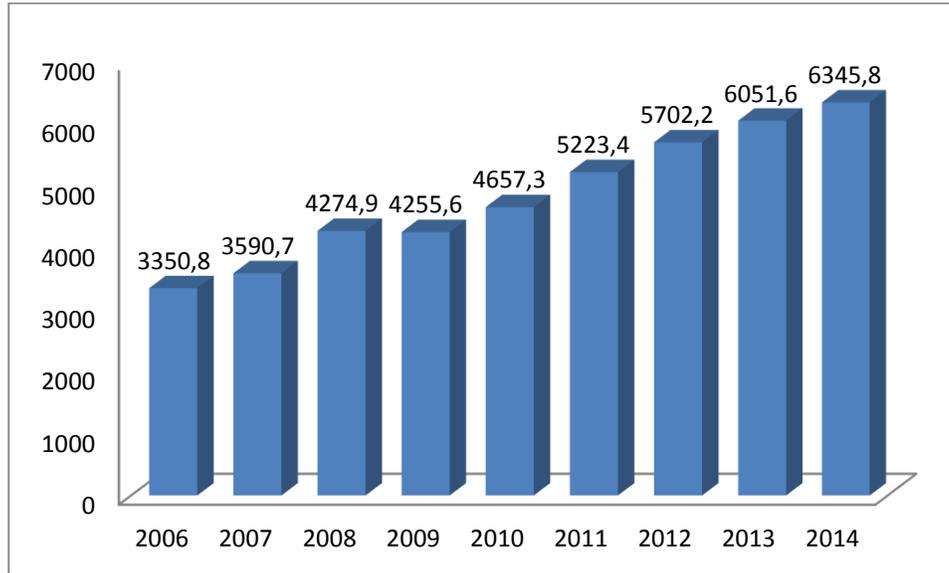


Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Alejandra Vega

Al apreciar el grafico anterior podemos notar que el Ecuador que se ha reducido en un pequeño porcentaje la desigualdad económica en el área urbana según este indicador lo que indica que aún hay mucho que hacer para una distribución más equitativa y lograr un bienestar para toda sociedad. Como se puede apreciar en función de estas estadísticas existe una disminución de la pobreza reflejando un impacto social importante que viene acompañado de la reducción del desempleo.

El indicador de crecimiento económico más utilizado en el mundo es el PIB y uno de sus análisis que se lo realiza es a través del PIB per cápita que mide cual es la renta promedio anual de cada habitante de una población.

GRÁFICO 9.
PIB PER CÁPITA DEL ECUADOR 2006-2014



Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: Alejandra Vega

Como se nota en el gráfico el PIB per cápita ha crecido en el Ecuador de una manera regular con excepción del periodo 2009 que sufre un pequeño descenso esto debido a la crisis financiera experimentada en 2008 y que sus efectos se siguieron notando en la economía global en los siguientes años. Según este indicador la economía del Ecuador ha ido creciendo en estos últimos años.

2.2. La influencia del Turismo sobre el desarrollo de la economía ecuatoriana

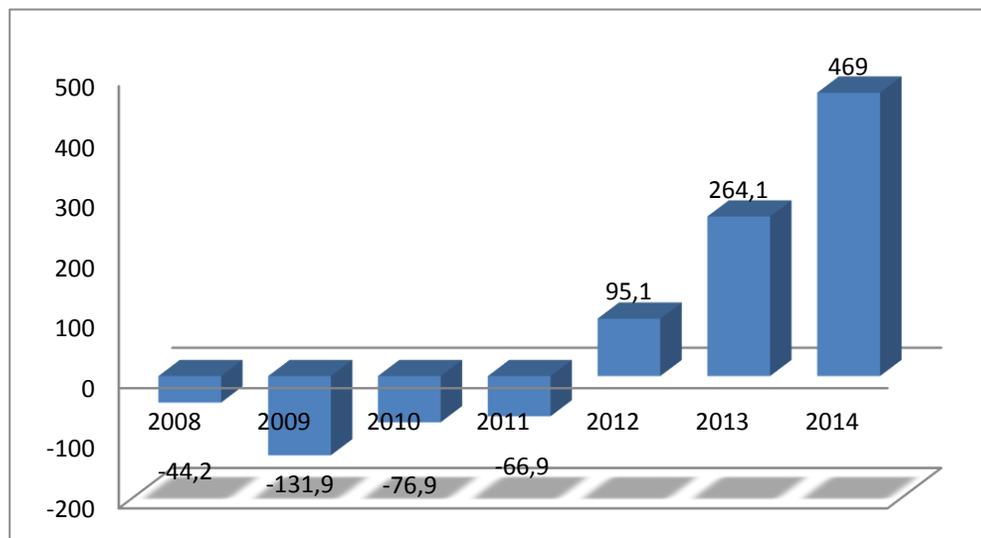
En este subcapítulo se revisa la balanza comercial turística, el producto interno bruto generado por el turismo y la balanza comercial turística, la generación de empleo en el país, y otras variables más. Con estos datos, es posible medir la evolución de las principales variables relacionadas, que evidencian los cambios experimentados por la economía y sociedad en el Ecuador, en lo que se refiere al turismo.

2.2.1 Balanza Comercial Turística

El turismo es uno de los sectores con mayor desarrollo en los últimos 10 años en la renta ecuatoriana, constituye ser uno de los ingresos más importantes

dentro de la balanza comercial, cuando se compara la generación de divisas por concepto de turismo, el sector representó alrededor de 1.032,7 millones de dólares en el año 2012 (Ministerio de Turismo, 2013:33). Comparado con el ingreso de los principales productos de exportación, el turismo receptor se encuentra ubicado en cuarto lugar de importancia dentro de la economía ecuatoriana, después del petróleo, el banano y plátano, el camarón y otros productos industrializados de la industria pesquera.

GRÁFICO 10.
BALANZA COMERCIAL TURÍSTICA ECUATORIANA



Fuente: Banco Central.
Elaborado por: Alejandra Vega

Al revisar la Balanza Comercial Turística se encuentran registrados los ingresos y egresos por turismo internacional dentro las cuentas: “viajes” y “transporte”; como se observa en el gráfico anterior, las cifras demuestran que entre los años 2008 y 2011 la balanza es claramente deficitaria de tal forma que los egresos por divisas de turismo fueron mayores que los ingresos (-44, 2 el 2008; -132, 1 el 2009; -75, 8 el 2010 y -66, 7 el 2011); sin embargo, en el año 2012 la balanza fue positiva y arrojó un superávit de 75, 9 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2013:29). Estas cifras demuestran claramente que las políticas y campañas enfocadas al sector tuvieron un fuerte impacto sobre el desarrollo del mismo.

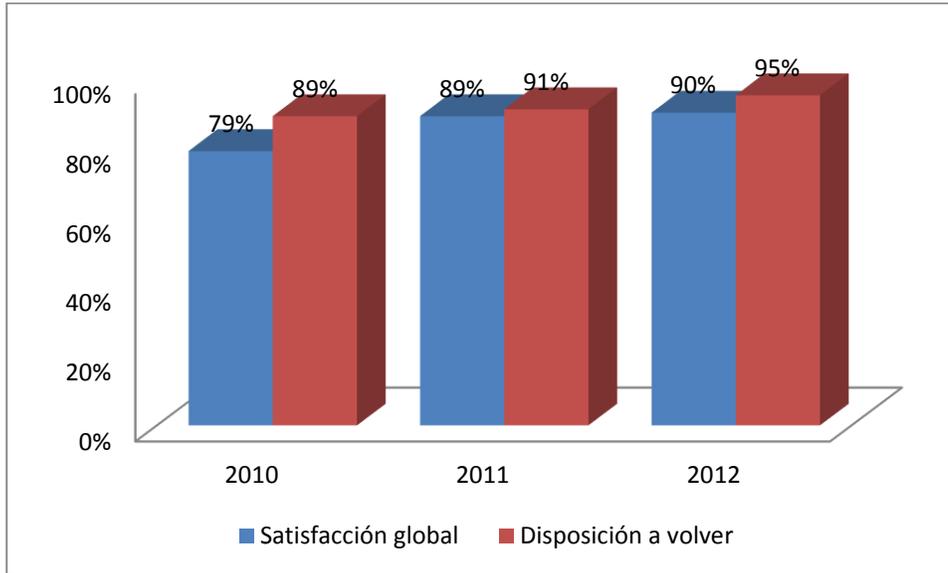
No solamente el turismo externo se ha dinamizado, según cifras gubernamentales, el año 2012 representó más de 12 millones de desplazamientos por las cuatro regiones del Ecuador, las personas recorrieron indistintamente los la Sierra, la Costa, la Amazonía y las Islas Galápagos; las ciudades más visitadas durante el año 2012 fueron Quito con un 66% del total de visitantes, Guayaquil 47%, Cuenca 19%, Galápagos 15% y Baños 11% (Ministerio de Turismo, 2013:1).

Para analizar los resultados se considera que el gasto turístico promedio que expende el turista extranjero que visita el país es de USD 1.000 dólares tiene una estadía promedio de 14 noches; y el gasto turístico promedio del turista nacional asciende a una cantidad de USD 94 dólares con una estadía promedio estimada de 3 noches, según lo que establece el PIB turístico. Es importante denotar que el gobierno ha tenido un gran interés en impulsar el turismo interno, estableciendo un mayor número de días libres en feriados nacionales y en campañas que tengan efecto en dinamizar la economía nacional para que no exista fuga de divisas.

La balanza turística a partir del 2012 ha tenido un saldo positivo, es decir los ingresos que recibe el país por concepto de turismo han sido mayores a los que se han dejado en otros países los residentes nacionales y ha crecido de manera rápida, consolidando así al turismo como fuente importante de recursos económicos para el país. Esto refleja que en el mundo el Ecuador se está posicionando como un destino importante, gracias a la atención que se le ha dado desde el sector público y el sector privado. Todo esto ha ido enfocado en alcanzar la meta de impulsar una economía menos dependiente del petróleo que ha sido una tónica que ha tenido el Ecuador por más de 30 años y que no han logrado brindar condiciones de vida adecuada a un gran sector de la población, de allí que el impulsar nuevas áreas en la economía se hace fundamental de lograr realmente un cambio en el sistema económico del país.

Con respecto a cómo los turistas extranjeros perciben su estancia en el país hay resultados alentadores y prometedores para el sector turístico como se muestra a continuación:

GRÁFICO 11.
SATISFACCIÓN GLOBAL Y DISPOSICIÓN A VOLVER

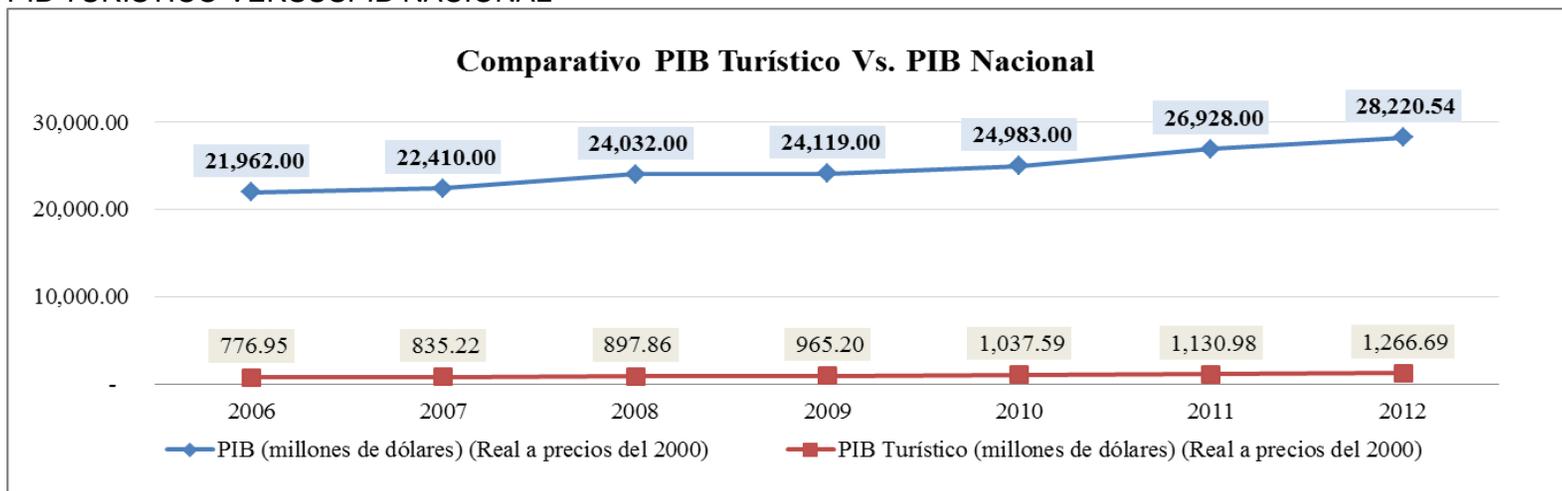


Fuente: Estudio de Turismo no Residente en el Ecuador, 2011 e Investigación Integral de Turismo Internacional en el Ecuador 2012.
Elaborado por: Alejandra Vega.

Como podemos notar en la gráfica anterior la percepción del turista internacional sobre los servicios que recibe y su deseo de volver han ido aumentando, esto hace que más personas tengan un buen concepto del Ecuador e invite a dar una buena referencia sobre el país a sus conocidos y compatriotas. Esto repercute directamente en nuestra promoción como marca país, pues los turistas que han tenido la oportunidad de visitar el Ecuador llevarán buenas referencias a su lugar de residencia y eso puede atraer a nuevos visitantes que aún no conocen el país.

2.2.2 Producto Interno Bruto generado por el Turismo

GRÁFICO 12
PIB TURÍSTICO VERSUS PIB NACIONAL



CONCEPTO	AÑO						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
PIB (millones de dólares) (Nominal).	41.705, 00	45. 504, 00	52.572, 00	51.385, 00	57. 978, 00	67. 426, 00	74. 195, 57
PIB (millones de dólares) (Real a precios del 2000).	21.962, 00	22.410, 00	24. 032, 00	24. 119, 00	24. 983, 00	26. 928, 00	28. 220, 54
PIB Turístico (millones de dólares) (Real a precios del 2000).	776, 95	835, 22	897, 86	965, 20	1.037, 59	1.130, 98	1.266, 69
% PIB que genera el turismo	3, 54%	3, 73%	3, 74%	4, 00%	4, 15%	4, 20%	4, 49%

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador
Elaborado por: Alejandra Vega

El análisis comparativo del PIB turístico con el PIB nacional, que se desprende del gráfico anterior muestra que el PIB turístico representó el año 2008 el 3,54% del PIB nacional manteniendo una tendencia creciente por lo que el año 2013 alcanza el 4, 9%, lo que confirma la importancia de esta industria para la economía nacional y la necesidad de impulsarla, pues el turismo es un recurso totalmente sustentable sostenible, antagónicamente a lo que es el petróleo, que en la actualidad es la principal fuente del PIB nacional. (Ministerio de Turismo, 2013:12)

En este sentido, al analizar el gráfico, se puede verificar que el turismo tiene una tendencia creciente con respecto a su aporte al PIB nacional. Si se estudian las cifras arrojadas, en el año 2006 se aprecia que existió una cantidad en el Producto Interno Bruto real de USD 21.962, 00 millones comparado con el PIB real del turismo con USD 489, 74 millones entre los productos no petroleros tradicionales están el cacao, el banano, el camarón, las flores; productos que por su gran calidad poseen un gran mercado internacional que cada vez se expande a más países gracias a la demandan que poseen, es así que existen varias empresas en el Ecuador que exportan estos productos a decenas de destinos alrededor del mundo.

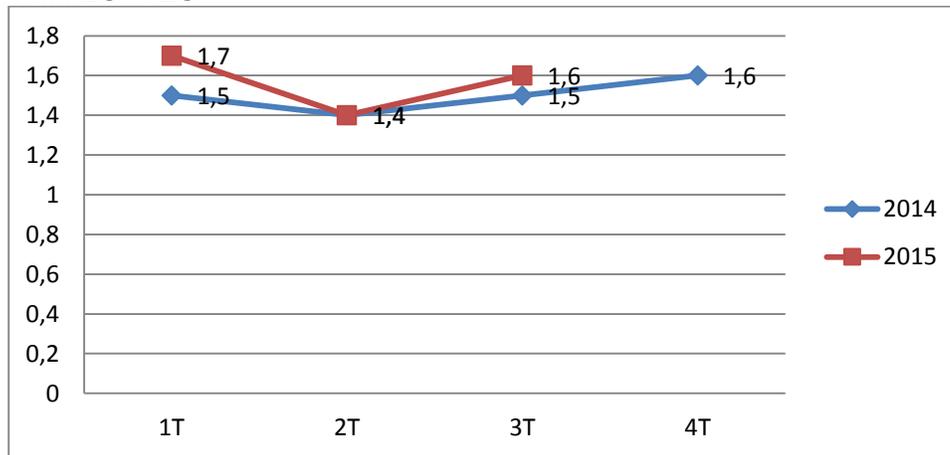
Sin embargo, el país necesita diversificar la oferta para obtener un mayor desarrollo de la economía interna, ya que somos un país que su economía es directamente proporcional a los ingresos del petróleo. De igual forma es importante tomar en cuenta las políticas presentadas por el gobierno con respecto al cambio de la matriz productiva, en la misma que se le incluye al turismo como un sector productivo importante dentro de la economía, gracias a que el Ecuador es reconocido internacionalmente como un destino de calidad internacional. (Vicepresidencia del Ecuador, 2013: 32)

Es importante realizar un análisis del impacto que tiene el turismo dentro de la economía nacional, siendo un motor dinamizador bastante fuerte del desarrollo. El turismo es considerado una de las actividades económicas más importantes en el mundo entero, por lo cual el Ecuador debe aprender a explotar el gran potencial que tiene para lograr aptar una mayor demanda. El

gobierno a su vez ha contribuido directa e indirectamente al mismo, gracias a la construcción de nuevas carreteras, concesión de préstamos a empresarios, entre otros; colocando al turismo como uno de los sectores estratégicos dentro del cambio de la matriz productiva (Vicepresidencia del Ecuador, 2013:43).

También el peso que ha tenido el sector turístico en el PIB nacional en los últimos años ha sido significativo para el desarrollo de este sector y de las personas involucradas en el mismo.

GRÁFICO 13
PESO DEL TURISMO CON RESPECTO AL PIB 2014-2015 POR TRIMESTRES



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Alejandra Vega

El peso de los ingresos por concepto del sector turístico con respecto al PIB se mantiene constante durante el 2014 y 2015, lo que hace un rubro importante para la economía en su conjunto y por el cual además se puede seguir apostando a este sector por su gran potencial que tiene Ecuador en este ámbito. Este rubro ayuda a fortalecer la idea de un cambio en la estructura económica del país de forma amigable con el medio ambiente y acorde a los principios de la Constitución del Ecuador, y a diferencia de los ingresos por exportaciones de productos tradicionales este sector no depende de los precios internacionales, pero sí de la economía mundial.

2.2.3 El turismo y la generación de empleo en el Ecuador

El turismo requiere una elevada intensidad de mano de obra, lo que lo convierte en una fuente significativa de empleo y lo coloca entre los principales creadores mundiales de puestos de trabajo; en el país esta tendencia se mantiene, es así como el número de plazas tanto directas como indirectas que se generan por el turismo, como se puede observar en el siguiente cuadro:

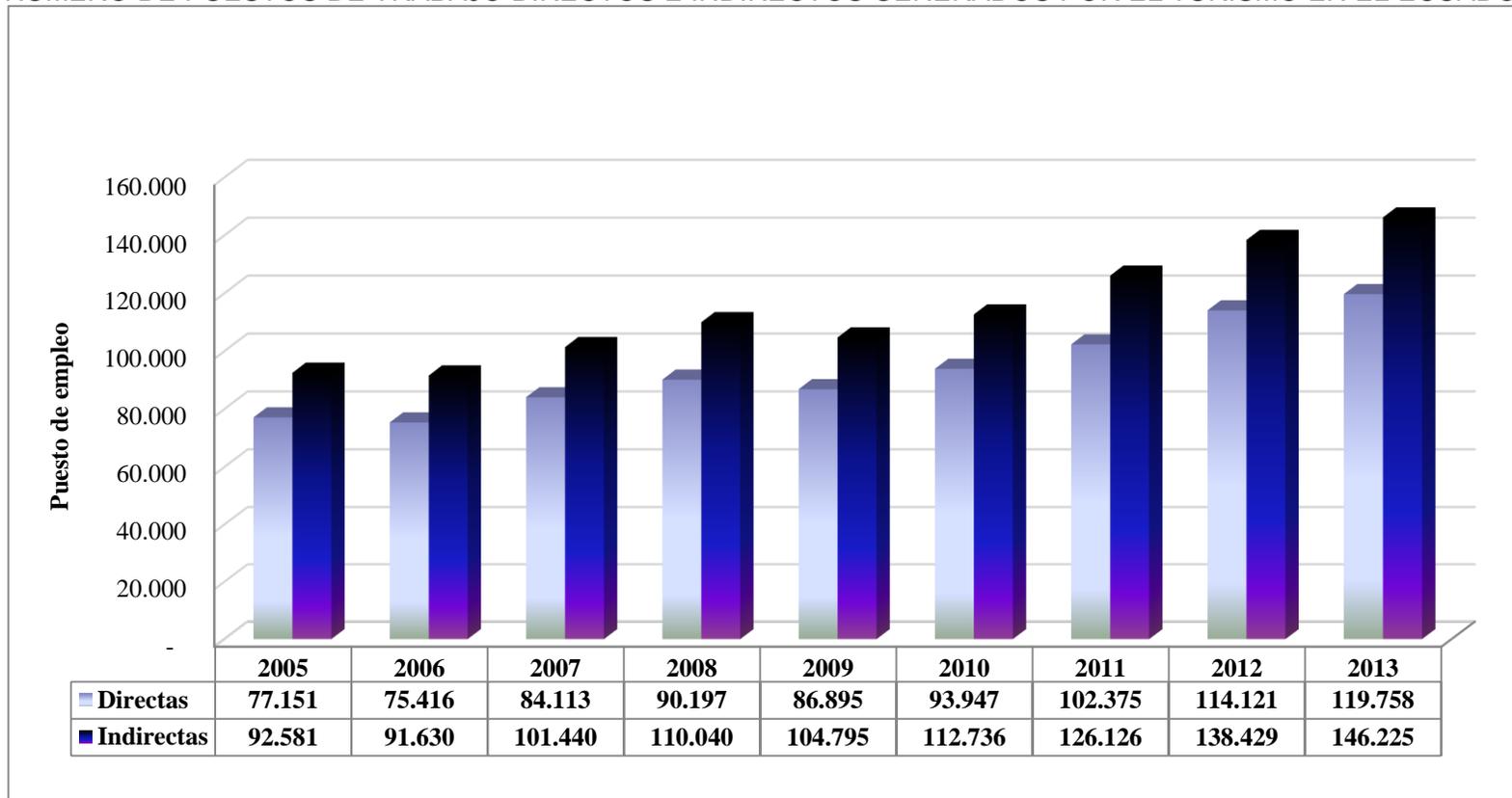
CUADRO 1
NÚMERO DE EMPLEOS GENERADOS POR EL TURISMO EN EL ECUADOR

AÑO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Directas	77.151	75.416	84.113	90.197	86.895	93.947	102.375	114.121	119.758
Indirectas	92.581	91.630	101.440	110.040	104.795	112.736	126.126	138.429	146.225
TOTAL	169.732	167.046	185.553	200.237	191.690	206.683	228.501	252.550	265.983

Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad; Ministerio de Turismo
Elaborado por: Alejandra Vega

Se observa que entre el 2005 y el 2013, el número de puestos de trabajo directos es decir aquellos que demandan las empresas que operan en el sector turístico, se ha incrementado en 55,23% pasando de 77.151 puestos a 119.758; los puestos de trabajo indirectos es decir aquellos que demandan las empresas que proveen de productos y servicios complementarios a los turistas o a las empresas del sector turístico, se ha incrementado en 57,94% pasando de 92.591 puestos a 146.225; en general el incremento de puestos entre directos e indirectos ha sido de 56,71%, y el número de puestos ha pasado de 169.732 a 265.983 (Ministerio de Turismo, 2013:10).

GRÁFICO 14.
NÚMERO DE PUESTOS DE TRABAJO DIRECTOS E INDIRECTOS GENERADOS POR EL TURISMO EN EL ECUADOR



Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad; Ministerio de Turismo
 Elaborado por: Alejandra Vega

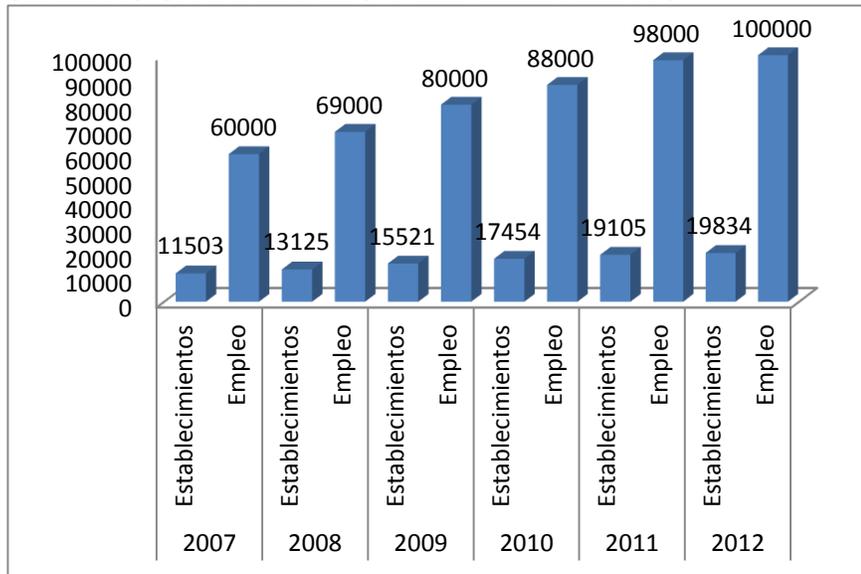
Como lo indica el gráfico en el Ecuador el sector turístico genera más empleo indirecto que directo, lo que significa que el turismo dinamiza la economía de los lugares donde se realiza esta actividad, también ha tenido una tendencia creciente en este ámbito relacionado directamente con el crecimiento de visitantes nacionales y extranjeros a los atractivos tradicional del país así como nuevos destinos que permiten que cada vez más personas puedan beneficiarse del turismo. Se nota además que entre los periodos 2005-2013, los únicos años en el que el empleo directo como indirecto generado por el turismo tuvo un leve descenso fue en 2006 y 2009; mientras que el mejor para la generación de empleo indirecto fue el 2011 y para generación de empleo directo el 2012.

Si se considera que la Población Económicamente Activa (PEA) es “la población de 12 años y más que normalmente está ocupada o que, estando desocupada, busca activamente empleo” (Gordillo Montalvo, 2012:183), se observa en el cuadro anterior que la industria del turismo en el Ecuador en lo que respecta a plazas de empleo directo, generó un número equivalente al 1,17% de la PEA porcentaje que mantuvo una tendencia creciente hasta alcanzar 1,45% el año 2013 , y en lo que respecta a plazas de empleo indirecto, generó un número equivalente al 1,41% de la PEA manteniendo una tendencia creciente hasta alcanzar 1,77% el año 2013 ; en total la industria del turismo en el país generó plazas para el 2,58% de la PEA el 2005, manteniendo una tendencia ascendente hasta alcanzar el 3,21% el año 2013.

Si bien los resultados anteriores ratifican que la industria turística en el país involucra a un alto porcentaje de la PEA, el porcentaje de empleo generado es inferior al observado a nivel mundial, pues como lo señala Marcela Ayres “...7 de cada 100 personas trabajan para el turismo...” (Ayres, 2013, pág. 36); lo que hace evidente la necesidad de impulsar este sector, más aún cuando la economía nacional es altamente dependiente del petróleo y se busca cambiar la estructura de la matriz productiva.

También se ha realizado un impulso en los emprendimientos turísticos en los últimos años que han permitido generar más empleo en este sector, existe una relación en promedio de 5 empleos generados por cada emprendimiento nuevo en el Ecuador (Ministerio de Turismo, 2013:13).

GRÁFICO 15.
GENERACIÓN DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO



Fuente: Informe de gestión MINTUR 2012
Elaborado por: Alejandra Vega

En los últimos años los establecimientos que ofrecen servicios turísticos se han incrementado y con ello el empleo en este sector, solo generándose una desaceleración en el periodo comprendido entre el 2011-2012. El año que registró un mayor incremento fue el 2011 tanto en creación de nuevos establecimientos como de empleo. También la equidad de género es mayor en este sector que otros con un 52% de mujeres empleadas en esta industria contra un 48% de hombres (Ministerio de Turismo, 2013:13).

CUADRO 2.
PORCENTAJE DE LA PEA QUE EMPLEA EL TURISMO EN EL ECUADOR

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Directas	84. 113	90. 197	86. 895	93.947	102.375	114. 121	119. 758
Indirectas	101.440	110. 040	104. 795	112.736	126. 126	138. 429	146. 225
TOTAL	185. 553	200. 237	191.690	206. 683	228. 501	252.550	265. 983
Población (1).	13.305. 724	13.473.040	14. 095. 674	14. 306. 876	14. 515. 335	14. 726. 537	14. 948. 711
Directas % P	0, 63%	0, 67%	0, 62%	0, 66%	0, 71%	0, 77%	0, 80%
Indirectas % P	0, 76%	0, 82%	0, 74%	0, 79%	0, 87%	0, 94%	0, 98%
PEA (2).	6. 918. 374	7. 137. 995	7. 362.263	7. 586. 692	7. 814. 042	8. 045. 005	8. 278. 922
Directas % PEA	1, 22%	1, 26%	1, 18%	1, 24%	1, 31%	1, 42%	1, 45%
Indirectas % PEA	1, 47%	1, 54%	1, 42%	1, 49%	1, 61%	1, 72%	1, 77%
TOTAL	2, 68%	2, 81%	2, 60%	2, 72%	2, 92%	3, 14%	3, 21%

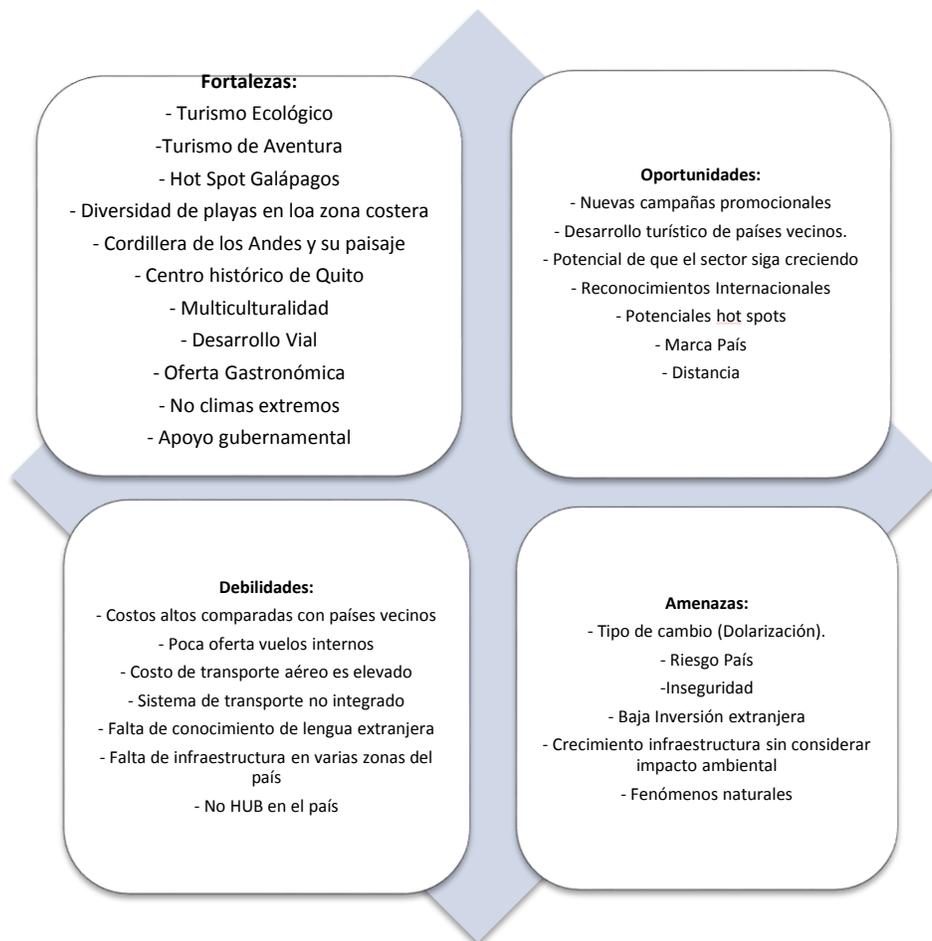
Fuente: Instituto Nacional de Censo y Estadísticas, INEC
 Elaborado por: Alejandra Vega

2.3. Competitividad Turística del Ecuador

Este subcapítulo describe la competitividad turística del país. Para ello, se presenta el análisis FODA, que contiene la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del turismo en el Ecuador. También se aplica la técnica del diamante de competitividad de Porter, así como el índice de competitividad turística. Con estos indicadores, se examinan las condiciones específicas del Ecuador en materia turística, lo que posibilitará una mejor comprensión del tema de estudio.

2.3.1 Análisis FODA del Turismo en Ecuador

GRÁFICO 16.
ANÁLISIS FODA



Fuente: Alejandra Vega
Elaborado por: Alejandra Vega

Fortalezas

El Ecuador es una potencia turística en crecimiento, el país cuenta con diversidad de flora y fauna que lo está convirtiendo en un destino apetecido por los visitantes internacionales. El país cuenta con una importante oferta turística para ofrecer, el turismo ecológico con la gran biodiversidad que cuenta, hace que los visitantes se enamoren de los paisajes paradisíacos que ofrece esta zona del mundo. Además se cuenta con destinos que no han muy conocido en el ámbito nacional ni internacional los cuales el gobierno ha potenciado con lo que existe una gran variedad de sitios para visitar de bella única. Ecuador cuenta con múltiples destinos para deporte de aventura debido geografía única donde puede uno trasladarse por diferentes ecosistemas en poco tiempo, su oferta es tan amplia que contó con el último Mundial de aventura al que asistieron los principales representantes de esta disciplina.

La multiculturalidad con la que cuenta permite a los turistas identificarse con las diferentes culturas ancestrales y reconocer y valorar la diferencias entre ellos. Con todos estos factores el país se ha fortalecido y ha ampliado sus destinos turísticos, ya no solo se comenta de Quito y su ciudad colonial, o de las encantadas Islas Galápagos sino ahora es un destino completo. La ayuda del gobierno ha permitido potenciar este sector, el desarrollo vial ha permitido acortar distancias y los esfuerzos en promociones han colaborado con el desarrollo de este sector.

Oportunidades

El Ecuador es una potencia en crecimiento a nivel turístico, por lo que existe infinidad de oportunidades para seguir desarrollando y consolidando el sector. Es indispensable el trabajo conjunto entre el sector privado y las autoridades gubernamentales, se han hecho bastos esfuerzos para lograr posicionar al país a nivel internacional lo que ha llevado a que el Ecuador gane varios reconocimientos internacionales, la pregunta es si esto alcanza, evidentemente hay que robustecer estas campañas y afianzar el concepto de marca país. La distancia en recorrer los diversos lugares tiene que ser explotada con una infraestructura integral de turismo que incluya hoteles,

restaurantes, transporte para así aprovechar este factor que nuestros países vecinos no la tienen. Todos estos factores hacen de Ecuador un destino a tomar en cuenta en el ámbito mundial que puede atraer visitantes e inversión que genere bienestar al país.

Debilidades

El Ecuador debido a su sistema cambiario se convierte en un país costoso para los turistas de la misma región, el poder adquisitivo de las personas disminuye por este factor. Existe poca disponibilidad de viajes internos de calidad en el país, las rutas aéreas son escasas y están principalmente usadas por personas que viajan por motivo de negocios, el costo de los tickets es extremadamente elevado considerando la distancia de viaje. De igual manera el servicio de transporte terrestre (buses) es bastante limitado en lo que tiene que ver en calidad, lo cual merma visitas a otros destinos que pueden ser fácilmente recorridos por vía terrestre.

La falta de existencia de un sistema de transporte integrado dificulta la movilidad de los visitantes, pues no existe una ruta que lleve por los recorridos de toda la ciudad con el mismo pasaje, esto sumado a la inseguridad, es uno de los atenuantes en los que se debe trabajar para mejor y brindar un servicio de calidad. El escaso dominio de otros idiomas por la mayor parte de la población a parte del español es una gran desventaja pues dificulta la comunicación con los turistas que no hablan esta lengua.

Amenazas

La moneda oficial a partir del año 2000 es el dólar, lo que ha permitido tener una estabilidad económica a nivel nacional y mantener una inflación controlada, para efectos de comercio y turismo esto es un factor que es negativo pues perdemos competitividad con nuestros vecinos por el tipo de cambio, ya que el país no posee una política monetaria activa. Uno de los mayores problemas es la falta de inversión extranjera que merma el desarrollo en infraestructura, esto se puede deber a la calificación del riesgo país, lo cual hace que los inversionistas decidan invertir en países vecinos.

El desarrollo de polos urbanos y turísticos en los diversos rincones del país es necesario, pero es indispensable tener un mayor control de impacto ambiental, la mayor riqueza del Ecuador está en su biodiversidad, por lo que es necesario tener un mayor control en este rubro. Se debe prestar mucha atención por los daños que se pueden dar por el turismo y tener una política clara en este aspecto para poder mantener de la mejor manera esos lugares que atraen a los turistas.

2.3.2 Diamante de Competitividad de Porter

Industrias Relacionadas y de Apoyo

El sector turístico tiene una relación y codependencia de varios sectores que le permiten tanto dinamizar la industria o ralentizarla, estos están estrechamente relacionados de igual manera a temas de educación y el apoyo del gobierno. De allí que el sector turístico no es un sector aislado de la economía sino más bien un sector que está relacionado con otros sectores de forma directa e indirecta. Uno de los principales sectores que contribuye a un desarrollo sostenido del turismo es el Transporte pues de este depende la movilidad entre zonas y aporta a crear nuevos destinos. Actualmente en el país este es el sector que falta desarrollarse pues no existe un plan integral del mismo lo cual dificulta el traslado de pasajeros.

Se ha avanzado considerablemente en temas viales, pero existe una deficiencia marcada en transporte de calidad, y el transporte aéreo aún tiene una elevada cotización que si se mide por distancia es extremadamente elevado. Si se considera que en otros países los viajes internos por región son extremadamente económicos. Es básico que los municipios trabajen en planes integrales que permitan a un pasajero conectar sus rutas con un mismo ticket y asegurar calidad y seguridad a los mismos.

El sector hotelero es otro factor clave tanto para los turistas que manejan un presupuesto elevado como los que manejan viajes "low cost". Actualmente en el país este es una de las tareas pendientes, pues en las grandes ciudades se tiene una amplia oferta para de lugares que satisfacen a

toda clase de turismo, mientras en lugares que tienen gran potencial no existe la infraestructura necesaria tanto para hospedaje como alimentación, limitando así la capacidad de desarrollo de estos lugares.

El apoyo del gobierno es crucial para un desarrollo turístico, pues este tiene que apalancar y dar la seguridad necesaria para que el sector privado invierta en esta industria, de igual manera asegurando vialidad, seguridad y mejoras en el transporte; no se puede dejar de lado el tema de educación en la sociedad pues esto genera conciencia y el aporte de la población para ser un país más amable es básico al momento de escoger un destino turístico.

En los últimos años se ha realizado esfuerzos para coordinar los esfuerzos de los gobiernos locales con el estado y poder tener una misma propuesta para las personas que visiten los atractivos turísticos del país y que se lleven la mejor impresión del país y que la puedan transmitir a sus amigos.

Condiciones de Demanda

Existen varios factores que influyen en la demanda de turismo a nivel nacional, estos ayudan a incrementar el número de visitantes o en su defecto mermarlos. Uno de los elementos que contribuye al incremento de visitantes y un movimiento positivo de la curva de demanda para este sector es la promoción que genera el gobierno o sector privado en otras regiones del mundo para así contribuir a generar una marca país, con las campañas realizadas por el gobierno que serán tratadas en el siguiente capítulo se ha logrado que el volumen de visitantes en el país aumente y han contribuido a posicionarse en el mercado. Es así como en el país se ha desarrollado un plan para poder generar mayor dinamismo al sector turístico con la presentación de la marca país alrededor del mundo, además de la participación en ferias internacionales que han dado a conocer los atractivos turísticos a un grupo mayor de personas.

El que Ecuador en los últimos años se haya hecho acreedor de varios reconocimientos internacionales de organismos especializados en turismo y agregado a esto la promoción que se ha hecho, permite que la demanda del

sector turístico crezca e imponga un reto de mejorar las condiciones en las cuales se recibe a los visitantes, tanto desde el sector público como privado debe de existir el compromiso constante de mejorar los servicios turísticos.

Condiciones de los Factores

La Condición de los Factores se refiere a que pueden ser explotados por las empresas en un país dado, pueden ser vistos como factores beneficiosos. Tiene relación con la capacidad que tiene una nación de sobresalir entre otras naciones debido a los factores que dispone para realizar una actividad, en este caso el brindar servicios turísticos de calidad.

Es importante la influencia que tiene el turismo dentro de una economía nacional ya que representa un importante porcentaje dentro del PIB de un país. Es evidente que el gobierno ecuatoriano está formulando nuevas políticas y estrategias que apoyen al desarrollo sector turístico ya que tomando en cuenta los ingresos que tienen países vecinos gracias al turismo, el Ecuador puede obtener la misma cantidad de turistas cada año aprovechando la entrada de los mismos a países vecinos.

Por otro lado, es importante recalcar que el Gobierno ha puesto al turismo dentro de los sectores estratégicos de la economía ecuatoriana para invertir en PYMES⁹ y en el desarrollo de la infraestructura interna del país; tanto en carreteras como en infraestructura hotelera. El turismo es un sector de servicios que abarca un sector productivo importante, que muchos gobiernos anteriores no habían tomado en cuenta, ya que no se realizaron estudios de los competidores (Perú y Colombia) cercanos.

La capacitación a personas relacionadas con el turismo también se ha tomado como un punto importante para mejorar el capital humano que se relaciona con los visitantes de manera directa o indirecta. Este es un punto en el cual debe seguir trabajando constantemente para dar una mejor impresión de la que se está dando actualmente a los visitantes.

⁹ Pequeñas y medianas empresas

2.3.3 Índice de Competitividad Turística

Este indicador es desarrollado por el Foro Económico Mundial (*World Economic Forum*), por más de siete años categoriza la industria del turismo midiéndolo en varias variables que buscan analizar a cada país, en función de desarrollo del sector turístico y su adaptabilidad a los cambios que presenta la coyuntura mundial.

Este informe ha tomado importancia debido al espacio que ha ganado este sector y la gran influencia socio económica del mismo en los diferentes países, como se mencionó anteriormente el sector es uno de los principales creadores de empleo y su aporte al PIB mundial y por ende al PIB de cada país, lo convierte en un índice que demuestra los avances de cada país por región y el lugar en el mundo.

Este índice no mide el número de atractivos turísticos que tiene cada lugar, lo que busca es analizar factores culturales, infraestructura, movilidad entre otros que hacen que un país sea más competitivo en este importante sector. Para el año 2013, según el informe proporcionado por el foro económico mundial, Ecuador se ubica en el lugar número 14 de la región, y en el puesto 81 a nivel mundial. El país que lidera el ranking mundial es Suiza, seguido por Austria y Suiza (Foro Económico Mundial, 2013: 15).

Como se manifestó, este índice mide temas de salud, infraestructura, instituciones, eficiencia en el mercado laboral, preparación tecnológica, innovación y sofisticación de negocios, y no el número de atractivos turísticos, pues lo que se busca es que los países estén desarrollados en estas variables y que esto apalanque a su riqueza natural o histórica. El siguiente cuadro muestra el ranking de países de América en el año 2013:

CUADRO 3 RANKING DE PAÍSES DE AMÉRICA EN EL AÑO 2013

Country/Economy	SUBINDEXES									
	OVERALL INDEX			T&T regulatory framework		Business environment and infrastructure		T&T human, cultural, and natural resources		
	Regional rank	Overall rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	
United States	1	6	5.32	44	4.95	2	5.36	1	5.65	
Canada	2	8	5.28	27	5.27	8	5.17	5	5.39	
Barbados	3	27	4.88	13	5.50	18	4.96	50	4.20	
Panama	4	37	4.54	54	4.83	36	4.52	45	4.29	
Mexico	5	44	4.46	83	4.43	61	3.92	15	5.02	
Costa Rica	6	47	4.44	52	4.88	56	3.98	38	4.45	
Brazil	7	51	4.37	82	4.43	76	3.57	12	5.10	
Puerto Rico	8	52	4.36	40	4.99	43	4.33	81	3.75	
Chile	9	56	4.29	53	4.87	53	4.07	65	3.94	
Uruguay	10	59	4.23	31	5.18	78	3.53	62	3.97	
Argentina	11	61	4.17	69	4.54	72	3.61	41	4.38	
Jamaica	12	67	4.08	59	4.76	64	3.76	87	3.72	
Peru	13	73	4.00	96	4.17	85	3.36	37	4.47	
Ecuador	14	81	3.93	85	4.37	83	3.38	56	4.05	
Trinidad and Tobago	15	83	3.93	104	4.07	54	4.07	95	3.64	
Colombia	16	84	3.90	101	4.11	103	3.09	34	4.51	

Fuente: World Economic Forum
Elaborado por: World Economic Forum

Como se muestra en el cuadro anterior, en la región Ecuador se encuentra en los últimos lugares solo superando a Trinidad y Tobago y Colombia. Considerando el indicador de recursos naturales, humanos y culturales el Ecuador encuentra su mejor posición de este ranking pero aun en este indicador está por debajo de sus vecinos Perú y Colombia; pero en los indicadores de marco normativo y entorno empresarial se encuentra en mejor ubicación que sus países vecinos. Según este indicador hay mucho por mejorar para que el Ecuador realmente sea una potencia turística y pueda ofrecer servicios turísticos de primera. (MINTUR, 2013:1)

El anterior cuadro muestra los datos del Ecuador en función de los parámetros que toma en cuenta este índice al momento de generar su Ranking:

CUADRO 4.
ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Índice de Competitividad Turística		
	Ranking (de 0 - 140)	Score (1-7)
Índice 2013 de Competitividad turística	81	3,9
Marco regulatorio de Turismo	85	4,4
Leyes y Políticas regulatorias	89	4,3
Sostenibilidad Ambiental	65	4,6
Seguridad	104	4
Salud e Higien	76	4,6
Prirización de Turismo	76	4,3
Infraestructura y ambiente de negocios	83	3,4
Infraestructura Aereoportuaria	84	2,7
Infraestructura terrestre	79	3,3
Infraestructura Hotelera	84	3,2
Infraestructura ITC	98	2,4
Competitividad en precios en industria turística	11	5,2
Fuerza laboral, cultura y recursos naturales	56	4
Educación	84	4,5
Disponibilidad de mano de obra calificada	88	4,9
Atractivo de turismo	123	4,1
Recursos Naturales	13	5,3
Cultura	76	2,2
Elaborado por: Alejandra Vega		

Como se observa en la mayoría de puntos evaluados el país se ubica dentro de las posición 80 a 90, lo que muestra que todavía existe muchas oportunidades de mejora en varios aspectos, como el tema de política gubernamental es decir, que el gobierno de mayores seguridades en lo que corresponde a un marco jurídico más atractivo para que la inversión extranjera aumente. (MINTUR, 2013: 1)

En el 2013 Ecuador subió en este índice seis posiciones en comparación con el año anterior y desde el 2009 15 puestos, esto hace que los esfuerzos realizados en el sector turísticos hayan influido en este indicador para mejorar a comparación de años anteriores. También según este mismo

indicador los mejores resultados que ha tenido en el 2013 de un total de 140 países que son parte de este índice y son: competitividad de precios de la industria 11, recursos naturales 13, y sostenibilidad ambiental 65 (Ministerio de Turismo, 2013:7). De allí que según este indicador los recursos naturales con los que cuenta el país son el principal atractivo turístico, lo que hace mejorar la infraestructura con al que se cuenta a la hora de atender a los visitantes nacionales y extranjeros.

La seguridad es la parte más débil que tiene el país, se necesita aunar esfuerzos tanto la parte pública y privada para garantizar la seguridad de los turistas en el Ecuador, con esto seremos más atractivos en los mercados internacionales. Una de las ventajas que tiene el Ecuador es la competitividad en precios, aún resulta económicamente hablando atractivo el venir a visitar el país, por los bajos costos y el poder adquisitivo que tiene el dinero en función de la diversidad de opciones que brinda el país. Uno de los potenciales más grandes que brinda el país es su mega diversidad, lo cual ubica al país en puesto 13 a nivel mundial, considerando la dimensión que tiene el Ecuador lo convierte en un atractivo mayor para los turistas nacionales y extranjeros.

A través del análisis del entorno actual ecuatoriano y la influencia del turismo en la economía se determinó los avances que ha tenido el Ecuador en materia social y económica debido al progreso del sector turístico, que se han visto reflejados en indicadores como el de Gini y el PIB per cápita los cuales muestran una mejoría socioeconómica del país, además de que en la balanza turística ha pasado a ser de deficitaria a superavitaria, lo que genera mayores ingresos para el estado y el Ecuador. El turismo aportado de mayor manera al PIB y se ha identificado los puntos fuertes y débiles en este sector y en las áreas en las cuales se debe trabajar para lograr ser una potencia turística a nivel mundial. En lo que concierne en las capacidades existentes del sector turismo en el país hay estrategias que se deben aplicar para poder mejorar en el Índice de Competitividad Turística en general y en especial frente a nuestros principales competidores que son Colombia y Perú.

CAPITULO III

ESTRATEGIAS E INVERSIÓN PARA IMPULSAR EL TURISMO EN EL ECUADOR

3.1 Estrategias nacionales para impulsar el desarrollo turístico

Para la promoción del turismo en el Ecuador se han creado el programa “Invest in Ecuador” que busca atraer la inversión extranjera para diferentes sectores estratégicos de la economía, entre ellos el turismo; todo ello alineado a los principios del Plan Nacional del Buen Vivir que busca alcanzar una nueva lógica en el desarrollo socioeconómico del país. Como parte de este impulso del turismo una de las estrategias a nivel regional ha sido impulsar la marca país como una forma de dar a conocer los atractivos turísticos del país.

3.1.1 Programa Invest in Ecuador Tourism motivando a la inversión extranjera

El Ecuador en su afán de mejorar el sistema turístico de país, busca incrementar la inversión en turismo, para el efecto han creado diferentes programas que benefician a la empresa privada e incentivan a la inversión extranjera para que puedan incursionar dentro de la rama turística. Ecuador ha manifestado su intención de que el turismo siga siendo el tercer rubro de ingresos no petroleros dentro del PIB e impulsar a que sea el ingreso más importante del país. Varios proyectos están encaminados a fortalecer el encadenamiento turístico; tanto el sector privado como público unen esfuerzos para el mejoramiento del sistema turístico tanto en infraestructura como en ofrecer mejores servicios. (ProEcuador, 2013:1)

Uno de los programas que impulsa el Ministerio de Turismo del Ecuador llamado “Invest in Ecuador” está diseñado para que los inversionistas extranjeros conozcan los benéficos que ofrece el país, planteando reglas claras con el fin de hacer al Ecuador un destino atractivo para las inversiones. Básicamente estos incentivos se ubican en el ámbito tributario donde se ponen las condiciones para poder ser acreedor a estos beneficios aunque también existen otros incentivos que lo que buscan es atraer nueva inversión hacia el Ecuador. (ProEcuador, 2013:1)

El ente encargado de coordinar estos esfuerzos y de promover las condiciones necesarias para garantizar la inversión es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Aquí se promociona todos los sectores en los cuales el país brinda ventajas y facilidades para que se pueda llevar a cabo nueva inversión. Todos los sectores que se encuentran enmarcados en este programa son de importante relevancia para el desarrollo de la economía del Ecuador a través de una nueva lógica, tratando de cambiar la lógica primario exportadora que tiene el país. De allí que uno de los sectores importantes para promover el desarrollo la economía es el sector turístico que en los últimos años ha tenido resultados positivos y también tiene un gran potencia para incrementar su participación en el mercado ecuatoriano.

Este instituto además busca brindar información de los avances realizados en materia económica y social que puedan brindar una mayor confianza en los posibles inversores. Entre esa información se encuentra como se ha ido desarrollando la economía en el Ecuador en comparación con algunos países de la región, se resalta que el porcentaje de inflación del país es menor al promedio de la región, las capacidades humanas con las que se cuenta, la nueva infraestructura con la que cuenta el país, el acceso fluvial, la capacidad de generación de energía con la que cuenta y la mega diversidad existente que brinde las mejores condiciones para la inversión (ProEcuador, 2015:15).

Las condiciones que se ofrece el estado ecuatoriano son libertad para la inversión a través de: no requerimiento de un porcentaje mínimo de inversión nacional o empresas conjuntas, arbitraje internacional para inversión directa, no confiscación o nacionalización permitido y contrato de inversión por 15 años renovables por 15 años más. Lo que se busca a través de estas de estos incentivos es poder dejar las reglas claras para que los inversionistas tengan la confianza de invertir en el país, sin el riesgo de que se tome medidas arbitrarias sobre sus inversiones en algún momento mientras dure el periodo de inversión. Estos beneficios se aplican para toda compañía que invierta en los sectores prioritarios en cualquier parte del Ecuador (ProEcuador, 2014:16).

Los beneficios que se obtiene para la nueva inversión son: reducción de 10 puntos sobre el impuesto a la renta para realizar inversión en activos productivos, modificación de la base de cálculo del anticipo del impuesto a la renta, para la generación de empleo y adquisición de activos productivos, deducciones del impuesto a las renta por pago de salario digno, entre otros (ProEcuador, 2014:1). Todos estos incentivos se los realiza en el ámbito de los impuestos para la generación de un mayor empleo de recursos humanos y de capital. Además estos incentivos lo que buscan es promover un flujo de inversión constante para poder brindar estos beneficios. (ProEcuador, 2014:18)

También se dan incentivos específicos para la deducción del doble de gastos incurridos por estudios de mercado, apertura de nuevas sucursales o tiendas y gastos relacionados con viajes, hoteles entre otros. También se ofrecen incentivos adicionales por buen manejo ambiental y por invertir en lugares de desarrollo económico en el país como son Manabí o Yachay (ProEcuador, 2014:16). Estos incentivos buscan brindar un impulso para poder iniciar las operaciones en el país en mejores condiciones.

En lo concierne exclusivamente al programa Invest in Ecuador Tourism el gobierno nacional ha puesto a disposición de los interesados en este programa un sitio web encargado de la promoción del turismo y potencial en el país. Aquí se expone de manera muy breve los motivos por los cuales se puede invertir en Ecuador donde se resalta que el sector turístico es la tercera fuente de ingresos no petroleros del país además de que es un país de oportunidades, seguro y estable. Se ofrece como incentivos estabilidad tributaria hasta por 30 años, exoneración del impuesto de salidas de capitales, exoneración del impuesto a la renta por 5 años a partir del reporte de ganancias en inversiones no localizadas en Quito o Guayaquil, deducción del 100% adicional de la depreciación y amortización en la implementación de producción más limpia. A parte de los incentivos que se dan también se realizan los logros alcanzados en los últimos años además de las expectativas que se tienen de que el turismo sea la primera fuente de ingresos no petroleros del país en el 2020 (Ministerio de Turismo, 2014:16).

En toda esta página se da una información completa de todos los aspectos que pueden ser útiles a la hora de decidir invertir en el Ecuador; además se presenta en portafolio con los proyectos que se pueden invertir y por región también, lo que hace al programa Invest in Ecuador Tourism una excelente oportunidad de impulsar la inversión en el Ecuador.

3.1.2 El Plan Nacional para el Buen Vivir y su aplicabilidad en el impulso de un turismo sostenible

El Plan Nacional para el Buen Vivir fue concebido para dar lineamientos y direccionamiento a la ejecución de los planes del gobierno para encaminar las políticas bajo el concepto de la “planificación” y de los principios constitucionales. El Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV) formula las directrices a tomarse en cuenta durante el período 2013-2017, basado específicamente en lograr un desarrollo sustentable, sostenible, equitativo, igualitario y solidario sin buscar la opulencia económica ni el crecimiento económico desmesurado. Generalmente, el PNBV presenta objetivos a cumplirse hasta el año 2017, dentro de los cuales se fomenta la democracia, la inclusión, la diversidad, la calidad de vida, el desarrollo de las capacidades de la ciudadanía, las identidades diversas, la justicia, la seguridad, el respeto a los derechos humanos, el desarrollo sostenible, la soberanía, la matriz productiva y el trabajo (Senplades, 2013: 14).

El Plan Nacional para el Buen Vivir pretende la planificación de los eventos ulteriores del manejo de los ámbitos económico-social que permitan poder tener avances que ayuden al cumplimiento de este plan en armonía con los principios de la Constitución del Ecuador aprobada en Montecristi en el 2008.

Para los objetivos planteados en el PNBV se dio a conocer los pilares sobre los cuales estará basado el crecimiento turístico en el país como seguridad, calidad, conectividad, destinos y productos que permitan que el

Ecuador logre posicionarse como una potencia turística a nivel mundial (Ministerio de Turismo, 2013:18).

Existen varios objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir 2007-2013 que están en armonía con el sector turístico y su desarrollo, además de estar involucrados con otros sectores de la economía. En el objetivo 3 de este plan nos habla de mejorar la calidad de vida de la población, allí el gobierno plantea mejorar las condiciones en las que se desarrollan los ecuatorianos a través de la aumentar el cobertura de salud gratuita y de calidad, vivienda de calidad y digna, accesos de agua potable (Senplades, 2009:16).

Para alcanzar todas las metas propuestas se debe contar con los recursos económicos, técnicos y humanos que permitan las necesidades insatisfechas de la población y así mejorar su calidad de vida. El mejorar las condiciones de la población en general y el acceso que tiene a servicios básicos hace que un país pueda mejorar las condiciones en las cuales puede recibir a la inversión, de allí que poder contar con más recursos provenientes del turismo hace sea posible brindar mejores condiciones de vida a la población. El objetivo 6 está relacionado con el trabajo digno y estable que son la base de progreso de las condiciones de vida de las personas (Senplades, 2009:1). Como se ha señalado anteriormente el turismo es un gran generador de empleo directo e indirecto en el mundo y en el país, lo que hace que se dinamice la economía de los sitios visitados. El objetivo 11 nos habla de crear un sistema económico, social, solidario y sostenible que busca cambiar la lógica primario exportadora que tiene el país para poder obtener recursos a una nueva visión donde el eje de la economía sea el conocimiento, un desarrollo armónico con los recursos que actualmente dispone el Ecuador, garantizando una distribución equitativa de los recursos (Senplades, 2009:16).

Lo que se busca al tratar de cambiar la forma en como se ha desarrollado la economía en el Ecuador es lograr un desarrollo que no afecte ni comprometa nuestros recursos naturales en el futuro que son la fuente principal de nuestra economía y han creado una brecha amplia entre el país y los países

denominados desarrollados; de esta manera el turismo se convierte en una excelente alternativa debido a las capacidades y el potencial que se tiene en este ámbitos.

Ya para finales del año 2013 se planteó un nuevo plan nacional para el periodo 2013-2017, buscando así realizar un análisis de las experiencias en el primer plan y plantearse nuevas metas y políticas que guíen el rumbo del Ecuador durante este periodo. Básicamente la esencia de los objetivos se han mantenido con la misma visión de mejorar las condiciones para todos, por ello el turismo sigue desempeñando un papel importante en la consecución de estos objetivos gracias a los resultados obtenidos en este sector en los años anteriores y las expectativas que se tiene de poder seguir potenciando al país como un gran destino turístico es enorme.

El Plan Nacional para el Buen Vivir está alineado la constitución y a los principios de buen vivir, naturaleza y recreación; a su vez la política turística está relacionada a estos principios a través de los pilares de la política turística que son equidad, sostenibilidad ambiental, eficiencia energética, competitividad sistémica; a través de estos pilares, se crea la idea de una marca país para el Ecuador, una filosofía de turismo consiente, mejora en de las condiciones por las cuales se recibe a los visitantes nacionales y extranjeros, además de programas que guíen el turismo en estos ámbitos (Ministerio de Turismo, 2013:7). Es decir, que la política que se tiene para el sector turístico encaja en la visión que se tiene de una nueva forma de desarrollo amigable con el medio ambiente, respetando la interculturalidad de todos los pobladores y buscando la equidad social para todos.

También cabe señalar que en Quito se planteó en una reunión la idea de Turismo consiente que busca generar un cambio en la forma tradicional de hacer turismo y tener cuidado con la naturaleza que es fuente importante en el fomento del turismo (Ministerio de Turismo, 2012:9). De allí que el Ecuador debe poner tener prácticas de turismo consiente que permitan no comprometer

los ecosistemas que son un atractivo tanto para visitantes nacionales e internacionales.

Todos estos hechos, sumados a los factores anotados a lo largo de este estudio, permiten avizorar un futuro optimista para el sector del turismo, pero deben fortalecerse las bases y la educación de los actores involucrados, a fin de concretar las referidas perspectivas, que beneficien a la población local y al visitante de los diversos destinos que tiene el Ecuador.

3.1.3 Posicionamiento de la Marca País a nivel regional

El concepto Marca País es utilizado para marketing y la comunicación para desarrollar y potenciar la imagen de un país. Lo que se busca con esta idea es potenciar a los bienes y servicios que provienen de un país dándoles un mayor valor agregado. Los gobiernos hacen muchos esfuerzos publicitarios y una gran inversión para posicionar al país en la mente de los habitantes del mundo.

La marca país se mide analizando factores como:

1. Sistema de valores
2. Calidad de vida
3. Aptitud para los negocios
4. Patrimonio y Cultura
5. Turismo

Mientras una marca país cumpla con estos requisitos estará mejor posicionada en el mercado, el desarrollo de una marca país potencia a los mismos para ser más visitados, que exista una mayor inversión extranjera, y una mejor reconocimiento de los atributos de ese país. El líder del ranking latinoamericano es Brasil, esto se debe principalmente a la percepción de país líder en la región para realizar negocios por su despunte en el área tecnológica, en adición a esto tiene varias fortalezas como sus atracciones turísticas, su vida nocturna (OMT, 2013:5).

El desarrollo del país, la realización del Mundial de fútbol y el ser futuro organizador de las siguientes Olimpiadas ha permitido que este gigante del continente sea catapultado como destino número uno de la región tanto a nivel turístico como de inversiones. En el segundo lugar se encuentra otro de los grandes del continente como es Argentina, principalmente se debe a “calidad de vida”, la percepción de este país refleja un ritmo de vida agradable y confortable para los visitantes. El turismo es otro de los factores principales que ha contribuido para que se ubique en segundo lugar, su gastronomía es considerada la cuarta en la región, todo esto suma los grandes componentes que ponen a este país como el segundo mejor ubicado en la región(OMT, 2013:5).

IMAGEN 1.
RÁNKING DE MARCA PAÍS



Fuente: Future Brand
Elaborado por: Future Brand

Como se puede observar en el cuadro que precede, los países limítrofes del Ecuador se encuentran muy bien posicionadas en el ranking. Perú se encuentra actualmente en el quinto lugar, esto refleja los esfuerzos de este país para potenciar su tradición y cultura, apalancándose en el Santuario Histórico de Machu Picchu que es patrimonio cultural de la humanidad. La gastronomía peruana sin duda es una de las mejores, y es uno de los factores que le ha permitido fortalecer su marca país. (FutureBrands, 2013)

No se puede dejar de la el desarrollo económico que ha mantenido durante los últimos años, esto lo ha convertido en un país atractivo para la inversión extranjera directa y uno de los mejores países para hacer negocios en la región. Colombia se ubica en el noveno lugar de la región, este país ha realizado esfuerzos gigantescos en mejorar su imagen de ser atormentado por guerrillas y narcotráfico. Su desarrollo de cultura tradición, los varios tratados de libre comercio que ha firmado le han permitido colocarse en posiciones favorables de países a invertir, potenciando así su marca país. (FutureBrands, 2013:1)

Colombia realizó una alianza con el sector cafetero para de esta manera promocionar y posicionar a través de Juan Valdez a su marca país, convirtiéndose así en una referente insignia. Ecuador se ubica en el puesto número 14 en el ranking de la región, el país está apostando a su marca país “Ecuador ama la Vida”.

IMAGEN 2.
MARCA PAÍS ECUADOR.



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Ministerio de Turismo

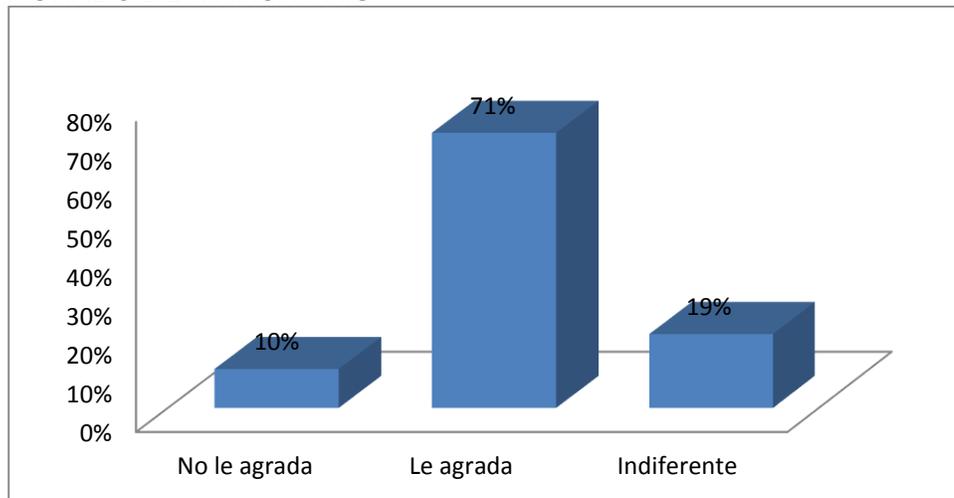
Existen muchas tareas pendientes para potenciar y desarrollar de mejor manera la marca país. De acuerdo con *Futurebrands*, el país no aparece entre los primeros lugares de ser amigable con el medio ambiente, libertad de expresión, marco legal estable, tolerancia y libertad política. De igual manera,

hay una tarea pendiente de facilidad para realizar negocios en el Ecuador y es preocupante la baja inversión extranjera directa (FutureBrand, 2013:24).

Los atractivos turísticos, la historia, gastronomía, son los factores que se debe potenciar a nivel marca país, emular lo que han hecho otros países como Colombia de potenciar sus productos tradicionales, mostrando así los atributos del país ayudarán a mejorar la imagen. Las campañas publicitarias son otro factor que ha permitido al país que mejore su manera de presentarse al mundo, mostrando así los atributos únicos que tiene el país en un territorio tan pequeño como en el que se encuentra ubicado.

Uno de los factores que ha afectado el posicionamiento de la marca país es el haber cambiado la imagen que se promocionó en un inicio por lo que tiene menos tiempo la marca actual del país; en comparación a la marca país del Perú, por lo cual no ha dado una continuidad que permita arraigarse la marca en la mente de los ecuatorianos y del mundo en general.

GRÁFICO 17.
AGRADO DE MARCA PAÍS



Fuente: Estudio de marca y hábitos del turista no residente en el Ecuador
Elaborado por: Alejandra Vega

Como podemos notar en la gráfica la mayor parte de turistas extranjeros le agrada la marca país, pero existe un gran porcentaje de turistas que es indiferente a la marca; por ello, el Ecuador deberá seguir potenciando su marca

país para mejorar su posicionamiento con respecto a lo demás países de la región, en especial con nuestros vecinos que son Colombia y Perú. El Ecuador tiene una amplia gama de oferta de servicios turísticos, a comparación de sus países vecinos, punto que favorece al país cuando se trata de aumentar la demanda turística. Por otro lado, como parte de la estrategia de promover la marca país se busca potenciar el cacao como el mejor del mundo y se ha promovido esto en varios eventos internacionales promoviendo de igual manera el turismo (Ministerio de Turismo, 2013:17).

3.2 Impulso de la promoción turística del Ecuador

Para el impulso de la promoción turística se creó diferentes campañas que permitan dar a conocer los atractivos turísticos del país hacia el mundo, una de ellas con el nombre de “All you need is Ecuador”, otra fue “Ecuador Ama la Vida”, cada una de ellas con repercusiones a nivel mundial que se reflejaron en el flujo de turista, prensa mundial y en especialistas del sector turístico.

3.2.1 Campaña Internacional “All you need is Ecuador” y su influencia en el incremento de turistas en el país

La campaña “All you need is Ecuador” se realizó para impulsar al país como una potencia turística y un destino al cual vale la pena visitar, además de promover la marca país a nivel mundial. El nombre de la campaña salió de la canción de The Beatles “All you need is love”, para lo cual el Ministerio de Turismo compró su licencia a un costo de 1,3 millones de dólares, llegando a un total de 455 millones de personas. La primera fase se inició el 28 de febrero a través de redes sociales por medio del hashtag #AllYouNeedIs, la cual captó a 288.000 seguidores vía Twitter, Facebook, Instagram, Vimeo y Youtube (Ministerio de Turismo, 2014:17). Este fue el parte de la primera fase en la cual se buscó impulsar al país como un destino interesante a visitar y llamar la atención del mundo para que conozcan más sobre el Ecuador.

Poco tiempo después, la segunda parte de la primera fase empezó a partir del 1 de abril de 2014, en 12 ciudades del mundo y 7 de las ciudades del Ecuador simultáneamente. Consistió en colocar una letra de 6 metros que forma el slogan de la campaña las cuales estuvieron ubicadas las siguientes ciudades a nivel mundial: París, Madrid, Nueva York, Sao Paulo, Bogotá, Santiago, Lima, Ámsterdam, Berlín, Ciudad de México, Londres y Buenos Aires y a nivel nacional: Cuenca, Manta, Loja, Guayaquil, Tena, Santa Cruz Galápagos y Quito; además de proveer de información turística para que las personas de esos lugares puedan estar más informadas sobre la oferta turística del país. También fueron desplegadas varias vallas publicitarias, se emitió el comercial publicitario en varios países alrededor del mundo, a través de diferentes cadenas televisivas de relevancia mundial y se publicaron varios artículos en revistas internacionales (Ministerio de Turismo, 2014:19).

IMAGEN 3.
MARCA DE LA CAMPAÑA “ALL YOU NEED IS ECUADOR”

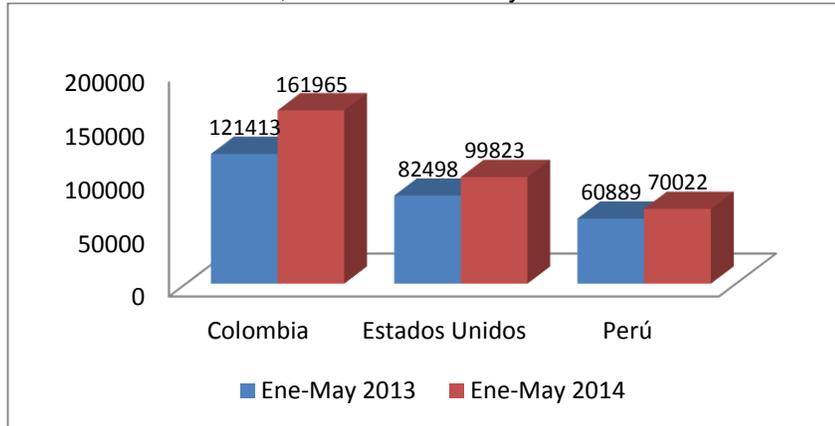


Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Ministerio de Turismo

Como se puede ver en el grafico anterior esta es el logo con el cual se publicitó la campaña en el Ecuador y el mundo. Esta campaña turística tuvo mucho éxito a nivel mundial he hizo que el número de visitantes que llegaron al país sea mayor.

El total de turistas que visitaron el Ecuador en el periodo de enero a mayo del 2014 fue un 16% mayor al mismo periodo en el año 2013, mostrando así un incremento importante en el turismo del país y una buena acogida de la campaña a nivel mundial. Los países que más aportaron a este incremento fueron Colombia, Estados Unidos y Perú en ese orden.

GRÁFICO 18.
Turistas de Colombia, Estados Unidos y Perú



Fuente: Ministerio de Turismo.
Elaboración: Alejandra Vega

La segunda fase consistió en repotenciar la campaña a través de la participación del país en diferentes ferias de turismo a nivel internacional, la contratación de un espacio de publicitario en el “Super Bowl” realizado en febrero del 2015 y en otros medios visuales e impresos con una inversión estimada en USD 9 millones. Esta campaña también incluyó la gira por varios países, principalmente por Estados Unidos quienes aportaron al país por concepto de turismo unos USD 545 millones en el 2014 (Ministerio de Turismo, 2015:16). El lema que llevó esta segunda fase fue “Feel again” con el que se invita a los turistas a con la naturaleza y consigo mismo a través de la visita a las diferentes regiones naturales que tiene el Ecuador que permiten encontrar de todo en un mismo lugar. Con estas campañas el sector turístico en el año 2014 pasó a ser el tercero en importancia para la economía (Embajada del Ecuador, 2014:17).

Según datos del Ministerio de Turismo en el año 2015 los extranjeros que visitaron nuestro país alcanzaron los 1.560.429 de personas, lo que dejó un resultado positivo en la balanza turística que alcanzó los USD 650 millones de dólares a diferencia de años anteriores que se mantenía un déficit (Ministerio de Turismo, 2015:8). Por lo cual podemos notar que la campaña promovida por el estado ecuatoriano ha tenido efectos positivos y ha logrado el

posicionar de mejor manera la marca país en el resto del mundo, logrando un incremento en el número de visitantes hacia nuestro país.

3.2.2 Creación de la Campaña Internacional “Ecuador Ama la Vida”

El crecimiento de la industria turística y de sus sectores económicos derivados que han permitido el desarrollo macro y micro económico y la diversificación de los servicios en los últimos siete años, estaría directamente relacionado con la propuesta estratégica que ha implementado el gobierno y el sector privado para mejorar la competitividad del turismo teniendo un impacto social y económico importante al ser un dinamizador de la riqueza, que provoca la elaboración de nuevas estrategias que ayuden al desarrollo del turismo y permitan satisfacer a la demanda, tanto local como internacional.

Por ello el gobierno nacional implementa la creación de una campaña para promover la marca país. El primer intento se lo hizo a través del eslogan “Ecuador la vida en estado puro” a finales del 2007, tratando de dar una imagen natural del país pero no se logró alcanzar todo el potencial al que se tenía esperado y no se consiguió que las personas recordaran esta marca.

IMAGEN 4.
MARCA ECUADOR LA VIDA EN ESTADO PURO



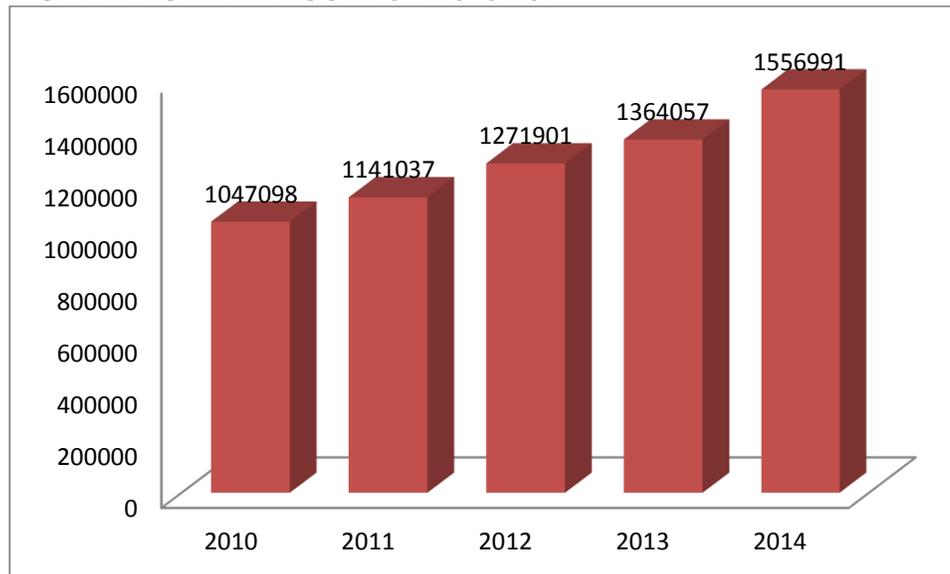
Fuente: MINTUR
Elaborado por: MINTUR

Al no alcanzar el objetivo esperado el Ministro de Turismo de ese entonces, Freddy Ehlers en el enlace sabatino n° 192 anuncio el lanzamiento de una nueva marca país que es “Ecuador ama la vida “y esta permanece hasta el día de hoy. El objetivo de esta campaña busca según el presidente Rafael Correa es que se conozca a Ecuador internacionalmente “como un sinónimo de vida y paz”. El logo de la campaña está inspirado en el sol, la mega diversidad, la vida, la flora, la fauna y está conformado por todos los colores que el ojo humano puede distinguir (Ministerio de Turismo, 2014:18).

Esta campaña no solo se utiliza para la promoción turística del país, sino que además para las exportaciones e inversiones; con esto se intenta lograr promover todos estos ámbitos. Se puede solicitar la autorización para el uso de esta marcada forma gratuita, se la solicita través del portal de internet con el mismo nombre de la campaña y deben tener el producto que desea llevar este logo por lo menos un componente nacional del 40% para poder ser acreedor de esta marca; lo que trata es de crear un sello de calidad que identifique a los productos del Ecuador en el mundo (Ministerio de Turismo, 2013:21).

El resultado de esta campaña ha sido positivo y se ha visto reflejado en el incremento de turistas que han visitado el país como se refleja en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 19.
VISITANTES EN EL ECUADOR 2010-2014

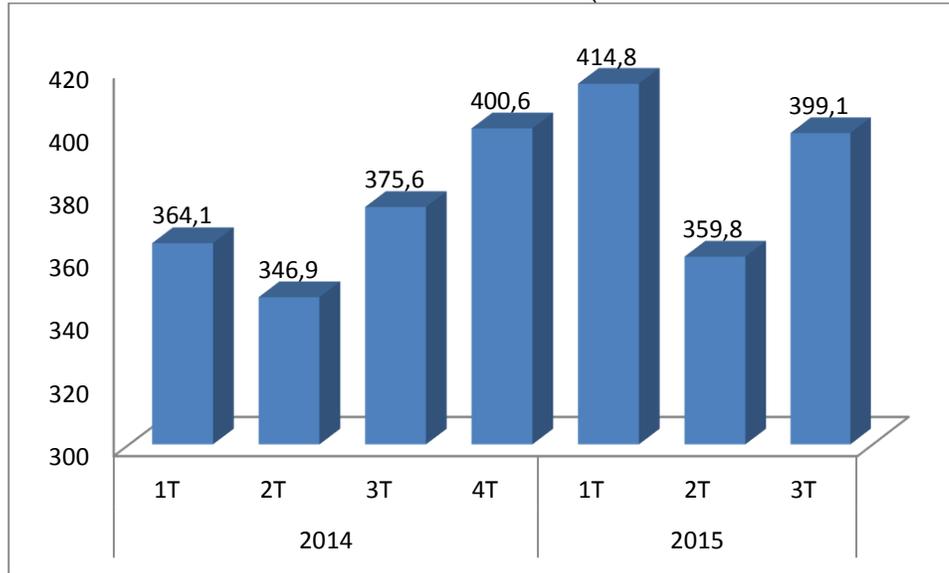


Fuente: Anuario de entradas y salidas INEC 2010-2014
Elaborado por: Alejandra Vega

Como se nota la visita de extranjeros hacia nuestro país se ha visto incrementada gracias a la campaña de posicionamiento de la marca país donde además se ha dado a conocer los atractivos turísticos que tiene el Ecuador a través de varios medios usando las redes sociales como una fuente de información importante (Ministerio de Turismo, 2014:25).

También este incremento de turistas se ve reflejado en los ingresos de dinero lo que hace que cada vez más el sector turístico gane relevancia en la economía del país y hace que los esfuerzos anteriores sean justificados y alienten a seguir mejorando las capacidades que tiene el país en este sector.

GRÁFICO 20.
INGRESO POR CONCEPTO DE TURISMO (EN MILLONES DE DÓLARES).



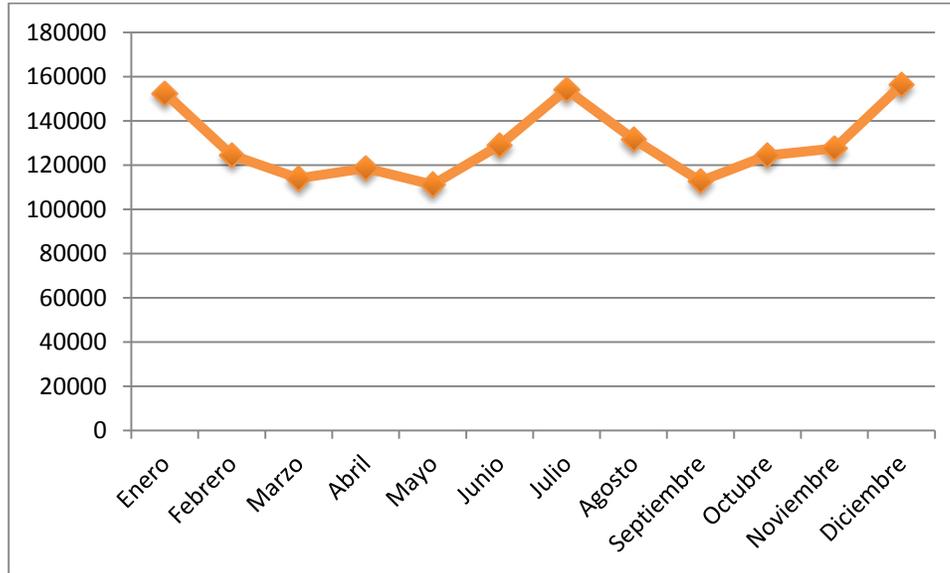
Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Alejandra Vega

Los trimestres que registran mayores ingresos por concepto de turismo según este gráfico son en el último del año 2014 y el primero del año 2015, lo que permite reflejar que las campañas realizadas por el gobierno para la promoción del turismo ha provocado un aumento en el número de visitantes en general, lo que ha repercutido directamente en la economía del Ecuador de forma positiva.

3.2.3 La repercusión sobre el flujo de turistas, premios internacionales y menciones del Ecuador en prensa internacional la repercusión sobre el flujo de turismo.

Cada esfuerzo realizado por parte de las autoridades del Ecuador y los empresarios han sido en buscar que el turismo tome un rol importante en la economía, lo que ha causado repercusión en los esfuerzos del Ecuador al atraer más turistas. En el 2014 se logró un incremento de la afluencia de visitantes extranjeros luego de haberse impulsado la campaña “All you need is Ecuador” registrando un cambio en la mayoría de meses de ese año.

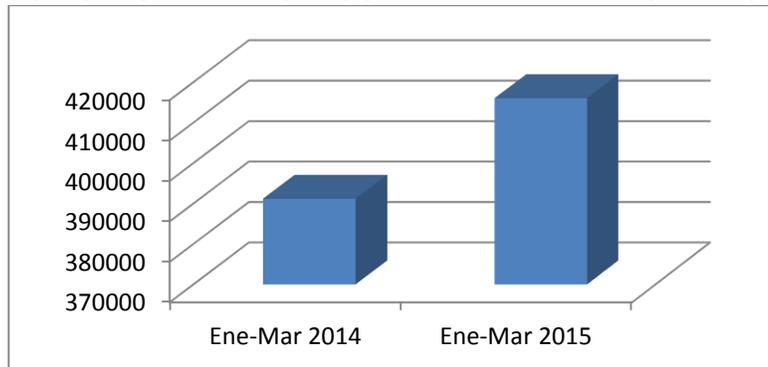
GRÁFICO 21.
ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR EN EL 2014 POR MES.



Fuente: Base de datos entrada y salidas internacionales – INEC 2014
 Elaborado por: Alejandra Vega

Otro ejemplo se refleja en el primer trimestre del 2015 según datos del Ministerio de Turismo el ingreso de visitantes a aumentado en un 6.4% con respecto al mismo periodo en el año 2014 (Ministerio de Turismo, 2015:22).

GRÁFICO 22.
TURISTAS EXTRANJEROS EN EL 1ER. TRIMESTRE 2014 Y 2015



Fuente: Ministerio de Turismo
 Elaborado por: Alejandra Vega

El esfuerzo y los recursos han dado frutos positivos y han permitido al Ecuador estar en el escenario mundial y ser tomado en cuenta para participar en diversos concursos internacionales los cuales ha ganado convirtiéndose en un acontecimiento histórico para la nación. Muestra de ello es el otorgamiento

de premios a nivel mundial como son los World Travel Awards (denominados como los Óscar del Turismo) los cuales han reconocido a Ecuador como “El destino verde de Sudamérica” y a Quito como “El destino líder de Sudamérica” por tres años consecutivamente, pero no han sido los únicos en ser reconocidos también se ha recibido premios por iniciativas público y privada. Se puede mencionar entre otras a El Tren crucero como “Mejor tren de lujo de Sudamérica”, Hotel Plaza Grande como “Hotel líder de lujo de Sudamérica”, Aeropuerto Internacional Marisca Sucre como “Aeropuerto líder de Sudamérica” (Ministerio de Turismo, 2015:32). Con todos estos reconocimientos, Ecuador ha ganado notoriedad en el ámbito turístico mundial ya que hace pocos años no se había logrado alcanzar reconocimientos de esta magnitud.

Campañas como “Ecuador ama la vida” y “All you need is Ecuador” han sido transmitidas por las principales cadenas televisivas del mundo con una gran acogida por parte de dichos medio, a parte de la promoción de dicha campaña a través de uno de los eventos deportivos más visto en el mundo como es el “Superbowl”. También la gira por varios países realizada por la ministra de Turismo del Ecuador Sandra Naranjo captó la atención de los medios al promocionar a Ecuador como un destino turístico importante (Presidencia de la República del Ecuador, 2014:23).

Tanto los premios internacionales como el interés de la prensa internacional por Ecuador han beneficiado en el flujo de turistas hacia nuestro país lo cual favorece a la economía del país con la generación de fuentes de empleo directo e indirecto. La BBC realizó una nota sobre el comercial que se emitió durante la transmisión del “Superbowl” resaltando los beneficios que ha generado a otras empresas que han pagado en este espacio, también como el Ecuador se convirtió en el primer país que promocionó su marca a través de este medio (BBC, 2015:33). Otra muestra del interés de la prensa internacional también se puede notar en el diario “ITB Berlín News” que luego de que el stand de Ecuador haya sido seleccionado como entre los 10 mejores de América Latina y el Caribe de entre 60 países; donde se resalta las bondades

de las regiones naturales del Ecuador para realizar un turismo dinámico, además de toda esa variedad de flora y fauna que cuenta el Ecuador.

3.3 La Inversión para el desarrollo en el marco del turismo

La inversión para la promoción del sector turístico se lo ha realizado a través del sector público y del sector privado, con políticas y estrategias que permitan fomentar el turismo de visitantes nacionales y extranjeros.

3.3.1 Inversión del Sector Público y Privado para fomentar el crecimiento del turismo

En los últimos años se ha incrementado la inversión del sector público en el Ecuador para diferentes áreas; esto debido a que se ha obtenido mayores recursos por concepto de la venta de petróleo, que es la actividad económica principal en el país. Una de ellas es el sector turístico que ha recibido esta inversión y le ha servido de impulso para desarrollarse de manera constante y consolidarse como un sector importante de la economía del Ecuador. Así es como esas inversiones se las ha direccionado en la mejora de la infraestructura vial con carreteras de excelente calidad, la construcción o adecuación de terminales aéreas y terrestres lo que mejora el desplazamiento en el interior del país. También se ha promovido atractivos turísticos como es el caso del “Tren crucero” del Ecuador reconocido por varias revistas y organizaciones internacionales especializadas en el turismo como el mejor tren de lujo de Sudamérica.

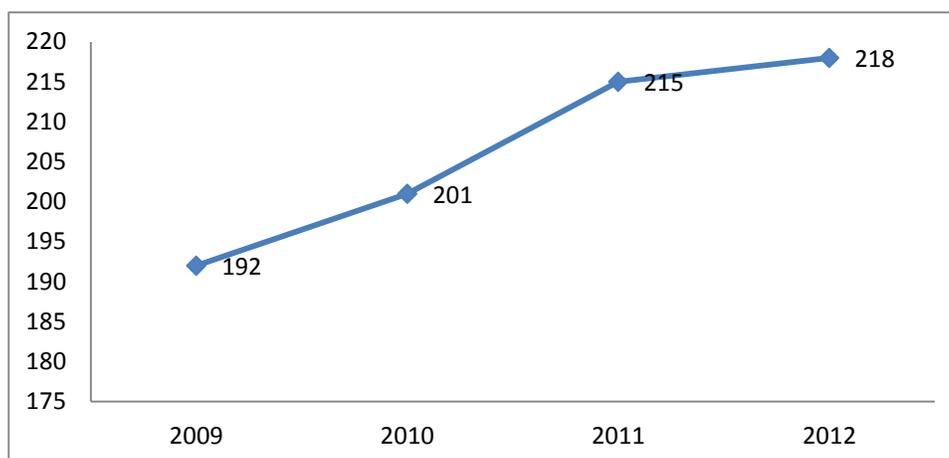
Debido a la importancia que tiene el turismo en la economía actual se plantea seguirlo impulsado a través de la construcción de varios proyectos promovidos por los gobiernos locales del país como la preservación y cuidado de sitios históricos, promoción de sitios turísticos han impulsado la economía del Ecuador como la adecuación de sitios turísticos y área de camping en Cochasqui, la construcción del parque Samames, construcción de un puente hacia la isla Santay, entre otros. Hasta el 2013 la inversión en turismo llegó a 828 millones (Ministerio de Turismo, 2013:12). También las campañas

publicitarias que ha impulsado el gobierno para la creación y fortalecimiento de la marca país ha dado buenos resultados, por ejemplo la campaña de “All you need is Ecuador”. Todas estas inversiones enfocadas en mejorar la oferta de servicios turísticos que se tiene actualmente.

No solo la inversión ha sido por parte del sector público sino también por el sector privado, el cual ha tomado parte de este proceso de forma activa y ha confiado en el potencial turístico del país para generar nuevos negocios. El sector que ha sufrido más impacto en este aspecto es el sector hotelero que durante estos últimos años promueve la construcción de hoteles que permitan brindar un mejor servicio a los visitantes en su estadía en el país. Grandes cadenas internacionales de hoteles se han interesado en el Ecuador como son ACCOR, Hilton, Wyndham e Intercontinental. Uno de esos casos se dio a principios del 2015 con la colocación de la primera piedra para la construcción del Hotel Ibis que pertenece a la cadena francesa ACCOR ubicada en más de 90 países en el mundo y es la cadena hotelera que más empleados tiene (unos 145.000 aproximadamente), este es el inicio de un proyecto de construir 10 hoteles en diferentes ciudades del país. El capital invertido será de USD. 8 millones por cada hotel de esta cadena con una proyección de invertir en el futuro unos USD. 100 millones. Como señaló la Ministra de Turismo en este evento que los capitales del sector turístico ven al Ecuador con un gran potencial y como un país que presta las garantías jurídicas y de estabilidad necesaria para realizar para invertir; es por eso que entre el 2015 y 2016 existen 23 proyectos con un monto de inversión de USD. 750 millones, además se espera concretar proyectos para el 2017 y que esto permita aumentar esta cifra (Ministerio de Turismo, 2015:24).

También la banca pública y privada ha tenido un papel importante en el aumento de la promoción turística a través de la prestación de créditos tanto de la banca pública como privada, con lo cual se demuestra la confianza que se tiene en este sector en crecimiento y el potencial que tiene de desarrollarse.

GRÁFICO 23.
INVERSIÓN EN TURISMO MEDIANTE CRÉDITO BANCA PÚBLICA Y PRIVADA (USD. MILLONES).



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Alejandra Vega

Como se refleja en el gráfico anterior la inversión para turismo mediante préstamos bancarios en el Ecuador ha crecido en el periodo del año 2009 al 2012; teniendo su mayor crecimiento en el año 2011, lo que refleja que para este periodo este sector tuvo un mayor impulso que en periodos anteriores. El Ministerio de Turismo también ha integrado en su página web una sección dedicada exclusivamente a la inversión en turismo, allí se muestra algunos servicios que puede prestar este Ministerio a través de su Dirección de Inversión Turística, para facilitar al inversionista a conocer las zonas donde está interesado a invertir también de dotar de datos relevantes para la toma de decisión y ayuda en los tramites que se deba realizar en otras entidades del estado (Ministerio de Turismo, 2015:55).

Todos los esfuerzos que se han dado para el desarrollo del sector turístico por parte del sector público y privado han sido en busca de un mismo fin el cual es convertir a Ecuador en una potencia turística de allí que el año 2015 fue denominado por el Ministerio de Turismo como año de la excelencia turística, de allí que se realizó varias campañas para mejorar la calidad humana de las personas involucradas con el sector turístico directa e indirectamente, así como mejorar el aseo de los baños públicos de las estaciones de todo el

país, dando un realce a los atractivos turísticos que tiene el Ecuador (Ministerio de Turismo, 2015:55).

3.3.2 El Sistema PIMTE como política gubernamental para fortalecer el sector turístico

El Ecuador se ha planteado promover el sector turístico tanto a nivel internacional como nivel nacional para poder convertir al sector turístico en un motor de la economía que permita generar nuevas plazas de trabajo y dar a conocer los encantos que tiene el país tanto a propios y extraños. Es por ello que ha implementado varias estrategias que permitan alcanzar este objetivo de una manera real y amigable con el medio ambiente. (González D. , 2014:1)

En lo que concierne el turismo interno se ha creado el PITME que es el “Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno del Ecuador”. Con este sistema se busca aumentar el turismo interno mediante políticas orientadas a incentivar a los ecuatorianos a recorrer su país. Con frases como “primero Ecuador” y programas como “Viaja primero Ecuador” y “Ecuador potencia turística” se busca que el turismo interno sea una alternativa que gane seguidores para hacia fortalecer la economía de todos rincones de la patria. (González D. , 2014:2)

Según un estudio realizado se determinó que aproximadamente solo el 30% realiza turismo interno mientras que el resto del 70% no lo hace; queriendo así tratar de revertir esta situación a través de este plan. Para ello se busca incentivar el turismo en cada provincia y así irse extendiendo hasta que realicen viajes a diferentes lugares del territorio nacional. Se plantean diferentes tipos de estrategias para aumentar el turismo interno como promocionar: las 4 regiones que existen en el país, lugares menos visitados, crear incentivos para grupos socio-demográficos de los mismos segmentos (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009:43).

CUADRO 5.
DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

	Productos	% de distribución del presupuesto de promoción nacional a productos
1	Recreacional playas, ríos y balnearios	13%
2	Recreacional de montaña	13%
3	Circuitos locales del país	15%
4	Circuitos provinciales por el país	11%
5	Circuitos por mundos por el país	8%
6	Ecoturismo y turismo de naturaleza	14%
7	Deporte y aventuras	12%
8	Turismo recreativo de shopping, gastronómico y ciudades	15%
9	Nichos de mercado	2%

Fuente: reuniones de trabajo con MINTUR – elaboración T&L 2009
Elaborado por: Alejandra Vega

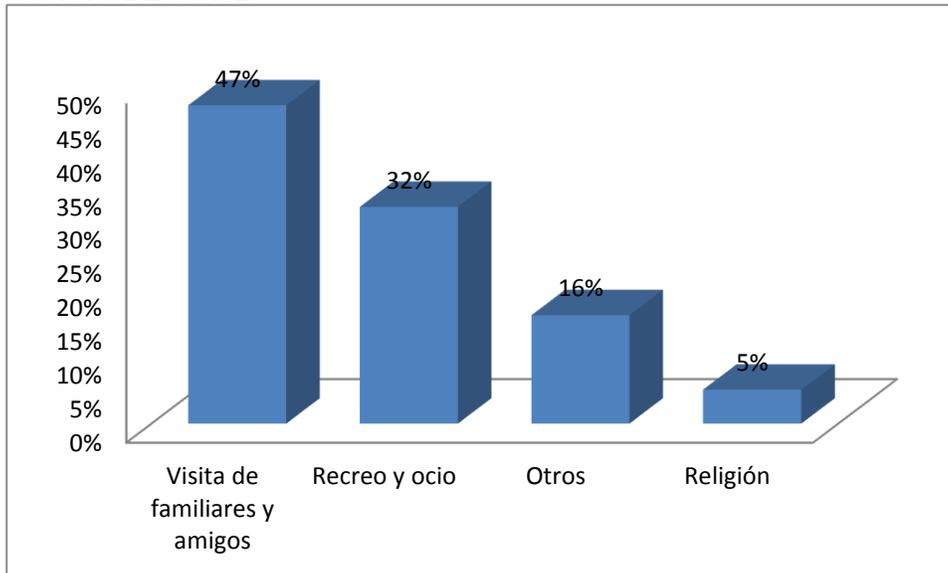
Como se muestra en el cuadro anterior allí se hace una jerarquización de los principales productos turísticos que tiene el Ecuador y como se planea distribuir el presupuesto para poder llamar la atención de los turistas nacionales. Con esto lo que se trata es apoyar los atractivos que tiene el país y motivar a los ecuatorianos a conocer su país.

También se ha planeado una campaña que va en el fortalecimiento del concepto de que Ecuador es un país multidiverso donde se puede encontrar 4 regiones bien definidas que brindan un atractivo especial a cada visitante. Esto se plantea con la idea de que cada región es un mundo diferente cada uno con singulares características que hacen una aventura viajar por cada una de estas regiones o mundos que se encuentran a cortas distancias (Ministerio de Turismo, 2013:22).

El PITME se lo elaboro entre los años 2008 y 2009 y como puede mostrar ha sido como una hoja de ruta para consolidar el turismo interno. Los resultados de este plan no se han hecho esperar ya que pues el 40% de los han ecuatorianos realizan turismo interno lo que ha generado alrededor USD.

900 millones al año. Para el año 2012 el Ministerio de Turismo presento las siguientes cifras acerca de turismo nacional:

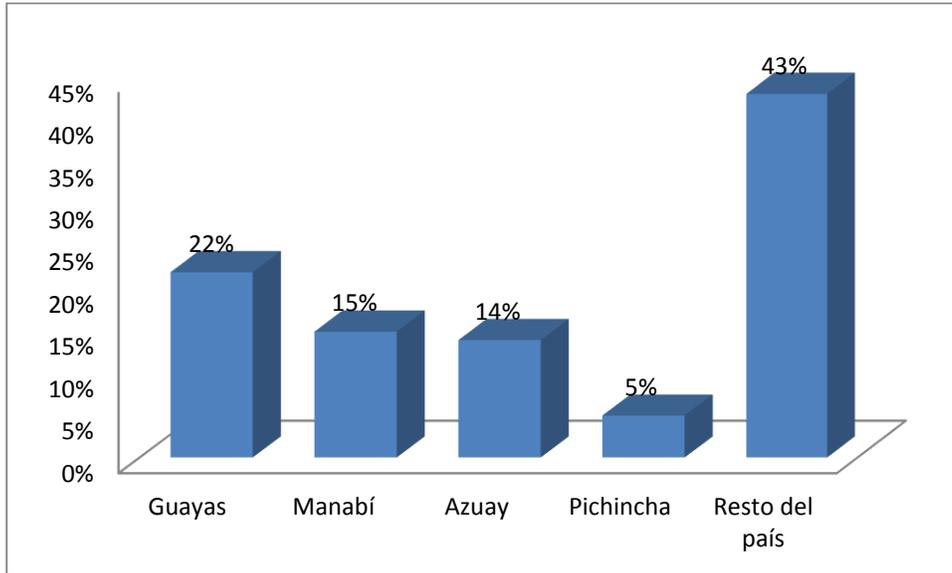
GRÁFICO 24.
MOTIVODE VIAJE



Fuente: Estudio de Turismo Interno 2012
Elaborado por: Alejandra Vega

Como podemos notar en el gráfico el mayor porcentaje de personas que realizan un viaje dentro del Ecuador lo hacen para visitar a familiares o amigos y en segundo lugar el viaje lo realizan como parte de su recreación. También según este mismo estudio la provincia más visitada son las de la costa con un total 37% que representa las visitas a la provincia del Guayas y de Manabí teniendo así una clara ventaja frente a las 2 provincias más visitadas en la región sierra que son Azuay y Pichincha con un 19% entre las dos y entre estas 4 provincias abarcan más del 50% de visitas por parte de turistas nacionales (Ministerio de Turismo, 2013:27).

GRÁFICO 25.
DESTINO DE VIAJE



Fuente: Estudio de turismo interno 2012
Elaborado por: Alejandra Vega

Es por ello que en el 2015 se lanzó la campaña “Ecuador potencia turística” la cual busca mejorar las capacidades de las personas y lugares; consta de 3 ejes fundamentales que son: agente turístico, playas limpias y baños limpios con lo cual se busca hacer conciencia en la importancia que tiene el turismo interno e internacional en la economía de Ecuador y la responsabilidad de cada ecuatoriano de poder prestar un servicio de calidad. Además se habilitado una página web donde se promocionan paquetes turísticos que van desde los USD 15 en adelante, lo que hace que la oferta turística nacional crezca y así se beneficien los turista nacionales al tener una mayor gana de donde escoger a la hora de salir de viaje (Ministerio de Turismo, 2015:23).

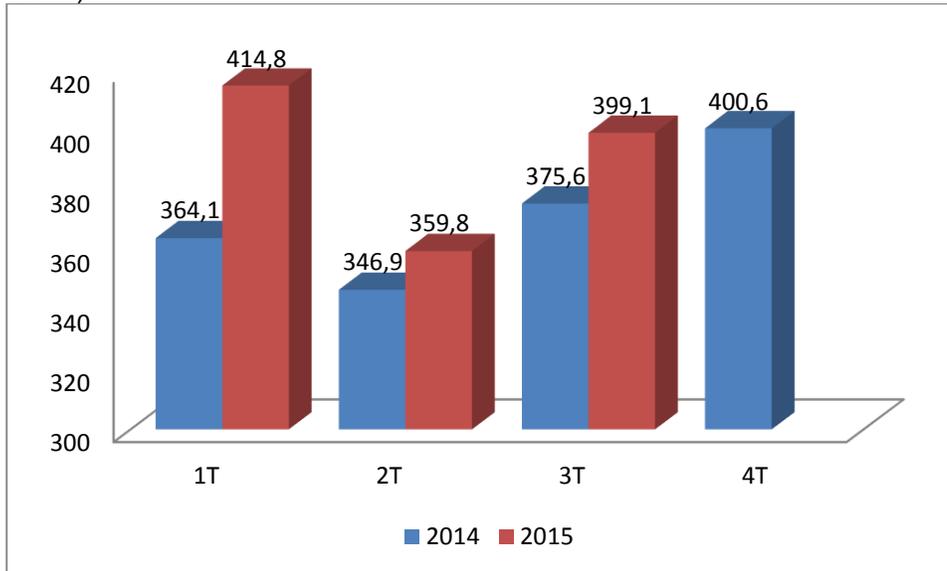
3.3.3 Estrategias gubernamentales y crecimiento del turismo en Ecuador

En el Ecuador durante estos últimos años se ha puesto énfasis en la promoción turística tanto a nivel local como internacional así se ha mencionado en puntos anteriores el avance que se ha logrado hasta ahora, buscando que el país pase a ser un prestador de servicios turísticos de calidad reconocidos a

nivel regional y mundial. Para ello se ha buscado una misma visión en el país que permita alcanzar este objetivo y es por eso que como eje de este plan está el poder incrementar el número de visitantes se ha tomado aspectos importantes acerca de los puntos a mejorar tanto en la oferta como en la demanda turística que brinda el país. Por el lado de la oferta turística se busca mejorar la información turística de la que se dispone con lo cual se podrá evaluar la calidad de los servicios que se prestan y la capacitación de los recursos humanos al servicio de este sector y el mejoramiento constante de los mismos, además de proporcionar información oportuna a los inversionistas. Por el lado de la demanda turística lo que se busca es aumentar el número de visitantes nacionales e internacionales y desconcentrar los destinos visitados por los mismos haciendo que se visiten más lugares del país (Ministerio de Turismo, 2013:24).

Para alcanzar los objetivos planteados tanto para la oferta y la demanda turística se han realizado campañas que han permitido dar a conocer al país como un excelente destino a visitar por propios y extraños. Muestra de ello han sido campañas como “Ecuador potencia turística” que lo que busca es consolidar las campañas anteriores y a fomentar el sector turístico como un eje importante de desarrollo de la economía nacional. Gracias a este énfasis que se ha dado en el sector turístico el país ha experimentado un crecimiento constante en estos últimos años en la entrada de turistas y esto a su vez a significado un incremento de los ingresos que recibe el Ecuador por concepto de turismo y también su aporte en el Producto Interno Bruto ha sido significativo. Esto se refleja en los ingresos por conceptos de turismo al país y como ha variado de un periodo a otro de forma positiva, como se refleja en el cuadro siguiente existe un crecimiento significativo en este rubro colocando al 1er. Trimestre como el periodo con mayores ingresos para el sector turístico tanto en el año 2014 como en el 2015 (Banco Central del Ecuador, 2016:33).

GRÁFICO 26.
CONSUMO TURÍSTICO EN 2014-2015 POR TRIMESTRE (EN MILLONES USD.).

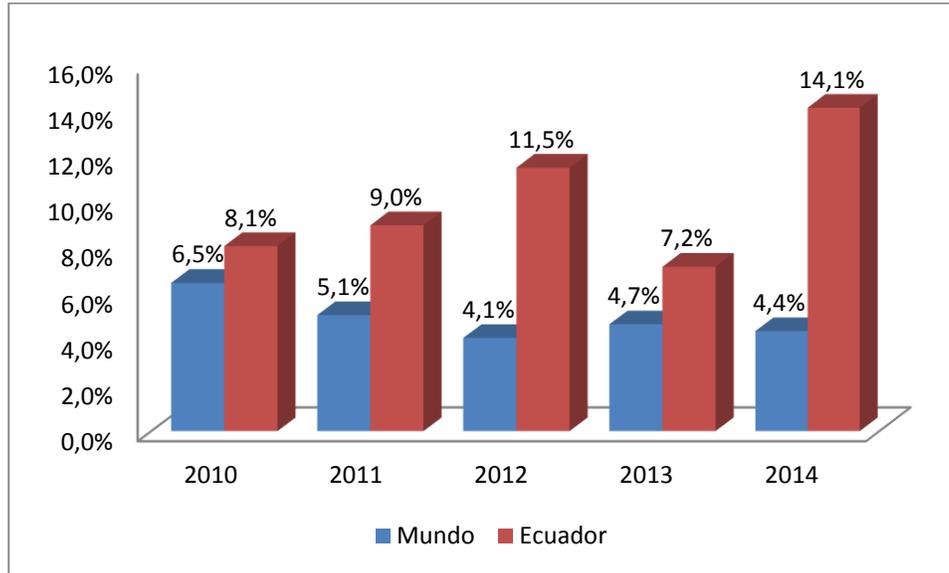


Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Alejandra Vega

A comparación de los mismos periodos en el año 2015 se registró mayores ingresos por concepto de consumo de turistas en el Ecuador; es decir en este periodo los turistas han gastado más que en el mismo lapso del 2014.

Se busca en el país potenciar varias áreas turísticas que permitan el incremento del turismo, en estas áreas se encuentran el turismo de naturaleza, de aventura, comunitario y gastronómico; cada uno de ellos con planes que se han ejecutado o que están en proceso de realización. Muestra de ello es la repotenciación de la Ruta del tren, la Ruta de Spondylus, Avenida de los volcanes, Ruta del Agua y Ruta del Libertador (Ministerio de Turismo, 2013:43), estos atractivos se vuelven una opción para los visitantes a la hora de recorrer nuestro país. Todas estas políticas con las demás aplicadas por el gobierno han permitido que el turismo en el Ecuador crezca a un mayor porcentaje que el crecimiento a nivel mundial. Eso se puede reflejar en la evolución del mercado de turismo durante el periodo 2010-2014.7

GRÁFICO 27.
EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE TURISMO 2010-2014



Fuente: Organización Mundial de Turismo
Elaborado por: Alejandra Vega

En el cuadro anterior se refleja que el crecimiento del turismo en el Ecuador ha sido mayor en todos los periodos al registrado a nivel mundial; en promedio la evolución del turismo en el país ha sido el doble que el registrado. Además en el año 2013 es el periodo donde se registra un crecimiento más parejo entre el país y a nivel mundial. Como podemos notar el impulso que ha dado las estrategias gubernamentales para poder potenciar el turismo han tenido sus frutos en el crecimiento del turismo en el Ecuador. Este crecimiento se ha hecho en los últimos años sostenibles y esto a su vez a beneficiado a la economía del Ecuador al generar nuevos empleos, impulsar el desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados y estimular el desarrollo humano al capacitar a las personas que están involucradas directamente con el sector turístico.

Se define que las estrategias en el desarrollo y promoción del turismo dentro del país han sido enfocadas en la promoción del Ecuador como un lugar donde vale la pena invertir en el turismo a través de programas como Invest in Ecuador, siguiendo los lineamientos establecidos en el Plan Nacional para el Buen Vivir e impulsando el posicionamiento de la Marca país en el mundo. Estas estrategias, además de las campañas publicitarias que se han

presentado muestran resultados alentadores con respecto a los ingresos de turistas hacia el país, una mayor presencia del Ecuador en eventos especializados del turismo y prensa internacional, que han hecho acreedores al país de premios importantes en el sector turístico. Todas estas estrategias se han generado en el sector público y privado los cuales ha impulsado el turismo mediante medidas que permitan mejorar la oferta turística hacia el mundo.

VI. ANÁLISIS

En el presente documento se resalta como el sector turístico se ha convertido en estos últimos años como un motor importante de la economía mundial donde ha contribuido al desarrollo socioeconómico de las naciones en las cuales se ha dado importancia a este sector. Es así que en los últimos años este sector ha sido impulsado gracias a las inversiones que se han realizado tanto del sector público como privado, lo cual permitió un análisis de la situación del sector turístico en el Ecuador y el mundo y su repercusión en el desarrollo económico y social a través de factores productivos, económicos, políticas públicas y privadas en el periodo 2007-2013.

El aporte que tiene el turismo en la sociedad es importante pues genera empleos tanto de manera directa como indirecta y ha permitido propagar las diferentes culturas que existen en el mundo. Además se ha dado importancia a desarrollar un turismo consciente donde no se afecte los recursos naturales con los cuales puede contar una nación.

En lo que concierne al ámbito económico el turismo ha comenzado a tomar cada vez mayor relevancia en este aspecto; es por ello que se habla de un efecto multiplicador que permite motivar el desarrollo del sector turístico. Este sector ha comenzado ser parte fundamental en varias economías en el mundo, aumentando así el peso que tiene en el PIB mundial así como de cada país.

En el Ecuador también el turismo en estos últimos años ha tomado relevancia gracias al potencial que tiene el país por sus atractivos naturales. Por ello se ha comenzado a invertir con mayor intensidad en mejorar la calidad de servicios turísticos, promoviendo así el turismo de visitantes nacionales y extranjeros. Estos esfuerzos se han visto recompensados y se refleja en la balanza comercial turística donde a partir del año 2012 paso a ser superavitaria en contraste con periodos pasados donde era deficitaria.

En el presente documento se ha planteado como se ha desarrollado el sector turístico en los últimos años tomando en consideración la situación socioeconómica de la población, además de como se ha evolucionado la participación del estado en el impulso del turismo tanto nacional como extranjero.

Se realizó un análisis FODA sobre las competencias turísticas donde se refleja los puntos a favor y en contra que tiene el Ecuador en este ámbito y partiendo de allí como estos factores influyen en el desarrollo de la actividad económica en el turismo que tiene el país.

Como fortalezas se encuentra las siguientes: turismo ecológico, turismo de aventura, Hot Spot Galápagos, diversidad en playas y zonas costeras, cordillera de los Andes, Centro histórico de Quito, entre otras. Todas estas fortalezas convierten al sector turístico como uno de los sectores de la economía que tiene un gran potencial de desarrollo; el poder contar con atractivos turísticos únicos en el mundo como es las Isla Galápagos hacen que el país tenga una ventaja competitiva ante otros países y si a eso le sumamos el turismo ecológico que se realiza en el país con regiones naturales bien definidas y que se encuentran a corta distancia unas de otras. El turismo de aventura también ha sido impulsado ya que se cuenta con lugares naturales que se prestan para este tipo de actividades en diversos rincones de la patria.

Como oportunidades se puede resaltar las siguientes: las campañas promocionales, el desarrollo turístico de países vecinos, potencial que el sector siga creciendo, entre otros. Estas oportunidades hacen del sector turístico un sector dinámico y con un gran potencial de seguir creciendo; para ello la promoción a través de campañas publicitarias ha permitido darle un impulso nuevo al turismo pues ha permitido a traer las miradas e interés de visitantes nacionales y extranjeros; esto ayudado que nuestros vecinos como son Colombia y Perú también han emprendido campañas para dar a conocer a su país de las cuales podemos beneficiarnos debido a la cercanía que existe desde esos países a nuestro país, para atraer a más visitantes.

Como debilidades se encuentra las siguientes: costos altos comparados con países vecinos, poca oferta de vuelos internos y costos elevados de transporte aéreo, sistema de transporte no integrado, entre otros. Estos factores hacen que nuestra competitividad frente a otros países y principalmente ante nuestros vecinos sea muy baja. Como se ha identificado en este análisis una de las mayores debilidades que tenemos es el transporte que es un sector que apoya al crecimiento o decrecimiento del turismo dependiendo de sus condiciones, en este caso; los costos elevados de los pasajes en rutas internas y pocas frecuencias afectan al sector turístico, además de la no existencia de un sistema integrado de transporte contribuyen a las debilidades de la industria del turismo en el país.

Como amenazas se menciona las siguientes: el tipo de cambio, riesgo país, inseguridad, entre otros. En el Ecuador no existe política cambiaria debido a que nuestra moneda es el dólar estadounidense; al ser una moneda fuerte y referente para el intercambio internacional hace que el país pierda competitividad frente a sus competidores más cercanos como son Perú y Colombia quienes si tienen la facultad de depreciar su moneda frente al dólar. También el riesgo país que sirve como indicador para la inversión extranjera hace que no se pueda desarrollar proyectos que fortalezcan al turismo. La inseguridad también es otra tarea pendiente del Ecuador pues la creación de bandas delictivas organizadas, el creciente consumo y venta de drogas afecta en la imagen del país frente al mundo.

Con respecto al índice de competitividad turística el Ecuador ha realizado avances interesantes, esto debido a los esfuerzos tanto del sector público como privado para los servicios turísticos que se ofrecen. En los estudios realizados sobre este tema Ecuador avanzado en el ranking a comparación de años anteriores.

Se ha emprendido iniciativas para atraer la inversión turística como es el caso de “Invest in Ecuador” donde se da a conocer los beneficios que se pueden, especialmente beneficios tributarios que se pueden obtener al invertir

en Ecuador y como acceder a este tipos de beneficios. Una de las áreas en las que se incentiva para la inversión es el turismo un sector de gran crecimiento en el país.

El desarrollo del sector turístico va coordinado con los principios establecidos en la Constitución del Ecuador como son: buen vivir, naturaleza y recreación; de allí que los objetivos que se tiene para el aumento de la oferta y la demanda turística van en armonía con la nueva lógica de desarrollo que se intenta implantar.

Para la promoción y el aumento de visitantes en el país se siguió la estrategia de promover una marca país por diferentes ciudades del mundo aparte de la promoción en eventos internacionales, revistas especializadas en turismo a nivel mundial, entre otras. Todas estas acciones que buscaron impulsar al sector turístico en el país como con la campaña “All you need is Ecuador” que fue lanzada a principios del año 2014 y promovió al país como un sitio que invitaba a redescubrir el mundo debido a que en el Ecuador se encuentra regiones naturales diferentes muy cerca una de otra.

También se realizó la campaña internacional “Ecuador ama la vida” que busca posicionar al país como un lugar que respeta a la naturaleza. Anteriormente se había lanzado la campaña “Ecuador la vida en estado puro” que buscaba posicionar al país como un lugar de atractivos naturales únicos pero que no tuvo gran acogida como la esperada e hizo que se relance la campaña con otro nombre y logo que se ha mantenido hasta el día de hoy. El éxito de esta última campaña se reflejó en el aumento de visitantes desde el extranjero hacia el país.

Esta campaña publicitaria así como los esfuerzos del gobierno por dar a conocer el Ecuador tuvieron una repercusión en la prensa internacional que reflejo en sus reportajes este interés creciente por los sitios turísticos, grandes cadenas internacionales así como revistas de relevancia mundial se hicieron eco de la campaña emprendida para dar a conocer al Ecuador. También se ha

otorgado premios internacionales de reconocimiento turístico a Ecuador como el destino verde de Sudamérica, a Quito como el destino líder de Sudamérica, así como reconocimientos a iniciativas como al Tren Crucero de Ecuador, al Aeropuerto Simón Bolívar de Quito, entre otros.

La inversión pública y privada ha sido un puntal importante del desarrollo del sector turístico. La banca pública y privada ha desembolsado importantes cantidades de dinero para la inversión en turismo. La inversión pública se ha enfocado en la repotenciación de lugares atractivos para los visitantes y la inversión privada se ha centrado en el incremento de servicios turísticos a través del inicio de proyectos hoteleros de cadenas internacionales. También se han realizado esfuerzos conjuntos para mejorar las capacidades que se tiene para atender a los turistas tanto nacionales como internacionales, muestra de ello han sido las campañas para capacitar a las personas que están relacionadas con el sector turístico, el compromiso de mejorar el aseo de los baños públicos para poder brindar un mejor servicio.

La promoción del turismo no solo se ha dado con fuerza hacia el turismo extranjero sino también hacia el turismo interno. Estos esfuerzos se los ha planteado a través de la creación de un plan específico para este segmento de mercado como lo es el “Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno del Ecuador” (PIMTE) que busca aumentar la participación de la población ecuatoriana en el turismo. También se busca poder dar a conocer nuevos lugares para su visita lo que aumente el flujo de visitantes a más rincones del país.

La estrategia que se ha planteado el Ecuador para generar un crecimiento en el turismo ha sido principalmente a través de campañas que mejores y den a conocer los servicios turísticos con los que se cuentan; se ha planteado desconcentrar los destinos visitados, se ha realizado la campaña “Ecuador potencia turística” con el fin de impulsar los logros alcanzados a través de los factores relacionados con el turismo.

VII. CONCLUSIONES

Luego de realizar el trabajo investigativo de esta disertación, podemos concluir con certeza que la hipótesis planteada inicialmente se cumple, la misma que se detalla a continuación: "Las políticas y estrategias gubernamentales enfocadas a la industria turística y a sus sectores económicos derivados en los últimos siete años, estaría directamente relacionado con la propuesta estratégica que ha implementado el gobierno y el sector privado para mejorar la competitividad del turismo, tendrían un efecto positivo social y económico en el desarrollo del sector turístico ecuatoriano, durante período 2007-2013."

Ya que las políticas y estrategias gubernamentales han permitido que tanto el sector privado como público trabajen en cohesión, lo que ha desarrollado al sector turístico haciéndolo más competitivo y generando ventajas en niveles socioeconómicos de gran aporte a la economía nacional, principalmente en rubros como el empleo, desarrollo de industrias derivadas del turismo, desarrollo social y una mayor apertura de la cultura ecuatoriana al mundo.

A continuación se pueden evidenciar las conclusiones que fueron obtenidas a partir de la investigación realizada y los resultados arrojados que sustentan el trabajo realizado:

- El desarrollo que ha tomado el sector turístico en los últimos años en el Ecuador ha generado mejores condiciones en este sector. Se ha convertido en un sector que aportado al crecimiento de la economía.
- Es un sector dinámico de crecimiento mundial, en el país el crecimiento que ha tenido es fundamental para poder crear una fuente de obtención de recursos de forma que no afecte a los recursos de las generaciones futuras. Debido a ello es un sector que genera empleos directos e indirectos por todo el mundo.

- El impacto que ha tenido en toda la población mundial ha sido positivo es un sector en constante crecimiento y motor importante en la economía. Debido a la interdependencia que se ha creado por la globalización este es un sector que depende de esta relación que existe en el mundo. La globalización ha hecho que el conocimiento de diferentes culturas sea más extenso por todas partes del mundo lo que hace reunir diferentes culturas en una cultural global. También se puede notar que el turismo cultural es un gran atractivo para los visitantes y unos de los motivos para realizar turismo por diferentes partes de mundo.
- Debido al aumento del flujo de turistas a nivel mundial el turismo se ha planteado la forma como hacer que los lugares naturales puedan preservarse de la mejor forma para no comprometer estos lugares en un futuro. También ha creado una conciencia sobre el cuidado de los recursos naturales con los cuales dispone el planeta Tierra y su preservación para mantener un equilibrio entre la naturaleza y el ser humano.
- El sector turístico al ser un sector dinámico crea un efecto multiplicador debido a que no solamente el turismo se ve beneficiado por el incremento sino aquellos sectores los cuales están relacionados con el turismo. Uno de esos beneficiarios del sector turismo es la población económicamente activa que tiene la oportunidad de ser empleada en este sector. Debido a ello la promoción del turismo en todo el mundo hace que se genere beneficios para muchos sectores de la economía.
- El aporte que ha realizado el turismo en la economía global lo que se refleja por el aumento de turistas en todo el mundo. Esto hace que se pueda crear alternativas para el desarrollo económico de los países de una manera sostenible y sustentable; en especial aquellos que tienen

una estructura económica primaria exportadora y depende de los commodities para poder sustentar sus economías.

- Principalmente en Latinoamérica la importancia que tiene el turismo es muy relevante convirtiéndose en uno de los principales rubros en las economías de la región; esto se debe al gran potencial que tiene Latinoamérica en el desarrollo de turístico.
- En el Ecuador la economía en estos últimos años ha mostrado un crecimiento con lo que las condiciones socioeconómicas han mejorados, debido al incremento del precio de los commodities. La balanza económica del país ha sido generalmente deficitaria lo que hace que se deba plantear alternativas para poder generar nuevos recursos y hacer que nuestra balanza sea superavitaria.
- En el ámbito social Ecuador ha realizado avances importantes como son la mejora de la infraestructura en educación, salud, atención a los grupos vulnerables. Todos estos avances han beneficiado el aumento de la calidad de vida de la población. Esto se ve reflejado en los indicadores de desarrollo social y económico que a pesar de los avances que se han realizado aún faltan tareas que cumplir para mejorar la equidad entre todos los sectores sociales del país.
- En este aspecto el papel que ha desempeñado turismo en el Ecuador ha ido creciendo con el paso de los años. Esto se ha visto reflejado en las cifras de la balanza turística que a partir del año 2012 ha sido superavitaria, lo cual ha creado un mayor interés tanto por el sector público como privado en este sector.
- El producto bruto que el sector turístico ha tenido en la economía del Ecuador ha ido creciendo pasando a ser una de las principales ingresos que tiene el Ecuador de que el seguir promoviendo este sector puede

ser de gran importancia para el desarrollo sostenible y sustentable del país.

- En lo que concierne al empleo la actividad turística ha sido uno de los principales creadores de fuentes directas e indirectas de trabajo en el país; además que el incremento de establecimientos turísticos aumentado este número de personas empleadas en este sector.
- Las competencias que se han identificado en el análisis FODA nos dan el reflejo de los puntos fuertes y débiles que tiene el Ecuador en este sector y donde debe trabajar para mejorar estas competencias y eliminar las falencias que tiene este sector. En especial mejorar la infraestructura turística asumir para que el turismo tome mayor impulso que el que ha tomado hasta ahora. También al identificar los factores del Diamante de Porter podemos concluir que el Ecuador tiene un gran potencial pero que aún no se ha explotado del todo para hacer que el turismo sea uno de los sectores más importantes de la economía; aún más de lo que ha sido hasta ahora. Esto se refleja en el índice de competitividad turística donde ha comparación de los países de la región está en los último lugares a pesar de que se han hecho avances importantes pero en general aún hay trabajo por hacer.
- De allí que las estrategias que ha tomado el Ecuador para mejorar en el sector turístico han sido claras y han ido en diferentes puntos como la promoción de inversión para el sector turístico con grandes beneficios que una opción al país para invertir. Estas estrategias se han enfocado en seguir los lineamientos que establece la Constitución del Ecuador a través del Plan Nacional del Buen Vivir los cuales han buscado la promoción de un desarrollo diferente a la lógica mundial y pasar de ser un país en vías de desarrollo a un país desarrollado.
- En lo respecta a la promoción turística se concluye que el Ecuador ha hecho grandes esfuerzos para poder atraer un mayor número de

visitantes a nivel internacional pero también se han tomado medidas para incrementar la participación del turismo interno. Además, en el ámbito internacional la campaña “All you need is Ecuador” lanzada en 2014 y continuada en 2015 tuvo un impacto positivo en el mundo entero, siendo una campaña que invitaba a descubrir las maravillas con las que cuenta nuestro país.

- La campaña Ecuador ama la vida fue la nueva propuesta que tuvo el país de promocionar al país mediante esta marca turística que tuviera un mayor impacto al que tuvo la anterior marca país que fue Ecuador la vida en estado puro. Esta campaña tuvo gran aceptación pero público nacional y extranjero; y permitió impulsar el turismo de las cuatro regiones naturales del país.
- Todos estos esfuerzos lograron dar un mayor realce al país en el ámbito turístico internacional que permitió poder hacernos acreedores de varios reconocimientos de prestigio internacionales del sector turístico; además de la realización de reportajes y documentales por parte de cadenas internacionales especializadas en naturaleza. Lo que hace notar que Ecuador es un gran lugar para poder visitar y conocer atractivos naturales únicos en el mundo.
- Estos logros y avances alcanzados se los ha realizado a través de la inversión pública y privada, quienes han confiado en el turismo como una fuente importante de recursos económicos que puede generar bienestar para la población en general. Esta inversión ha sido enmarcada en planes que concentran los esfuerzos hacia los objetivos planteados en los diferentes ámbitos.
- Las estrategias planteadas por el gobierno han sido acertadas y han ayudado a promover las capacidades de la oferta turística que han repercutido en la demanda turística que ha tenido el país en los últimos, lo cual ha impulsado el turismo en el Ecuador en gran medida.

VII. RECOMENDACIONES

- Al desarrollarse el sector turístico en los últimos años deben seguirse generando las políticas que promuevan este sector y permita seguir aportando al crecimiento de la economía del país.
- Siendo el turismo un sector en crecimiento tanto a nivel mundial como nacional, se debe prestar bastante atención en los esfuerzos que se realizan para promover esta actividad promoviendo un turismo responsable, amigable con el medio ambiente y genere mayores fuentes de empleo.
- Al existir una interdependencia entre el sector turístico y la globalización se deben crear y establecer políticas que aprovechen la tendencia creciente del turismo a nivel mundial. Por medio de la globalización se ha extendido el conocimiento de nuevas culturas, por ello se debe preservar y promover la interculturalidad del país y el turismo cultural.
- Se debe tomar en consideración el estado actual de los atractivos turísticos y tomar medidas de preservación que permitan no comprometer estos lugares en el futuro cuidando el medio ambiente del país y del mundo.
- Se debe promover los encadenamientos productivos del turismo para poder fortalecer este sector y así generar el efecto multiplicador que se da en este sector en el aumento de nuevas plazas de empleo para las personas económicamente activas del país.
- Se debe tomar en mucha consideración la tendencia que tiene el turismo a nivel mundial y sobre esa base trabajar para poder tener de manera objetiva expectativas claras de lo que puede deparar el futuro al

turismo y compararlas con la tendencia que tenga este sector en el Ecuador. Además de realizar planes para contrarrestar los efectos de las crisis económicas que tienen a nivel mundial y que se dan cíclicamente.

- Se debe aprovechar y tomar ventaja de la demanda turística de los países de la región para promover el desarrollo turístico en el Ecuador.
- Una alternativa para generar recursos económicos que no dependan de los commodities es el sector turístico, esto puede ayudar a que la balanza económica en el Ecuador se equilibre y sea superavitaria a futuro.
- Se debe seguir con políticas que prioricen la mejora de la calidad de vida a través de inversión en ámbitos sociales para promover las potencialidades de los pobladores del Ecuador.
- Se debe mejorar la oferta turística en el Ecuador que permita seguir atrayendo a más visitantes y así seguir obteniendo una balanza turística superavitaria.
- El poner mayor énfasis en el sector turístico para generar recursos que aporten de mayor forma al producto interno bruto puede ser una alternativa viable para el desarrollo económico.
- Se deben crear políticas que favorezcan la creación de empleo en el sector turístico y capacitarlos para potenciar sus capacidades.
- Las condiciones iniciales en las cuales a partido el Ecuador son excelentes, las principales que podemos resaltar son los atractivos naturales con los que se cuenta, pero esas condiciones se deben preservar y potenciar para poder hacer el Ecuador un destino turístico de clase mundial. Debido que no se ha realizado una inversión

importante ni adecuada en años posteriores a este gobierno; por ello se debe seguir impulsado este sector para que pueda tener las condiciones adecuadas para poder competir a nivel mundial.

- Se deben profundizar las estrategias adoptadas por el Ecuador para mejorar el sector turístico tomando en cuenta los lineamientos planteados en el Plan Nacional para el Buen Vivir que permitan alcanzar el objetivo del desarrollo.
- Los planes para la promoción del turismo interno e internacional que se han planteado son excelentes guías que se deben seguir para lograr que el turismo tome más relevancia en la economía que la que tiene actualmente. Estos planes se deben seguir, socializar e ir adaptándolos según las necesidades que se presenten para lograr el fin que se busca que es el de Ecuador sea una potencia turística a nivel regional y mundial. Debido a que no se ha hecho un seguimiento coordinado entre plan y objetivo el desarrollo del turismo no ha tomado el impulso que ha podido tomar a pesar de que las cifras son alentadoras y permiten soñar en que el turismo en un futuro no muy lejano pase a ser el principal rubro de ingresos para el estado ecuatoriano. Además se debe rendir cuentas de los resultados alcanzados en base a estos planes y realizarlos de forma periódica y de manera pública que permita tener una visión más clara de cómo está la situación actual.
- Se debe mantener e impulsar la campaña adoptada de país, para promover una sola marca país en el tiempo, que permita plasmar esta marca en la mente de los visitantes extranjeros y de la población mundial en general, además, de aprovechar la buena aceptación de la marca país para impulsar aún más el turismo en el Ecuador.
- Se debe crear una cultura de hospitalidad hacia los turistas que permita aprovechar los reconocimientos internacionales obtenidos, los

reportajes de la prensa internacional realizados para generar mayores visitas de turistas al país.

- Las estrategias adoptadas por el país han sido mejorar los servicios turísticos y a pesar de que la política ha sido dictada por un mismo gobierno en los últimos años, aun no existe la suficiente seguridad para poder invertir en Ecuador lo que hace imperante el establecimiento de reglas claras para la inversión con compromisos serios de que se respetará los acuerdos y se mantendrá una legislación estable en estos asuntos y no una política cambiante. Otros aspecto a mejorar se encuentra en reducir los niveles de inseguridad que existen en el país el cual es uno de los factores en los que peor situado se encuentra el Ecuador.
- A pesar que las estrategias gubernamentales que se han realizado hasta el momento han tenido un impacto positivo en el crecimiento del turismo en el Ecuador, los avances más importantes que se pueden lograr en este sector aún están por llegar. Debido a ello se debe seguir con la misma lógica de mejoramiento continuo que permita que los servicios turísticos que ofrece el país alcancen los estándares mundiales mínimos y aun superarlos, para mejorar nuestra imagen ante el mundo en este ámbito.

LISTA DE REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2008). *Conociendo los organismos internacionales de turismo I: Organización Mundial del Turismo (OMT)*. Obtenido de Portal de América:
<http://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/6180-conociendo-los-organismos-internacionales-de-turismo-i-organizaci%C3%B3n-mundial-del-turismo-omt?tmpl=component&print=1>
- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, A. (2014). *Ecuador consolida su índice de desarrollo humano y se perfila como país de alto progreso*. Obtenido de ANDES:
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/onu-ecuador-consolida-indice-desarrollo-humano-perfila-pais-alto-progreso.html>
- Aguilar, A. (1998). *Amartya Sen y el estudio de la Desigualdad Económica*. Obtenido de Universidad Javeriana de Colombia:
http://www.researchgate.net/publication/227385608_Amartya_Sen_y_el_estudio_de_la_desigualdad_economica_y_la_pobreza_monetaria
- Aguilar, L. (2011). *Análisis Teórico e Histórico del Desarrollo del Capitalismo en América Latina en el Siglo XX*. Tecuala: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Arteaga Leños, F. (2011). *La Industria del Turismo*. Madrid: Atenea.
- Ayres, M. (2013). El Turismo, actividad trascendental. *Globo Economía G1*, 65.
- Banco Central del Ecuador. (Enero de 2016). *Sistema de Información Económica (versión BETA)*. Recuperado el 16 de Marzo de 2016, de
<http://sintesis.bce.ec:8080/BOE/BI/logon/start.do?ivsLogonToken=bceqsappbo01:6400@218826Jys5bAfNOIB0BghUZmOUG73218824JWoBvTjHJ8qnHjfzO3N3zHQ>
- Barretto, M. (2007). *Turismo y Cultura: Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología.
- BBC. (1 de Febrero de 2015). *La millonaria apuesta de Ecuador en el Super Bowl*. Recuperado el 10 de Marzo de 2016, de
http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150130_economia_ecuador_anuncio_superbowl
- Beltrami, M. (2010). *Ocio y Viajes en la Historia: Antigüedad y Medioevo*. Buenos Aires: Eumed.
- Caivinagua, X. (07 de enero de 2014). *Los turistas son vulnerables a hurtos y asaltos en el Ecuador*. Obtenido de El Comercio:

http://www.elcomercio.com.ec/seguridad/inseguridad-turistas-asaltos-secuestro_expres-taxis_0_1061893908.html

Calderón, F. (2013). *El Distrito Turístico Mundial*. Obtenido de Eumed:

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/El%20Multiplicador%20turistico.htm>

Calvas, G. (2010). *Evaluación de Impacto del Bono de Desarrollo Humano en la Educación (Maestría FLACSO, Quito)*. Obtenido de

<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2405/4/TFLACSO-2010GVCC.pdf>

Calvas, V. (2010). *Evaluación del impacto del bono de desarrollo humano en la Educación*.

Obtenido de Flacso:

<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2405/4/TFLACSO-2010GVCC.pdf>

CELA, PUCE, & Recalde, P. (2007). *La Redimensión de la Política Social en el Ecuador*. Obtenido de Observatorio Político CELA:

<http://www.puce.edu.ec/sitios/ocpal/images/documentos/BDH.pdf>

CEPAL. (2012). *La inversión extranjera directa*. Obtenido de CEPAL:

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1138/S0900390_es.pdf;jsessionid=2248A02F6B82A5764808742BDD9B403E?sequence=1

Córdoba, J. (2003). *Turismo, Globalización y Medio Ambiente*. Obtenido de UNAM:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-46112003000300008&script=sci_arttext

Diario El Ciudadano. (05 de Noviembre de 2014). Ecuador, destino turístico que atrae el interés de prensa internacional. Quito, Pichincha, Quito.

Diario El Comercio. (14 de Mayo de 2015). Otra fase de All You Need is Ecuador se anunció en Nueva York. Quito, Pichincha, Ecuador.

Diario El Universo. (11 de Octubre de 2015). Ecuador gana premio 'Destino Verde de Sudamérica' en los 'Óscar del Turismo'. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Diario La Hora. (16 de Octubre de 2010). "Ecuador ama la vida", es el lema turístico de la nación andina. . Quito, Pichincha, Ecuador.

Díaz, S. (2012). *Lejos de desaparecer, las agencias de viajes deben actualizarse, ir acorde con los tiempos, lo mismo que los reglamentos que rigen su funcionamiento para mantener así uno de los sectores más importantes y de más antigüedad en nuestro país en*

- materia turís*. Obtenido de Universidad Plitécnica Salesiana:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3251/1/GT000339.pdf>
- El Diario. (27 de Abril de 2015). Flujo turístico aumenta en 6,4%. Manabí, Manabí, Ecuador.
- El Telégrafo. (14 de 04 de 2015). La desigualdad cae 4,8 puntos en Ecuador. *El Telégrafo*, pág. 5.
- Embajada del Ecuador. (04 de Julio de 2014). *Ecuador lanza una nueva campaña turística en la capital de Estados Unidos*. Recuperado el 14 de Marzo de 2016, de <http://www.ecuador.org/blog/?p=5102>
- Espinel, P. (2007). *Los factores que inciden en la limitada cobertura del turismo en la microregión "Mitad del Mundo"*. Obtenido de IAEN:
<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/56/3/TESIS-PATRICIA%20ESPINEL.pdf>
- Estrella, Y. (2013). *Análisis de la Economía Social y Solidaria*. Obtenido de ESPOL:
http://www.fen.espol.edu.ec/_EconomiaSolidariaYadiraArteaga
- Evans, N. (2011). *Strategic Management for Travel and Tourism*. New York: Routledge.
- Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, F. (01 de 07 de 2013). *FLACSO, Sede Ecuador*. Recuperado el 15 de 09 de 2013, de <http://www.flacso.org.ec/portal/paginas/base-de-datos.10>
- Fajnzyblber, F. (1997). *La Integración Regional y los Desafíos de la Competitividad y la Convergencia: requisitos, estrategias y perspectivas*. Obtenido de Centro de Información para Integración Regional: http://cefir.org.uy/wp-content/uploads/downloads/2012/05/DT_19.pdf
- FAO. (2010). *El desarrollo sostenible*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: <http://www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s05.htm>
- Fernández, G., & Guzmán, A. (2012). *Impactos negativos del turismo convencional*. Obtenido de Turismo Sostenible: <http://www.turismo-sostenible.org/docs/Impactos-negativos-del-turismo-convencional.pdf>
- Fletcher, J. (2000). *Diccionario: términos turísticos*. Obtenido de Boletín Turístico:
<http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/E/EFEECTO-MULTIPLICADOR-707/>
- Fonseca, P. (2012). *El Producto Interno Bruto*. Obtenido de Análisis Económico:
<http://www.analisiseconomico.info/index.php/opinion2/414-el-producto-interno-bruto>

- Foro Económico Mundial. (03 de Mayo de 2013). *Las 10 economías mejor preparadas para el turismo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de <https://agenda.weforum.org/espanol/2015/05/06/las-primeras-10-economias-mejor-preparadas-para-el-turismo/>
- FutureBrand. (2013). *FutureBrand*. Recuperado el 15 de Marzo de 2016
- Garay, L. (2000). *El concepto de Competitividad*. Obtenido de Biblioteca Luis Ángel Arango: <http://www.iica.int/Esp/Programas/Territorios/Publicaciones%20Desarrollo%20Rural/ CUADERNO%20TECNICO%209.pdf>
- Goded, M. (1998). *El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: Caso Argentina*. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2025501.pdf>
- Gómez Cerda, J. (2012). La Era del Turíimo. *Mundo al Alcance*, 58.
- González, R., & Mendieta, M. (2009). *Reflexiones sobre la conceptualización de la Competitividad de destinos turísticos*. Comahue: Universidad de Murcia.
- Gordillo Montalvo, J. (2012). Evolución y Dinamia de la Población Económicamente Activa. *Análisis Económico* 27, 220.
- Gurría, M. (2000). *El Turismo Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo*. Obtenido de Kiskeya: <http://kiskeya-alternative.org/publica/diversos/rural-tur-gurria.html>
- Gurría, M. (2012). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Hoy, D. (20 de junio de 2009). *Galápagos: preocupa la contaminación*. Obtenido de Diario Hoy: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/galapagos-preocupa-contaminacion-354197.html>
- INEC. (2013). *Turismo*. Obtenido de Servicio Nacional de Turismo: http://www.inec.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/informe_anual_turismo_2012.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, I. (2015). *El Ecuador disminuyó el índice de pobreza en 2014*. Obtenido de La Nación: <http://lanacion.com.ec/?p=14515>
- Knowles, T. (2001). *The Globalization of Tourism*. Londres: Continuum.
- Kravitz, J. (2013). *Efecto multiplicador de la actividad turística en la economía*. México: FCE.

- Laso, J. (2005). *Internacionalismo*. Obtenido de Fundación de Investigaciones Marxistas:
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eurotheo/hismat/proyecto/internacionalismo.htm>
- López, M. (2010). *Sistema de indicadores económicos y sociales: la importancia del análisis integrado*. Obtenido de Universidad Nacional Mar del Plata:
http://www.econ.uba.ar/planfenix/economias_regionales/comision%20C/06-Lopez-Gentili%203.pdf
- Massad, C. (2007). *Economía para todos*. Obtenido de Banco Central de Chile:
http://passthrough.fw-notify.net/download/499663/http://www.bcentral.cl/publicaciones/otras/pdf/economia_para_todos.pdf
- Mette, A. (2007). *Etapas en la Economía Globalizada del Turismo*. Obtenido de Tourism Research: <http://www.arlt-lectures.com/hjalager.pdf>
- MIES. (2013). *Bono de Desarrollo humano*. Obtenido de Ministerio de Inclusión Económica y Social : <http://www.inclusion.gob.ec/quienes-somos-bdh/>
- Ministerio de Turismo. (12 de Septiembre de 2012b). *WTM-Lata : El Turismo Consciente está sucediendo*. Recuperado el 16 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wtm-lata-el-turismo-consciente-esta-sucediendo/>
- Ministerio de Turismo. (Enero de 2013). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de www.turismo.gob.ec
- Ministerio de Turismo. (10 de Enero de 2013a). *Ecuador ama la vida*. Recuperado el 10 de Marzo de 2016, de <http://ecuatoramalavida.com.ec/>
- Ministerio de Turismo. (20 de Marzo de 2013b). *Ecuador subió seis posiciones en competitividad turística mundial en los dos últimos años*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-subio-seis-posiciones-en-competitividad-turistica-mundial-en-los-dos-ultimos-anos/>
- Ministerio de Turismo. (10 de Julio de 2013b). *Ecuador: "Potencia Turística", afirma Ministro Alvarado*. Recuperado el Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-potencia-turistica-afirma-ministro-alvarado/>
- Ministerio de Turismo. (21 de Enero de 2013d). *Informe de Gestión MINTUR 2012*. Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/Informe-Gestion-MINTUR-2012.pdf>

Ministerio de Turismo. (2013e). *Políticas y estrategias de acción del Ministerio de Turismo Ecuador*. Recuperado el 11 de Marzo de 2016, de https://issuu.com/direcdigital/docs/111presentaci_n_coperantes_final_lx_1_

Ministerio de Turismo. (25 de Febrero de 2013f). *produccion.gob.ec*. Recuperado el 11 de Marzo de 2016, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>

Ministerio de Turismo. (02 de Abril de 2014). *'All you need is Ecuador' es la campaña que está en el mundo*. Recuperado el 09 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>

Ministerio de Turismo. (02 de Abril de 2014). *'All you need is Ecuador' es la campaña que está en el mundo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>

Ministerio de Turismo. (14 de Junio de 2014). *Campaña All you need is Ecuador presenta cifras record*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>

Ministerio de Turismo. (10 de Enero de 2014). *Invest in Ecuador Tourism* . Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de <http://investecuatortourism.com/turismo-sector-en-crecimiento/>

Ministerio de Turismo. (16 de Octubre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo. (31 de Diciembre de 2015). *Arranca en el país la campaña nacional "Ecuador Potencia Turística"*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>

Ministerio de Turismo. (27 de Abril de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo. (Mayo de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo. (Octubre de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo. (15 de Enero de 2015a). *Dirección de Inversión Turística*. Recuperado el 11 de Marzo de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/invierte-en-turismo>

- Ministerio de Turismo. (27 de Junio de 2015b). *Ecuador con reglas claras para la inversión*. Recuperado el 11 de Marzo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-con-reglas-claras-para-la-inversion/>
- Ministerio de Turismo. (15 de Enero de 2015b). *Viaja primero Ecuador*. Recuperado el 16 de Marzo de 2016, de www.viajaprimeroecuador.com
- Ministerio del Ambiente, M. (01 de 01 de 2012). *Ecuador Ama la Vida*. Recuperado el 08 de 09 de 2013, de <http://www.ambiente.gob.ec/>
- Mintur. (2012). *Plan de Competitividad Turística 2000*. Obtenido de Word Press: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plan-nacional-de-competitividad-turistica_ecuador-2000.pdf
- Moragues, D. (2006). *Turismo, Cultura y Desarrollo*. Obtenido de OEI: <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm>
- Moragues, H. (2006). *Cultura, Turismo y Desarrollo*. Obtenido de Organización de Estados Iberoamericanos: <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm>
- Naranjo, C. (7 de enero de 2014). La situación de las operadoras turísticas. (A. Vega, Entrevistador)
- National Geographic, F. (2011, Mayo). Ecuador, e País de la Vida. *National Geographic*, 80.
- OMT. (2009). *Turismo Sostenible*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- OMT. (03 de Febrero de 2013). *¿Quiénes somos?* Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>
- OMT. (2013). *Acerca de la OMT*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- OMT. (2013). *Estructura*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/estructura>
- Organización Mundial de Turismo, U. (01 de 01 de 2012). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 12 de 09 de 2013, de <http://www.unwto.org/>
- Paguay, J. (2013). *Competitividad Turística*. Obtenido de WordPress: https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plan-nacional-de-competitividad-turistica_ecuador-2000.pdf
- Pedreño, A. (2009). *El Turismo: Globalización, Competitividad y Sostenibilidad*. Obtenido de Academia:

http://www.academia.edu/293250/EL_TURISMO_GLOBALIZACION_COMPETITIVIDAD_Y_SOSTENIBILIDAD

Pérez, E., Rodríguez, E., & Rubio, F. (2003). *Turismo en la sociedad de la información: modelos emergentes. El entorno general*. Obtenido de Universidad Abierta de Cataluña: <http://www.uoc.edu/dt/20352/20352.pdf>

Piñero, M. (1993). *Folleto No. 2 ¿Qué es la Competitividad?* Obtenido de Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura: <http://www.iica.int/Esp/Programas/Territorios/Publicaciones%20Desarrollo%20Rural/CUADERNO%20TECNICO%209.pdf>

Pozo, D., & Romero, D. (marzo de 2012). Galápagos: Turismo y Sostenibilidad. Quito.

Presidencia de la República del Ecuador. (05 de Noviembre de 2014). *presidencia.gob.ec*. Recuperado el 08 de Marzo de 2016, de <http://www.presidencia.gob.ec/ecuador-destino-turistico-que-atrae-el-interes-de-prensa-internacional/>

ProEcuador. (23 de Marzo de 2014). *Incentives for Investment*. Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/en/invest-in-ecuador/why-invest-in-ecuador/incentives-and-clear-rules-for-production/>

ProEcuador. (23 de Enero de 2015). *Why invest in Ecuador?* Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/en/invest-in-ecuador/why-invest-in-ecuador/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, P. (01 de 01 de 2006). *PNUD.org.com*. Recuperado el 05 de 09 de 2013, de <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Quiroga, R. (2007). *Indicadores ambientales y de desarrollo sostenible*. Obtenido de CEPAL: <http://www.cepal.org/deype/publicaciones/xml/4/34394/LCL2771e.pdf>

REDES. (2000). *Estudio de Gran Visión del Turismo: Perspectiva 2020*. Obtenido de Centro de Estudios Superiores en Turismo: http://sistemanacionaldecapacitacion-turismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/6_estudio_gran_vision_del_turismo_en_mexico_perspectiva_2020.pdf

Ruiz, E. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abd-Yala.

Sancho, A. (2004). *Introducción al Turismo*. Obtenido de Universia: <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+>

- Senplades. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Recuperado el 17 de Marzo de 2016, de www.buenvivir.gob.ec
- SENPLADES. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Senplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Senplades.
- Siguan, M. (2012). *Las lenguas y la globalización*. Obtenido de Euskara: http://www.euskara.euskadi.net/r59-bpeduki/es/contenidos/informacion/artik26_1_siguan_08_07/es_siguan/adjuntos/Miquel-Siguan-cas.pdf
- Telégrafo, E. (30 de septiembre de 2013). *¿Por qué es necesario regular los monopolios en el Ecuador?* Obtenido de El Telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/por-que-es-necesario-regular-los-monopolios-en-el-ecuador.html>
- Tiffin, S. (2008). *Estudios y perspectivas del turismo*. Obtenido de Scientific Electronic Library Online: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322008000400003
- Tourism & Leisure Advisory Services. (Agosto de 2009). <http://ariadne.cti.espol.edu.ec/>. Recuperado el 11 de Marzo de 2016, de http://ariadne.cti.espol.edu.ec/sidweb36/sidweb_3/6430/1050604/PIMTE+2014++EDICION+TURISMO+INTERNO.pdf
- UNIVERSO, E. (30 de noviembre de 2013). *Infraestructura y conectividad, claves para despegue turístico en Ecuador*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/11/30/nota/1853071/infraestructuras-conectividad-claves-despegue-turistico-ecuador>
- UNIVERSO, E. (2015). *El petróleo cae y complica la economía de Ecuador este 2015*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/04/nota/4396261/petroleo-cae-complica-economia-este-2015>
- Van Der, R., Caalders, J., Cordero, A., & Ritsma, N. (2003). *El Desarrollo del Turismo Sostenible*. San José: Flacso.
- Vicepresidencia del Ecuador. (2013). *Cambio de la Matriz Productiva: insumos para análisis*. Recuperado el 8 de Marzo de 2016, de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/objetivo-general-objetivos-estrategicos-y-entorno-para-el-cambio-2/#>

