

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA**

Disertación previa a la obtención del título de Economista

**La competitividad turística de Ecuador, período de análisis
2007-2015**

**Daniela Sánchez Tamayo
Daniela_st94@hotmail.com**

**Director: Carlos Díaz Guevara
carlos.a.diazguevara@gmail.com**

Quito, Abril del 2017

DEDICATORIA

*A Dios,
por darme la fortaleza para siempre seguir adelante.*

A mis padres, Lorena y Hernán, y hermanos, Lorena, Juan Pablo y Ronald, por ser mí apoyo a través de toda mi vida y por su amor incondicional. A Jose Luis y mis amigos que me han acompañado en este camino. Todos mis logros siempre serán para ustedes.

Resumen

La presente investigación estudia la competitividad del sector turístico del Ecuador durante el periodo 2007-2015, buscando determinar cuáles son los factores, características y perspectivas que el sector turístico presenta en el periodo analizado. Se ha planteado tres objetivos: el primero es analizar los factores cualitativos del sector turístico ecuatoriano y el acervo de los mismos en el periodo 2007-2015; el segundo objetivo busca demostrar cuáles son las variables cuantitativas que han influido en la competitividad del sector turístico ecuatoriano durante el mismo periodo; y en el tercer objetivo se plantea una matriz de competitividad resultante del sector turístico ecuatoriano.

El primer capítulo presenta los preliminares de la investigación, es decir una premisa como los objetivos, hipótesis y definiciones que en la presente investigación se la ha realizado definiendo la competitividad, el sector turístico en el Ecuador y también los componentes de la competitividad turística. El segundo capítulo contempla el análisis de las variables tanto cualitativas como cuantitativas del sector turístico ecuatoriano, en el cual, en una primera parte, se menciona las condiciones actuales nacionales que ofrece el sector turístico; mientras que en una segunda parte presenta un análisis del contexto económico del sector turístico ecuatoriano y su evolución durante el periodo 2007-2015. El tercer capítulo mediante un análisis interno y externo del sector turístico desarrolla un diamante de Porter, un análisis comparativo de Colombia, Perú y Ecuador y una matriz FODA, instrumentos que llevan a plantear una matriz de ejecución para así cerrar las brechas de la competitividad del turismo en Ecuador para el periodo estudiado.

Finalmente la presente investigación desarrolla cuáles son las potencialidades turísticas que tiene el Ecuador y cuáles son los aspectos a corto, mediano y largo plazo que deben mejorar para tener un mejor posicionamiento competitivo en el sector turístico y para que el turismo sea una alternativa de desarrollo económico en Ecuador.

Palabras clave: Competitividad, Turismo, Competitividad Turística, Diamante de Porter.

Abstract

The present study analyzes the competitiveness of the tourism sector in Ecuador concerning 2007-2015. This study aims to determine which are the factors, characteristics and perspectives that the tourism sector presents during the analyzed period. Three objectives have been proposed. The first one is to analyze the qualitative factors of the Ecuadorian tourism sector and the assemblage of the same between 2007-2015. The second objective pursues to demonstrate which are the quantitative variables that have influenced the competitiveness of the Ecuadorian tourism sector during the same period. The third objective presents the matrix of competitiveness as a result of the Ecuadorian tourism sector.

The first chapter presents the preliminary aspects of the research. The premise, such as the objectives, hypotheses and definitions have been made in this research, defining competitiveness of the tourism sector and its components in Ecuador. The second chapter shows the qualitative and quantitative variables of the Ecuadorian tourism sector. Which, in the first part, the current national conditions offered by the tourism sector are mentioned; while a second part presents an analysis of the economic context of the Ecuadorian tourism sector and its evolution during the period of 2007-2015. The third chapter, through an internal and external analysis of the tourism sector, develops a Porter Diamond, a comparative analysis of Colombia, Peru and Ecuador and the SWOT matrix, instruments that lead to a matrix of execution to close the competitiveness gaps of the Tourism in Ecuador for the period analyzed.

Finally, the current research develops the potential of tourism in Ecuador. As well as, short, medium and long term aspects that should be improved in order to have a better competitive position in the tourism sector. So tourism can become an alternative of economic development in Ecuador.

Key words: Competitiveness, Tourism, Competitive Tourism, Porter Diamond.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen.....	3
Abstract.....	4
ÍNDICE DE CONTENIDOS	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	9
Introducción	10
Antecedentes	12
Planteamiento del problema.....	13
Justificación	16
Metodología del Trabajo.....	21
Objetivos	21
Metodología de la investigación	22
Tipo de investigación.....	22
Fuentes de información	22
Variables e indicadores	23
Técnicas de Investigación	24
Procedimiento metodológico	24
1. CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	26
1.1 Competitividad	26
1.2 Contribuciones de la organización industrial.....	27
1.2.1 La Ventaja Competitiva de las Naciones	27
1.2.1.1 Dotación de los factores.....	28
1.2.1.2 Condición de la demanda Interior	29
1.2.1.3 Sectores de Apoyo.....	31
1.2.1.4 Estrategia, estructura y rivalidad	32
1.2.1.5 El gobierno	33
1.2.1.6 El azar	34
1.2.2 Modelo de los 9 factores de competitividad	34
1.3 El Turismo	36
1.3.1 Definición de turismo.....	36
1.3.2 Definición de la OMT	37
1.3.3 Definiciones adicionales	38
1.3.4 La cadena de valor del turismo	40
1.4 Oferta y Demanda turística.....	42

1.4.1 Componentes de la oferta turística.....	42
1.4.2 Componentes de la demanda turística	43
1.5 Competitividad de un destino turístico	44
1.5.1 Definición	44
1.5.2 Ecuador como un destino turístico	45
1.6 Estudio del Mercado.....	47
1.6.1 Análisis de precio.....	47
1.6.2 Análisis de la cantidad	48
1.6.3 Análisis del servicio	49
1.6.4 Análisis del nivel de concentración.....	50
1.7 Reflexiones Capítulo I	52
2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LA VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS DEL TURISMO EN EL ECUADOR.	53
2.1 Clasificación de actividades turísticas en el Ecuador.....	53
2.2 Ubicación geográfica del Ecuador	54
2.3 Facilidades para el transporte	55
2.4 Puertos y aeropuertos en el Ecuador	56
2.5 Ventajas competitivas del turismo ecuatoriano ante el mundo	57
2.6 Identificación de actividades turísticas.....	60
2.7 Determinación de la Oferta Turística en el Ecuador	61
2.8 Determinación de la demanda turística en el Ecuador.....	63
2.9 La capacidad instalada hotelera	65
2.10 Análisis del PIB	68
2.11 Peso del consumo turístico emisor en el PIB	70
2.12 Peso del consumo turístico receptor en el PIB	71
2.12 Balanza turística en proporción del PIB.....	74
2.13 Grado de apertura turística.....	75
2.14 Grado de cobertura turística	77
2.15 Porcentaje del consumo turístico receptor/exportaciones de bienes	78
2.16 Porcentaje del consumo turístico receptor / Remesas de los migrante.....	79
2.17 Porcentaje del consumo turístico emisor /importación de bienes.....	80
2.18 Porcentaje del consumo turístico emisor / Importaciones de servicio	80
2.19 Reflexiones Capítulo II	81
3. CAPÍTULO III: COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL ECUADOR.	83
3.1 Introducción.....	83
3.2 Análisis de competitividad en base al Diamante de Porter	83
3.2.1 Diagnóstico interno (Diamante nacional).....	85

3.2.2	Condiciones de la demanda local	86
3.2.3	Industrias relacionadas y de apoyo local	87
3.2.4	Estrategia estructura y rivalidad local	92
3.2.5	Gobierno	93
3.2.6	Diagnóstico externo (Diamante internacional)	94
3.2.7	Industrias relacionadas y de apoyo extranjeros	99
3.3	Análisis del mercado internacional y principales competidores turísticos de Ecuador	100
3.4	Matriz de análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) 110	
3.4.1	Matriz de evaluación de factores internos	112
3.4.2	Matriz de evaluación de factores externos	113
3.4.3	Resultados del análisis FODA	114
3.5	Matriz de ejecución	114
3.5.1	Propuesta de Matriz de Ejecución	115
3.6	Reflexiones Capítulo III	117
4	CONCLUSIONES GENERALES	119
5	RECOMENDACIONES GENERALES	121
6	REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	123
7	ANEXOS	126
	Anexo 1	126
	Anexo 2	127
	Anexo 3	128
	Anexo 4	145
	Anexo 5	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables, Indicadores y fuentes de datos para la investigación.....	23
Tabla 2. Componentes de la oferta turística	42
Tabla 3. Componentes de la demanda turística.....	43
Tabla 4. Número de Sitios Turísticos en el Ecuador	60
Tabla 5. Indicadores Coyunturales de Alojamiento	62
Tabla 6. Determinantes de demanda turística en el Ecuador	63
Tabla 7. Capacidad instalada hotelera – Establecimientos, Habitaciones, Plazas	65
Tabla 8. Peso de consumo turístico emisor PIB.....	70
Tabla 9. Peso de consumo turístico receptor en el PIB	72
Tabla 10. Balanza Turística en proporción del PIB.....	75
Tabla 11. Grado de apertura turística	76
Tabla 12. Grado de cobertura turística	78
Tabla 13. Ingreso por turismo receptor en las exportaciones de bienes.....	79
Tabla 14. Consumo turístico receptor	79
Tabla 15. Egreso por turismo emisor en la importación de bienes	80
Tabla 16. Egreso por turismo emisor en la importación de servicio	81
Tabla 17. Resumen de las características de competitividad medido en base a las condiciones de los factores locales	86
Tabla 18. Resumen de las características de competitividad medido en las Condiciones de demanda local	87
Tabla 19. Resumen de las características de competitividad medido en base a las Industrias relacionadas y de apoyo local.....	91
Tabla 20. Países con mayor cantidad de turistas	95
Tabla 21. Países con mayor cantidad de turistas a nivel Hispano América	95
Tabla 22. Países más visitados.....	96
Tabla 23. Fortalezas	112
Tabla 24. Debilidades	112
Tabla 25. Oportunidades	113
Tabla 26. Amenazas	113
Tabla 27. Matriz de Ejecución	116
Tabla 28. Categoría de establecimientos turísticos	126
Tabla 29. Aeropuertos del Ecuador	127

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Modelo de competitividad de Cho(1994)	34
<i>Ilustración 2. Cadena productiva del turismo</i>	41
Ilustración 3. Ubicación geográfica del Ecuador	54
Ilustración 4. Facilidades de transporte	55
Ilustración 5. Puertos en el Ecuador.....	56
Ilustración 6. Establecimientos	67
Ilustración 7. Habitaciones	67
Ilustración 8. Plazas	68
Ilustración 9. PIB Millones de USD.....	69
Ilustración 10. Fuente de ingreso.....	69
Ilustración 11. Peso de consumo turístico emisor PIB	71
Ilustración 12. Peso de consumo turístico receptor en el PIB.....	73
Ilustración 13. Peso del consumo turístico emisor y receptor, período 2010 - 2015..	73
Ilustración 14 Balanza Turística en proporción del PIB.....	74
Ilustración 15. Grado de apertura turística y balanza turística en proporción del PIB, período 2010 - 2015.....	77
Ilustración 16. Análisis de competitividad del Ecuador esquematizado mediante el Doble Diamante	84
Ilustración 17. Instituciones relacionadas	88
Ilustración 18. Los destinos más visitados en el mundo	97
Ilustración 19. Llegada de turistas internacionales a América.....	101
Ilustración 20. Ingresos en millones de dólares por turismo internacional en América.	102
Ilustración 21. Llegada de turistas internacionales a América del Sur	103
Ilustración 22. Ingresos por turismo internacional en América del Sur.....	103
Ilustración 23. Gasto realizado en viajes de negocio	104
Ilustración 24. Gasto del gobierno en viajes y turismo	105
Ilustración 25. Contribución directa al empleo	106
Ilustración 26. Contribución total al empleo	107
Ilustración 27. Contribución directa al PIB.....	107
Ilustración 28. Contribución total al PIB	108
Ilustración 29. Inversión en Turismo.....	109
Ilustración 30. Gasto de Turistas Internacionales	110

Introducción

La búsqueda de la competitividad turística en el periodo comprendido entre el año 2007 hasta el 2015 ha venido consolidándose, puesto que se han emprendido varias iniciativas y proyectos complementarios para permitir que el país sea reconocido a nivel mundial por sus atractivos turísticos. En este sentido es indispensable destacar que los pasos dados en favor del sector turístico se orientan a cinco aspectos básicos: 1) Marketing turístico a escala internacional (MINTUR); 2) La capacitación de la fuerza laboral turística en calidad de servicio, 3) Reformas legales para fortalecer al turismo, 4) Mejorar las vías de acceso aéreas y terrestres posibilitando la apertura de destinos directos, 5) El impulso para el cambio estructural en la matriz productiva, como clave para promover el turismo.

Las nuevas políticas y esfuerzos emprendidos son una muestra de buena voluntad para el mejoramiento continuo en aras de fortalecer a la industria turística, generando mayor dinamismo económico. En esta perspectiva, el turismo del Ecuador podría convertirse en una importante fuente de ingresos para el país.

De tal manera, desarrollar las potencialidades de la actividad turística es una iniciativa muy prometedora para el Ecuador, ya que este sector se sustenta sobre la base de los recursos naturales con su riqueza y belleza autóctona, los cuales se mantendrán en el tiempo si se les da un uso adecuado con criterio de conservación.

El turismo genera una sinergia positiva entre los recursos naturales, la comunidad, la cultura y la economía de las naciones. Adicionalmente a ello, esta actividad tiene un impacto global, beneficiando a agentes tanto internos como externos sustentados en las ventajas para la economía del sector servicio.

El turismo es una herramienta económica que garantiza que el país diversifique su producción más allá del petróleo, apostando a una alternativa más rentable con beneficios a futuro, siempre y cuando exista una planificación adecuada, en el marco de la Constitución de la República del Ecuador y el Plan del Buen Vivir como parámetros base que sustentan el cambio hacia una matriz productiva renovada y competitiva.

Ecuador está en la capacidad de consolidarse como una potencia turística en el mediano plazo, para lo cual se necesitan herramientas que contribuyan a fortalecer el turismo y preservar los sitios turísticos, ya que los beneficios económicos que recibe el Ecuador por esta actividad terciaria son considerables. De hecho, para el 2015 los ingresos por este concepto fueron de 492,2 millones de dólares a favor de la nación, lo que debe ser un indicador inequívoco de la responsabilidad que tiene la sociedad como un todo de cuidar los sitios turísticos, proveyendo seguridad a los visitantes, brindando servicios de calidad, buscando alternativas atractivas para ellos y ofreciéndoles bienes de calidad.

Adicionalmente a ello, se ha procurado incorporar nuevos servicios, impulsar la gastronomía con platos autóctonos, intentando generar un círculo virtuoso que involucre a todos, no sólo al Estado, sino a toda la población. Por consiguiente, se debe impulsar el cambio de la cultura a los fines de lograr el cumplimiento de todas las metas y objetivos planteados entre el 2007 hasta el 2015.

Es evidente que las cifras demuestran avances sustanciales, sin embargo, mantener un panorama productivo y atractivo depende del desarrollo de los cinco puntos antes mencionados. Ecuador todavía enfrenta retos y desafíos que se debe superar si quiere construir una industria turística de nivel mundial. Por consiguiente, se ha desarrollado una propuesta de análisis para determinar la competitividad turística en el periodo 2007 hasta el 2015. En este sentido se han planteado cuatro capítulos que integran elementos esenciales que sustentan los cambios y evidencian las potencialidades del Ecuador en estos últimos años.

En el apartado inicial se establece una descripción general del tema, desarrollado a lo largo de la introducción, los antecedentes o investigaciones previas que abordan esta problemática, el planteamiento del problema, la justificación, la metodología, las preguntas generales y los objetivos.

Seguidamente, el capítulo I profundiza en el tema a través de la investigación primaria en las fuentes documentales existentes. Esta se realizó a través de una recopilación bibliográfica en artículos científicos y libros que permitió estructurar el marco teórico y sentar las bases referenciales de la problemática.

Luego, el capítulo II versa sobre el análisis de variables cualitativas del turismo en el Ecuador. Para esto se plantearon categorías, infraestructura para el transporte, ubicación, puertos y aeropuertos al igual que ventajas competitivas. Además de las variables cuantitativas en donde se profundizó en la determinación de la oferta y demanda turística al igual que el grado de apertura y cobertura turística, para cerrar con el porcentaje de consumo turístico.

En cuanto al capítulo III, se presenta la competitividad turística del Ecuador a través del análisis del diamante de Porter, que no es más que un examen interno y externo de este sector ecuatoriano, adicionando una observación de las FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) asociadas a esta industria.

Finalmente se establecerán conclusiones y recomendaciones del análisis realizado como presentación de los resultados obtenidos en la investigación. De este modo, el planteamiento del estudio cuenta con una estructura secuencial que permitirá obtener información clave para el desarrollo de alternativas de solución, observando estos elementos desde un enfoque interno y externo, para determinar la competitividad del turismo desde el 2007 hasta el 2015.

Antecedentes

El turismo tiene sus orígenes en el periodo neolítico según a UNWTO (World Tourism Organisation), su desarrollo y evolución se ha modificado a lo largo de la historia, bajo esta premisa se establecieron organizaciones internacionales que promueven el turismo mundial con la finalidad de promover destinos y generar el desarrollo sostenible de los países. El crecimiento del turismo ha experimentado panoramas positivos y ha motivado a que varios países desarrollen estrategias para incrementar el nivel de visitas nacionales e internacionales.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo OMT, (2016, pág. 1) “el volumen de negocios del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles.” Por consiguiente, el turismo es el principal mecanismo de comercio internacional, siendo una de las principales fuentes de ingreso de varios países como Estados Unidos, España, México, China, Japón, Brasil, entre otros países.

Este crecimiento permite que las fuentes de empleo se incrementen, que la economía se dinamice y que las personas tengan mejores estilos de vida. La competencia entre destinos depende de varios factores, dentro de los cuales están el atractivo per se de los sitios turísticos, lugares históricos, la posibilidad de realizar turismo de aventura, turismo comunitario, entre otras alternativas que son consideradas por los turistas antes de elegir un lugar específico o un país.

Uno de los países que ha entendido las ventajas de fomentar el turismo, dado los atributos y características que posee es el Ecuador. De tal manera, se establecieron varios lineamientos con la finalidad de lograr que exista un posicionamiento nacional e internacional, dentro de los cuales se puede mencionar la calidad en el servicio, el estímulo a las inversiones, fortalecimiento de la promoción interna y externa.

En este sentido el Ministerio de Turismo (2015, pág. 1) afirma que las acciones están diseñadas para lograr que el turismo sea la primera actividad económica no petrolera del país en 2018, mediante la priorización de los productos, de destinos y de los mercados, se espera duplicar los ingresos por concepto del turismo en el 2020.

El diseño estratégico planteado apunta a delinear un panorama turístico boyante que permita que el país busque alternativas y fuentes de ingresos sostenibles. Al respecto, conviene destacar que el turismo requiere de inversiones constantes en infraestructura, de capacitación de preparación y de una cuidadosa planificación de las acciones a futuro, con lo cual se pueda incrementar los saldos de la balanza turística al igual que los ingresos económicos.

Ecuador cuenta con sitios turísticos únicos en el mundo, dado que la competencia turística está relacionada a estos factores, se debe potenciar aquellos espacios y escenarios de alto impacto. Las tendencias actuales del turismo han variado y el Ecuador está en capacidad de diversificar la oferta a los turistas de nuevos productos y servicios. Sin embargo, son iniciativas que requieren de planificación, inversión y recursos.

Planteamiento del problema

En Ecuador, así como en muchos países en desarrollo, los estudios de los economistas que buscan información sobre competitividad se centran mayoritariamente en sectores económicos cuyo fin es la producción de materia prima o en las grandes industrias de los sectores primario y secundario de la economía; pero existen muy pocos estudios que se enfoquen en los servicios o el sector terciario al cual pertenece el turismo. (Balaguer & Cantavella-Jorda, 2002)

De tal manera que al estudiar el sector turismo, se abre la puerta a una oportunidad para el Ecuador, ya que es una actividad que depende de los recursos y la belleza de del país en su estado natural, los cuales se mantendrán en el tiempo si se le da un uso adecuado y hay esfuerzo en conservarlos. Es por ello, que el turismo logra la una combinación única entre recursos, comunidad, cultura y economía.

Aparte de ello, no hay que perder de vista que el turismo es una actividad global, lo que quiere decir que incluye a agentes tanto internos como externos, ya que esta actividad tiene como base principal el sector servicios. En el Ecuador, esta actividad a pesar de tener un prometedor potencial tanto económico como social no se le ha concedido la debida importancia.

Ciertamente, la consolidación de un proceso de crecimiento en este sector depende varios factores que deben estar interrelacionados con la estrategia actual. Esto implica un mayor conocimiento de las necesidades y demandas específicas de los turistas nacionales y extranjeros ya que son un referente para el planteamiento de un esfuerzo sostenible.

Para ello se debe avanzar en la inclusión de todos los grupos de interés, ya que el logro de los objetivos propuestos se conseguirá con el concurso activo de todos los miembros de la sociedad, para evitar que planes de acción esbozados se vean truncados a los fines de mejorar el panorama turístico en el país.

Una de las consecuencias inmediatas del crecimiento del turismo es la presión que éste ejerce sobre el consumo. Este hecho puede generar problemas de

sustentabilidad en términos de la destrucción del medio ambiente. Tal situación puede amenazar de forma importante el hábitat de ciertas especies de forma irreversible.

Parece entonces que se da una contradicción entre potenciar el turismo y cambiar la concepción de las personas hacia un desarrollo sostenible, para ello se debe trabajar en la noción de turismo responsable, lo cual no siempre está explícitamente planteados en las políticas del Estado.

El rol del Estado en los últimos años ha sido positivo, no obstante, existen algunas brechas que se deben zanzar para lograr que el turismo sea una alternativa sustentable. Una de ellas es que el Ecuador pueda visualizarse a futuro explotando esta alternativa. Tal situación conlleva a darse cuenta que el sector turístico en el Ecuador es una actividad que genera empleo, producción y sobre todo ingresos, los cuales han logrado que otros sectores se desarrollen también.

Entre los rubros impactados positivamente por el turismo están, el transporte, la alimentación, el alojamiento y los servicios de intermediación. Sin embargo, a pesar de esto no se ha potenciado lo suficiente al sector turístico como para poder ofertar al Ecuador como un destino privilegiado por encima de otros países de Latinoamérica (Guerrero, 2013:12).

En la mayoría de países latinoamericanos la economía se ha caracterizado por la existencia de un modelo dependiente de la agricultura y la explotación de bienes primarios como el cacao, el banano y el petróleo (Walters, 2002:193). Sin embargo, al hablar del sector turístico, varios de los países han puesto énfasis para publicitar su país como destino turístico.

En este sentido, el Ecuador no ha sido la excepción, de tal manera que el turismo ha ido tomando cada vez más participación en la economía nacional, traduciéndose en un aumento del 2% del PIB no petrolero entre los años 2007-2015, proporción que ha ido creciendo para la economía ecuatoriana.

Es por esto que, para diciembre de 2015, el turismo alcanzó \$1.557,4 millones de dólares, seguido dentro de las exportaciones no petroleras por el camarón con 2.279,6 millones de dólares, siendo el principal producto exportado no petrolero el banano cuyo rubro es 2.808,1 millones de dólares. (Ministerio de Turismo, 2016:4).

De tal manera que el turismo se ha convertido para el Ecuador en una gran fuente de ingresos ya que es el tercer rubro más importante entre las exportaciones no petroleras; aventajado únicamente por el banano y el camarón (Ministerio de Turismo, 2016:4).

Sin embargo, el Ecuador históricamente se ha caracterizado por ser dependiente casi exclusivamente del petróleo. Adicionalmente a ello, existen problemas dentro del

sector turístico que son un obstáculo para la explotación adecuada de los atractivos naturales y culturales que posee el país como: la falta de promoción de los valores nacionales, deficiencias en la infraestructura, déficit en políticas turísticas y desconocimiento de la importancia e influencia que puede generar el turismo (Ministerio de Turismo, 2016:15).

De tal manera que una limitación al crecimiento del sector turístico se origina en el hecho de que los ecuatorianos mismos no dan valor a la historia, cultura y tradición nacional. Por ello, es necesario el plantear cuáles son los factores y estrategias para el posicionamiento del sector turístico como uno de los más relevantes en el Ecuador.

Por ello, la competitividad es un concepto que debe ser analizado desde el punto de vista histórico, constituyéndose en el punto de origen de las consideraciones y comparaciones al contrastar todos los elementos vinculados a ella, centrándose en los mercados, pero sobre todo en experiencias previas exitosas y de esta manera desarrollar este sector.

Otro aspecto determinante en la competitividad es la influencia de la globalización, el comercio internacional y las relaciones internacionales. Por ello se afirma que: “mientras la industria turística y hotelera continúen prosperando en la economía global, la competencia sea internacional o doméstica entre los miembros de la industria será feroz. El posicionamiento de ventajas competitivas sería la clave del éxito para los involucrados” (Henry, Haiyan, & Kevin, 2009:522).

En este contexto se puede analizar el caso particular ecuatoriano, para recabar información en cuanto al potencial turístico nacional. El sector turístico, por lo tanto, tiene potencialidades que benefician en cadena a la economía doméstica y que asimismo la insertan en la arena de un mundo globalizado, más competitivo y más desarrollado.

Tomando en cuenta que el Ecuador no tiene desarrolladas aun sus potencialidades en este sector económico, se espera que pronto den fruto los esfuerzos por desarrollarlas. En ese sentido, las contribuciones de (Porter, 1990) en materia de competitividad son especialmente valiosas.

Para este autor la competitividad es: “como la productividad que se genera en una unidad de trabajo o del mismo modo en una unidad de capital. Además, la productividad, es cada vez más importante en términos de competitividad ya que mientras mayor capacidad tiene de hacer frente cada nación a la competencia se genera un crecimiento económico en la nación” (Porter, 1990, pág. 200).

Por otro lado, los niveles de competitividad internacional se ven reflejados normalmente en escenarios de desarrollo macroeconómico y crecimiento (Cho & Moon, 2000:187). Ciertamente, “cuando se habla de competitividad, se hace un

análisis del panorama económico internacional que muestran los países, a fin de conocer cuál es la situación en que se encuentran estos en un determinado periodo de tiempo” (Peña, 2010:15).

Es importante tomar en cuenta que para el Ecuador en el sector turístico comprende varios sectores, tales como: casino y salas de juego, alojamiento, alimentos y bebidas, agencia de viajes y turismo, transporte turístico y recreación, diversión y espaciamento.

En este contexto se puede decir que es pertinente para la economía el estudio del turismo y su desarrollo como sector competitivo ya que es uno de los sectores que mayores encadenamientos productivos genera (Peña, 2010:15). Partiendo de la ventaja de ser un país pluri étnico y pluri cultural, este sector representa una oportunidad de desarrollo nacional.

Justificación

El turismo mundial se ha convertido en el eje de desarrollo de muchos países. De hecho, en los últimos años se han evidenciado cambios radicales en el contexto de turismo, el cual se diversifica, lo que permite una mayor versatilidad en la economía, constituyéndose en una actividad clave para el progreso socioeconómico.

En el año 2007, como consecuencia de la extrema volatilidad de la economía mundial, la tendencia fue negativa tanto en la llegada de turistas internacionales como en la demanda (OMT , 2009). No obstante, las perspectivas se han ido modificando y el turismo se ha transformado ante un creciente número de destinos a nivel mundial que hacen factible que cada día más turistas visiten un lugar.

En el 2015 la llegada de turistas fue de 1.133 millones, mientras que los ingresos por turismo internacional fueron de 1.245.000 millones de dólares. Europa es la mayor región emisora del mundo, siendo una de las ciudades que genera más de la mitad de llegadas internacionales, Asia y el Pacífico (24%); América (17%), Oriente medio (3%) y África (3%).

Sin embargo, es indispensable analizar que el mercado emisor que crece y que gasta en el turismo internacional es China, esto se debe a que planifican y ahorran durante su vida para invertirlo en turismo. Es así que los viajeros chinos gastaron cifras record en el 2014, con un monto que asciende a 165.000 millones de dólares, lo que implica un incremento del 27% con relación al 2013.

Consecuentemente con esta nueva tendencia, las condiciones del mercado tienden a modificarse. (OMT , 2015). A pesar de la gran inversión que amerita, el turismo es parte esencial de la dinámica económica de un país, siendo una de las principales fuentes de ingresos no petroleros de Ecuador.

Aparte de ello, es generador de fuentes de empleo e ingreso vía exportaciones, que van consecuentemente a apuntalar el desarrollo del país. En este sentido es importante destacar que los países establecen estrategias y planes de acción que contribuyen a fomentar un turismo interno y externo, iniciativas que son esenciales para posicionar los lugares turísticos de un país.

No obstante, la OMT ratifica su objetivo de fomentar el valor social, cultural y económico de la actividad turística, concepciones que todos los países deben manejar a futuro a través de una serie de indicadores que contribuyen a la dinámica y concepción del sector. Estos elementos son esenciales para mejorar y determinar cuáles son las acciones que se deben llevar a cabo para lograr tanto los objetivos planteados por la OMT como los de los países interesados en generar un turismo sostenible.

Dada la importancia que tiene el turismo en el mundo, en los últimos años el Ecuador ha realizado varias acciones estratégicas con la finalidad de competir turísticamente con países como Francia, Estados Unidos, España, China, Italia, Turquía, entre otros, por el interés de los turistas. En este sentido el presente estudio resulta interesante, ya que el sector turístico puede, con la correcta utilización de sus recursos, ser uno de los sectores que mayor aporte tenga a la economía.

También, es un tema actual y cobra gran importancia en la economía reciente, ya que a través de los años el petróleo ha sido la principal fuente de ingresos para el Ecuador, pero con la caída del precio del mismo se debe hacer un especial énfasis en la Balanza Comercial no petrolera y el sector turístico es uno de los principales rubros de esta.

Según los resultados anuales obtenidos por el World Economic Forum y la Universidad de Harvard, se muestra que el Ecuador durante un largo periodo de tiempo se ha estancado en cuanto a la competitividad; ocupando posiciones no muy privilegiadas.

Es por esto que se hace necesario un análisis de la competitividad en un sector tan relevante como es el turístico y sus relacionados. Un sector que tiene un gran impacto en la economía del país desde el 2007 al 2015, ello en parte gracias a las estrategias desarrolladas por el Gobierno y el Ministerio de Turismo, las cuales se enlazan a la concepción de potenciar la matriz productiva y generación de ingresos.

En este sentido la matriz productiva será esencial para consolidar una ventaja turística competitiva a través del desarrollo sostenible que involucra a todos los entes y grupos de interés. Se entiende que es un proceso integral en donde se incluyen propuestas y alternativas de solución, al tiempo que se desarrollan proyectos alternos.

Por consiguiente, es indispensable que existan productos locales de calidad, una atractiva propuesta gastronómica, encantos turísticos innovadores, entre otros

aspectos que son esenciales para posicionar el turismo. En efecto, los ingresos provenientes del turismo en el 2007 fueron de 492.2 millones de dólares, con un crecimiento promedio del 15% anual hasta 2015 (Ministerio de Turismo , 2016).

Es por esta razón que se ha considerado un periodo de tiempo de siete años, en el cual la presión de los grupos de interés se centra en: Incentivos para impulsar el turismo, reconocimiento a escala mundial, Infraestructura, capacitación y certificaciones laborales (Narea, 2016).

Esta información será de gran relevancia para evidenciar los cambios acciones y decisiones que han sido tomadas durante estos últimos años. Por consiguiente, en los últimos años Ecuador ha alcanzado un reconocimiento mundial que está enlazado a las políticas que ha emprendido, de acuerdo a la oferta y demanda existente, siendo clave mantener estándares de calidad con la finalidad de establecer un turismo sustentable que se desarrolle con el pasar del tiempo y que a su vez crezca con el aporte y valor agregado de quienes brindan un servicio turístico.

Por ello, se refiere el concepto de competitividad turística de Guerrero (2013:6), el cual señala que “El sector turístico en el Ecuador es un componente muy importante para la generación de ingresos, empleo y producción; ha permitido el crecimiento de sectores de alimentación, alojamiento, transporte, intermediación, entre otros”.

Entonces se tiene que la productividad es uno de los pilares fundamentales de la riqueza de las naciones, pero la competitividad permite avanzar al siguiente nivel, con lo cual hará la diferencia, ya que la competitividad genera un valor adicional en donde se evalúa las exigencias que posee el mercado mundial y lo obliga a innovar.

Es un proceso complejo que requiere de una estructura de proyectos a largo plazo que sea sostenible, que los ciudadanos sean difusores de los atributos y características que hacen de Ecuador un sitio turístico único en el mundo. Ecuador cuenta con una situación geográfica envidiable, cuatro regiones, diversidad en fauna y flora, al igual que cultura y tradiciones que sin lugar a dudas se convierten en una alternativa turística atractiva tal y como lo plantea el proyecto “Ecuador Potencia Turística” elaborado por el Ministerio de Turismo.

Su competitividad, en consecuencia, está en crecimiento y requiere de un mejoramiento continuo, de un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los turistas que día a día visitan en el país. Esto es particularmente estratégico ya que los visitantes de cierta forma se convierten en difusores de la cultura nacional en sus países de destino.

De este modo, el turismo es una alternativa plausible para no depender del ingreso petrolero, sino por el contrario optar por un sistema sostenible que involucre a todos los ecuatorianos. Para Naranjo (2014, pág. 1) en el Marco del South American Hotel

&Tourism Investment Conference (Sahic) “El turismo se volvió una prioridad nacional. Todos los ministerios tienen dentro de sus líneas estratégicas el turismo. Vemos los resultados, en llegadas el Ecuador creció tres veces más rápido que el promedio mundial y dos veces más rápido que en la región”.

Derivado de ello, se plantearon siete elementos que evidencian el crecimiento y que de cierta forma potenciarían el crecimiento del Ecuador en el plano de turismo.

- 1) **Presupuesto:** El presupuesto del Ministerio de Turismo ha aumentado 10 veces más desde el 2006, actualmente cuenta con USD 60 millones.
- 2) **Inversiones:** Existen 30 proyectos de inversión hotelera, que se desarrollarán hasta el 2017 en el país, lo que representa USD 1 600 millones. El Ministerio de Turismo gestiona estas inversiones a través del programa Invest Ecuador, en el que incluso hay iniciativas de alianza pública-privada, como el hotel boutique en el Parque Histórico de Guayaquil, que se ejecuta entre el Ministerio Coordinador de la Producción y el Grupo hotelero Oro Verde.
- 3) **Lo nuevo:** La cadena Wyndham Hotel Group, que tiene aproximadamente 7.540 hoteles, inaugurará con Grupo Nobis en diciembre el primer hotel en el aeropuerto de Quito, se trata del Wyndham Quito Airport Gran Cándor, que tendrá 146 habitaciones. La cadena Starwood, en cambio, inaugurará para el 2017 un nuevo hotel Four Point by Sheraton en Cuenca.
- 4) **El dólar frente a las devaluaciones:** El turismo interno en Ecuador genera USD 1200 millones al año, frente a USD 1 500 que genera el turismo externo. Factores como la apreciación del dólar y la devaluación de algunas monedas en la región¹, según analistas, afectarían los niveles de crecimiento del turismo interno en Ecuador.
- 5) **Turistas extranjeros:** Ecuador es el país de la región Latinoamericana que tiene la tasa más alta de crecimiento de ingreso de turistas extranjeros desde el 2010, un 48,7%. El crecimiento del país está por encima de Colombia, que tiene un 20,7% y Perú con un 39,8%. En el 2015 Ecuador registró casi un 8% más de arribos de turistas extranjeros en relación con el 2014.

¹El Peso colombiano se devaluó un 40% frente al dólar, desde el 2014 al 2016, mientras que el sol peruano tuvo una devaluación del 13% en ese período (Restrepo, 2016). Esto genera mayores costos para los turistas extranjeros de estos países en Ecuador. De esta manera una apreciación alta del dólar no tiene un buen efecto sobre el turismo.

- 6) **Tarifas:** Brasil y Argentina son los países de la región que más turistas reciben, esto es, alrededor de 6,5 millones y 6 millones al año respectivamente; mientras que Ecuador está cerca de 1,5 millones. Sin embargo, la tarifa promedio por visitante de Ecuador es de unos USD 952 por encima de los USD 780 de Argentina.

- 7) **Ocupación:** Ecuador también lidera en términos de ocupación de habitaciones entre los países andinos. Hasta julio del 2015 se registró un 66,8% de ocupación de habitaciones, mientras que Colombia alcanzó un 56,1%.

Los datos e indicadores demuestran que en Ecuador el turismo se encuentra en una etapa de crecimiento constante, convirtiéndose en la tercera fuente de ingresos del país. Conviene destacar que las acciones desarrolladas en el plano estratégico y empresarial son esenciales si se desean obtener resultados productivos y positivos, que son fruto de un trabajo conjunto que garantiza el desarrollo del turismo desde diferentes planos.

Un nuevo enfoque competitivo permitiría orientar el turismo, para que se convierta en una alternativa de desarrollo local, en donde las comunidades y el pueblo son coparticipes de la difusión de sus costumbres y tradiciones, información que traspasa las fronteras, y que a su vez se integra a su medio de vida.

Los pobladores toman conciencia de su responsabilidad, se dedican a cuidar el entorno en el que se desenvuelven, protegen sus recursos naturales, se incorporan a las actividades productivas y el dinero se destina al beneficio de la sociedad. Existe un trabajo equitativo en el que se involucra a toda la población. Es por esta razón que el turismo se convierte en una alternativa integral que contribuye a generar flujos financieros, un modo de subsistir y un equilibrio local.

Tanto la temporalidad como espacialidad del problema planteado son primeramente a nivel de país, ya que de esta manera se analiza un todo y así se determinan características generales del sector turístico. Además, la temporalidad está dada de acuerdo a la cantidad y alcance de la información disponible.

Adicional a ello, se señala el contexto en el cual el actual gobierno ha implementado políticas dinamizadoras en varios ámbitos económicos, entre ellos el sector del turismo. Esto, dado en que los turistas nacionales tienen una preferencia marcada hacia los destinos turísticos del país y lo que se busca es investigar sobre el potencial de competitividad que surgiría de la diversificación de estos destinos.

Metodología del Trabajo

Preguntas de investigación

General

¿Cuáles son los factores determinantes de la competitividad turística de Ecuador en el periodo 2007-2015?

Específicas

1.- ¿Cuáles son los factores cualitativos y el estado actual del acervo turístico del Ecuador en el periodo 2007-2015?

2.- ¿Cuáles son las variables cuantitativas que influyen en la competitividad internacional del sector turístico en el Ecuador que se pueden señalar para el periodo 2007-2015?

3.- ¿Qué elementos componen la matriz de competitividad del Ecuador en el sector turístico, con base en los modelos de Porter, WEF, y la metodología de la CEPAL, para el periodo 2007-2015?

Objetivos

General

Identificar los factores determinantes de la competitividad turística de Ecuador en el periodo 2007-2015.

Específicos

1.- Caracterizar los factores cualitativos y el estado actual del acervo turístico del Ecuador en el periodo 2007-2015.

2.- Caracterizar las variables cuantitativas que influyen competitividad internacional del sector turismo en el Ecuador que se pueden señalar para el periodo 2007-2015.

3.- Plantear la matriz de competitividad resultante para el Ecuador del sector turístico, con base en los modelos de Porter, WEF y la metodología de la CEPAL, para el periodo 2007-2015.

Metodología de la investigación

Tipo de investigación

El presente trabajo plantea una investigación mixta, desarrollada desde la perspectiva cuantitativa y cualitativa, de tipo correlacional, pues relaciona tantas variables cualitativas con otras de índole cuantitativo; esto con el objetivo de construir una matriz de competitividad inspirada en los aportes resumidos en el Diamante de Porter, que aplique al sector turístico en función de esas variables.

Fuentes de información

Para esta investigación la fuente de información primaria es el Banco Central del Ecuador, quien presenta de manera semanal, mensual, trimestral, semestral y anualizada, la información necesaria vinculada a las más importantes variables macroeconómicas de todos los sectores de la economía, incluyendo a la actividad turística.

Por otro lado, se tomarán datos del Ministerio de Turismo, ya que éste posee información estadística mensual y anual de indicadores propios del sector turismo en el Ecuador. Además, publica con menos frecuencia, boletines e informes sobre competitividad en el Ecuador, aunque no esté lo suficientemente actualizada.

Adicional a los anteriores se incluirán guarismos del INEC, a partir de la cual se consultará información sobre estadísticas poblaciones, como: el ingreso de extranjeros al Ecuador y la salida de ecuatorianos al exterior. Esto se puede unir a la base de datos de la empresa Quito Turismo, principalmente para el análisis tanto de las variables cualitativas como cuantitativas.

También se cuenta con información proveniente de la Organización Mundial de Turismo (OMT), la cual presenta datos sobre turismo a nivel mundial, aunque no se cuenta con elementos del todo actualizados sobre Ecuador, aporta lineamientos fundamentales sobre la potencialidad del sector turismo.

El World Economic Forum presenta también información sobre competitividad, siendo éste el creador del índice de competitividad internacional, en el que caracterizan a 141 países según su posición de competitividad, sobre la base de 12 pilares. Esto se une a las cifras que muestra el World Travel and Tourism Council (WTTC), quienes cuentan con indicadores económicos en el mundo, mostrando un análisis más profundo de los datos turísticos importantes en el Ecuador.

Además, es importante tomar en cuenta a la información del sector privado tales como empresas turísticas, cadenas hoteleras, restaurantes, operadoras de turismo; las mismas que serán la principal fuente para obtener datos como los destinos turísticos más importantes en el Ecuador, hasta las preferencias de los turistas. La información de organizaciones privadas como el Ecotourism and Sustainable Tourism Conference (ESTC), que es una organización sin fines de lucro que tiene como fin el aprendizaje y la capacitación en aspectos turísticos.

VARIABLES E INDICADORES

A través de la Tabla. 1, se indica las variables con sus respectivos indicadores y fuentes.

Tabla1. Variables, Indicadores y fuentes de datos para la investigación

Variables cualitativas	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de las actividades turísticas. • Ubicación geográfica del Ecuador. • Facilidades para el transporte. • Puertos y aeropuertos en el Ecuador. • Ventajas competitivas del turismo. • Identificación de las actividades turísticas. • Determinación de la Oferta Turística. • Determinación de la Demanda Turística. • La capacidad instalada hotelera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamento General a la ley de Turismo. • Ministerio del Turismo. • Guía ecuatoriana de Transporte y Turismo.
Variables cuantitativas	<ul style="list-style-type: none"> • VAB turístico. • PIB turístico. • Peso del consumo turístico emisor en el PIB. • Balanza turística en proporción del PIB. • Grado de apertura turística. • Grado de cobertura turística. • Porcentaje del consumo turístico receptor/exportaciones de bienes. • Porcentaje del consumo turístico receptor/cuenta corriente. • Porcentaje del consumo turístico receptor/importación de bienes. • Porcentaje del consumo turístico emisor / Importaciones de servicios. • Porcentaje del consumo turístico emisor / Cuenta Corriente. • Porcentaje del consumo turístico receptor / Remesas de los migrantes • Porcentaje del consumo turístico receptor / Inversión Directa • Tasa de ocupación hotelera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de turismo • Banco Central del Ecuador • Organización Mundial de Turismo (OMT)
Modelos de la competitividad de las Naciones	<ul style="list-style-type: none"> • 9 pilares de la Competitividad Global • Índice de competitividad global • Indicadores del Informe de competitividad mundial 	<ul style="list-style-type: none"> • WorldEconomicForum • IMD
Ingreso de turistas al Ecuador. Salida de ecuatorianos al exterior	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de turistas al Ecuador • Salida de ecuatorianos al exterior 	<ul style="list-style-type: none"> • INEC

Fuente: Varias fuentes.

Elaboración: La Autora

Técnicas de Investigación

Las principales técnicas de investigación a utilizar serán las siguientes:

Inductiva: Ya que se va a examinar la evolución de cada una de las variables, principalmente las variables macroeconómicas y microeconómicas que tienen relación con el sector del turismo; para finalmente consolidar esta información y relacionarlas con las variables económicas de todo el país.

Documental: Debido a que la investigación utiliza diferentes fuentes para obtener datos como son: libros, periódicos, memorias, informes anuales, registros, revistas, etc.

Descriptiva: Se busca caracterizar y describir los principales factores determinantes de la competitividad del sector turismo en el Ecuador, así como también caracterizar a los diferentes actores que permiten el desarrollo de la competitividad a través del análisis y medición de sus variables.

Aplicada: En esta investigación se parte de la teoría para poder realizar una explicación sobre la competitividad y aplicar esta teoría. De esta manera se puede ir analizando los resultados y lo que ha ido sucediendo en concordancia con lo que plantea la teoría. Para así enmarcar políticas que puedan mejorar el contexto actual del sector turístico e insertar al Ecuador con competitividad en el ámbito internacional.

Procedimiento metodológico

Para el presente trabajo se abordará la información teórica que existe sobre el turismo y la relevancia de este sector para la economía; para lo cual se utilizarán las fuentes de información primaria generadora de cifras para el sector. Es importante para el análisis teórico la contextualización histórica sobre las teorías que se plantean desde el mundo académico sobre competitividad y turismo, para más tarde poder hacer un acercamiento a América Latina y principalmente a Ecuador.

Además, en un primer momento se tomarán en cuenta los modelos existentes que buscan demostrar los factores de competitividad que posee una nación, también las principales decisiones que se han tomado en el Ecuador en materia de política económica sobre la competitividad turística a lo largo de la historia.

Por otro lado, se considerará el planteamiento de estudios relacionados que se han realizado y que aporten a la consecución del objetivo, ya sea en materia de turismo o de competitividad; siempre y cuando el enfoque teórico sea similar al que se busca en este trabajo.

Más adelante se indagará sobre las variables cualitativas que ayudaran a la determinación de la competitividad turística en el Ecuador, de manera que se describa de una manera ordenada estas variables: sitios turísticos en el Ecuador, determinantes de oferta, determinantes de demanda, la capacidad instalada hotelera, categorías de establecimientos turísticos, ubicación geográfica, facilidad de transporte, puertos y aeropuertos en el Ecuador, los nueve pilares de la Competitividad Global y otras. Al final de esta parte buscar una relación entre estas y analizar tanto las falencias como las ventajas que posee el Ecuador.

En una sección posterior se presenta tanto variables macroeconómicas, la mayoría de índole cuantitativa, que ayudaran a determinar los factores de la competitividad turística en el Ecuador; éstas se presentan de manera ordenada y con un análisis histórico de los últimos años.

Las variables que permitirán la determinación de los factores de competitividad turística en el Ecuador en este caso serán: VAB turístico, PIB turístico, peso del consumo turístico emisor en el PIB, Balanza turística en proporción del PIB, grado de apertura turística, grado de cobertura turística, porcentaje del consumo turístico receptor/exportaciones de bienes, porcentaje del consumo turístico receptor/cuenta corriente, porcentaje del consumo turístico receptor/importación de bienes, porcentaje del consumo turístico emisor / Importaciones de servicios, porcentaje del consumo turístico emisor / Cuenta Corriente, Porcentaje del consumo turístico receptor / Remesas de los migrantes, porcentaje del consumo turístico receptor / Inversión Directa, tasa de ocupación hotelera, ingreso de turistas al Ecuador, salida de ecuatorianos al exterior, entre otras. Estas variables también son importantes para la construcción de un Diamante de Porter, el cual es uno de métodos para determinar la competitividad de una nación.

Finalmente, con la información recabada anteriormente se construirá un Diamante de Porter, mismo que constará de seis secciones como son:

- 1.- Estrategia, Estructura y Rivalidad,
- 2.- Condiciones de Demanda,
- 3.- Industrias Relacionadas y de Apoyo
- 4.- Factores de Oferta,
- 5.-Gobierno,
- 6.- Azar.

Este análisis tendrá más importancia en los 5 primeros ya que son la base del Diamante de Porter. Para concluir, se hará una comparación basado en estudios ya existentes. Tratándose de competitividad internacional, se busca determinar si existe o no ventajas competitivas de nuestro país con otras naciones cercanas. Esto se hará también con el análisis de otros modelos como son: El modelo de competitividad global del World Economic Forum y el Modelo de los nueve factores de Cho (1994).

1. CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En la actualidad para poder medir la competitividad internacional de las Naciones existen organizaciones que se han encargado de la creación de índices e indicadores, que, basados en ciertos estándares, determinan la competitividad de una nación. Estos índices son: El modelo del International Institute for Management Development (IMD) y el Índice de Competitividad Global del World Economic Forum (WEF).

Más adelante, para abordar la variable turismo, se parte de una definición de éste y de sus componentes. Así mismo, una vez definido el turismo como variable se planteará la importancia de esta actividad, tanto a nivel mundial como nacional, estableciendo esta definición en base a los informes del World Travel and Tourism Council (WTTTC).

Una vez definido el turismo y resaltada la importancia del mismo, en esta sección se planteará cuáles son los componentes, tanto de la oferta como de la demanda turística. Adicional a ello se abordan elementos de la organización industrial, tales como “La Ventaja competitiva de las Naciones” de Michael Porter (1990), en el cual se plantea un diamante con 6 diferentes análisis.

Además, un enfoque más reciente sobre la competitividad es el Neoliberalismo e institucionalismo estructural que se encuentra abordado por Chen y Lin (2006) y Moon y Kim (2009); entre estos enfoques recientes se da gran importancia a las redes regionales y geografía económica de los países con autores como Glückler (2007) y Krugman (1991).

Finalmente, se busca una definición de competitividad de un destino turístico, la cual está planteada por Goeldner y Ritchie (2011), con este concepto, las diferentes variables estudiadas, indicadores, modelos de competitividad, determinar qué es lo que hace al Ecuador merecedor o no de ser un destino turístico competitivo, valorando los pilares de la competitividad resumido en cinco fuerzas principales, más una adicional que propone Porter (1987), las cuales serán integradas con base al análisis tanto cualitativo como cuantitativo del sector turístico.

1.1 Competitividad

Existen dos puntos de vista de ver la competitividad el uno es a nivel macro en donde se analiza a toda una nación y el más especializado que es el nivel micro en donde se busca ir más allá, y en este caso el sujeto que se evalúa es una firma. (World Economic Forum, 2006)

En el análisis micro se determina que la competitividad de una empresa o una firma puede incrementarse por medio de complementarios y diversos a manos de la misma, como pueden ser: la integración vertical reduciendo costos de transacción, generar

innovación de productos o de los procesos, y en general realizar una eficiente gestión. (FEM, 2011)

Por otro lado tenemos el concepto de competitividad nacional el cual parte de un análisis macro; mismo que ha tenido algunas contradicciones como es el caso de Krugman (1994), Michalet (1981) y Tavares de Araujo y otros (1989); quienes dicen que el análisis de competitividad parte de la firma y al final se compone la nación. (World Economic Forum, 2006)

En nuestro caso más que una empresa se realizara el análisis de una nación y luego de un sector específico como es el turismo por lo que a continuación se presentaran las siguientes definiciones cuyo contexto se apega más con la presente investigación.

Tenemos a (Fagerberg, 1988) quien menciona que basado en una perspectiva de mediano y largo plazo la competitividad es: “la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y, por ende, la incorporación de progreso técnico.”

Por otro lado también otra definición de la OCDE: la competitividad es “una reconsideración de un gran conjunto de indicadores, ninguno de los cuales cuenta la historia total, sino que juntos proveen un foco de atención altamente legítimo.” (Durand & Giorno, 1988)

La definición que tiene más concordancia para el análisis del sector turístico del Ecuador plantea que la competitividad es “la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. (Scott & Lodge, 1985)

1.2 Contribuciones de la organización industrial

1.2.1 La Ventaja Competitiva de las Naciones

La teoría clásica explica el éxito de las naciones en sectores particulares basándose en los llamados factores de producción: la tierra, el trabajo, recursos naturales (Porter, M., 1999:70) y no analiza otros factores determinantes para la competitividad como los plantea Michael Porter (1990).

Los atributos de los componentes del diamante ayudan a determinar las industrias en las que el país o la nación pueden alcanzar mayor éxito internacional. Es importante entender que el poseer condiciones que favorezcan a los diferentes atributos del Diamante de Porter no es indispensable, ya que la competitividad planteada en el Diamante de Porter de cierta manera busca una complementariedad.

El diamante de Porter (1990) se fundamenta en 5 elementos principales y uno adicional que se agrega a los anteriores, los cuales son:

- Dotación de los Factores.
- Condiciones de Demanda Interior.

- Sectores de Apoyo.
- Estrategia, estructura y rivalidad.
- El gobierno.

Adicionalmente también se suma un último componente que es:

- El azar.

1.2.1.1 Dotación de los factores

La Dotación de los factores consiste según Porter (1990) citado por León (2010), en que los insumos clásicos necesarios para poder competir en cualquier clase de mercado es el capital, la tierra y el trabajo, de tal manera que se les puede agrupar de la siguiente manera:

Según Porter (1990)

- “... 1. Recursos humanos: la cantidad, calificación y costo del personal (incluida la dirección)*
- 2. Recursos físicos (tierra cultivable, recursos naturales incluyendo condiciones de clima), su cantidad, calidad, accesibilidad y localización geográfica.*
- 3. Recursos de conocimiento: científicos, técnicos y de mercado.*
- 4. Recursos de capital para financiar las empresas, que dependen de la existencia de mercados nacionales de capital y de las tasas internas de ahorro, los cuales varían de país en país.*
- 5. Infraestructura: sistemas de transporte y comunicaciones, servicios de correo, métodos de transferencia de fondos, asistencia sanitaria, dotación de viviendas, instituciones culturales, etc...” (León, 2010:8).*

Sin embargo, para explicar el éxito competitivo no solo basta con la disponibilidad de los factores, sino que se requiere un cierto grado de eficiencia y efectividad en su contribución al proceso productivo. Hay que tomar en cuenta un aspecto importante, y es que existen factores que son de naturaleza intangible y se pueden perder si no existen las condiciones de remuneración adecuadas, tal es el caso del capital humano y financiero.

Jerarquía de Factores: básicos y avanzados, generales y especializados

Al hablar de los factores básicos, se puede nombrar a la situación geográfica, la mano de obra semi calificada y no calificada, el clima y los recursos naturales, los mismos que se han visto minados por su obsolescencia o por su creciente disponibilidad, además de tener un fácil acceso por parte de las grandes organizaciones mundiales.

Estos factores tienen una gran importancia en sectores que se basan en la reforestación y la agricultura, también en lugares donde la formación y la tecnología son menores (León, 2010). En contraste, los factores avanzados según Porter (1990) “incluyen el personal altamente especializado, ingenieros, científicos, institutos de

investigación en disciplinas complejas, la infraestructura digital de comunicación de datos, etc.”

A estos recursos se les considera necesarios para consolidar la ventaja competitiva de orden superior, además estos factores son piezas fundamentales para el desarrollo y el diseño de los procesos y productos de las organizaciones, las cuales deben poseer una tendencia a innovar. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que estos insumos son escasos porque su desarrollo exige mayor inversión y mayor sostenibilidad del capital (León, 2010).

Los factores generales son los utilizables en amplia gama de sectores. Incluyen red de carreteras, empleados bien motivados con formación universitaria, etc. Los factores especializados son utilizados en varios sectores, los mismos que incluyen a personal con una formación específica, infraestructura con propiedades particulares, bases de conocimiento en unos campos en particular, etc. (León, 2010).

Creación de factores: factores heredados y factores creados

Los factores heredados son la ubicación geográfica y los recursos naturales, de tal manera que los países que tienen más éxito son los que han sido más eficaces en la creación y en el perfeccionamiento de los factores que tienen a disposición. Para Porter (1990) “las naciones serán competitivas cuando cuenten con mecanismos institucionales de calidad excepcionalmente altos para la creación de factores especializados”.

Un aspecto importante es que el sector público concentra sus inversiones en factores más básicos y generalizados. En tanto el sector privado desempeña un papel en la creación de factores, de tal manera que estas empresas son capaces de identificar cuales factores avanzados y especializados son más necesarios para competir en sus respectivos sectores.

Hay que considerar que no existe un país que pueda crear y perfeccionar todos los tipos y variedades de factores. Qué tipos se crean y perfeccionan y con qué efectividad, depende marcadamente de los otros determinantes (León, 2010).

1.2.1.2 Condición de la demanda Interior

Las condiciones de la demanda interna tienen influencia en casi todos los sectores, además brinda a las organizaciones locales una imagen de las necesidades del comprador más clara, anticipándose a todos sus competidores internacionales, también esta condición exige a que las compañías locales vayan innovando, adelantándose a sus competidores del extranjero.

Sin embargo, a pesar de que las empresas se encuentran en una competencia mundializada, algunas de ellas se encuentran incapacitadas para percibir e interpretar

las necesidades de los consumidores por una serie de razones, las cuales según Porter pueden ser (1990):

- 1. La atención a las necesidades próximas (las domésticas) es más sensible y comprenderlas es menos costoso.*
- 2. Los equipos de desarrollo de producto tienen su centro de trabajo en el mercado doméstico.*
- 3. El orgullo y la satisfacción personal también centran la atención en el éxito de satisfacer las necesidades del mercado interior, y*
- 4. Las presiones de los compradores para que se mejoren los productos se sienten más viva y frecuentemente en el propio país (León, 2010).*

De tal manera, que para comprender a los usuarios finales se debe tener acceso a los mismos, en el marco de una comunicación clara, además de tener una comprensión intuitiva de las circunstancias de los consumidores, entre otros factores. Sin embargo, al tener compradores extranjeros es muy difícil implementar estas técnicas.

En función de esto, es importante identificar las tres características de la demanda interna que son significativas para el propósito de conseguir la ventaja competitiva nacional y son las siguientes:

a) **Estructura segmentada de la demanda**

Esta se refiere a la distribución de la demanda por unas variedades en particular, lo cual sucede en la mayoría de los sectores. Tomando en cuenta que cuando se trabaja en segmentos relativamente grandes se puede recibir la mayor y más pronta atención de las organizaciones de un país, sin embargo, hay segmentos que son considerados no rentables y se les pasa por alto. Por otro lado las naciones pequeñas pueden ser más competitivas en segmentos que representen una participación importante de la demanda interna (León, 2010).

b) **Compradores entendidos y exigentes**

Este tipo de compradores permiten a las empresas a conocer con claridad sus gustos y preferencias, de tal manera que, el estar en contacto con ellos, tanto cultural como físicamente, ayuda a las organizaciones a conocer nuevas necesidades. Asimismo, los consumidores entendidos y exigentes ejercen presión a las compañías locales, para que puedan ir alcanzando niveles más altos con respecto al servicio, las características y la calidad de los productos que están ofertando.

Esto reafirma que para que las empresas puedan mantener la ventaja competitiva deben cumplir con las exigencias de los consumidores, mejorando e incursionando en segmentos nuevos y de mayor valor, lo que frecuentemente da como resultado adicional un impulso a la ventaja competitiva (León, 2010).

c) Necesidades de los compradores domésticos precursoras de las necesidades del resto del mundo

Esto significa que los compradores locales, con el paso del tiempo se vuelven consumidores mundiales, siendo esto un beneficio importante para los productos que están en el mercado por varios años y los que recién salen a ser comercializados, ya que van estimulando el constante perfeccionamiento de los productos, además de incentivar a potencializar la capacidad de competir en segmentos locales.

Según Porter (1990) “La demanda precursora es a veces otro de los beneficios de tener compradores extranjeros exigentes en el mercado interior, ya que tales compradores suelen ser tempranos adquisidores de las nuevas variedades de productos” (León, 2010:14).

1.2.1.3 Sectores de Apoyo

Contar en el país con proveedores de calidad internacional

Es importante que las empresas cuenten con sectores de apoyo, para poder competir, de tal manera que contar con proveedores de calidad internacional, ayudara a que las vías de acceso a ese mercado se rápido y eficaz, tomando en cuenta que a veces hay preferencias a insumos más rentables en relación a su costo.

Además, los proveedores establecidos localmente, pueden aportar en la coordinación continuada. Pero se debe considerar que el beneficio más importante son las que involucran al proceso de innovación y perfeccionamiento; aunque requiera un esfuerzo considerable.

No se debe olvidar tampoco que las compañías locales obtienen mejores precios cuando sus proveedores son competidores a escala mundial, ya que tendrán el conocimiento y los medios para perfeccionar sus propias ventajas y facilitar posteriormente el necesario flujo de tecnología a sus clientes del mercado interior (León, 2010).

Contar en el país con sectores conexos internacionalmente acreditados

Para Porter (2010) “estos sectores conexos son aquellos con los que las empresas pueden coordinar o compartir actividades de la cadena del valor cuando compiten (en el desarrollo de tecnologías, en la fabricación, distribución, comercialización, servicio de productos, etc.)” (León, 2010:16).

También estos sectores conexos pueden ayudar con la adquisición, de software y hardware, facilitando el flujo de información y los intercambios técnicos, semejante al caso de los proveedores, permitiendo la posibilidad de detectar nuevas oportunidades. Tomando en cuenta que el éxito internacional de un sector depende también de otras empresas de la nación de origen, ya que estas compañías ya están posicionadas con sus productos, de tal manera que pueda generar demanda para bienes o servicios complementarios (León, 2010).

1.2.1.4 Estrategia, estructura y rivalidad

Estrategia y estructura de las empresas domésticas

Al hablar de las estrategias y de la estructura de las empresas domésticas, se puede decir que el implementarlas depende de muchos factores, en donde las circunstancias nacionales tienen una incidencia en que las compañías puedan realizar su gestión y competir en el mercado.

Conviene hacer notar que no existe un sistema de dirección que sea universalmente apropiado, de tal manera que los distintos países tienden a alcanzar el éxito en sectores en que las prácticas directivas y las formas de organización propiciadas por el entorno nacional sean adecuadas para las fuentes de ventaja comparativa de los sectores.

Hay que considerar que en el mercado local existen diferencias importantes entre las empresas, ya sea por su capacitación, su forma de gestión y la orientación de los ejecutivos. Es decir, cada organización tiene su estilo para gestionar su participación en el mercado. Sin embargo, hay una cosa que tienen en común y es que para gestionar y estructurar la organización influye la actitud de los trabajadores hacia la dirección y viceversa (León, 2010).

Porter (1990) manifiesta que:

La orientación de las empresas hacia la competencia mundial depende, además de otros determinantes (saturación del mercado interno, rivalidad, etc.), de varios aspectos del entorno nacional; uno es las actitudes hacia los viajes, otro las aptitudes lingüísticas y el aprendizaje de nuevos idiomas, otro la política gubernamental como los controles cambiarios que en Italia han dificultado los outflows de Inversión extranjera directa (IED) (raramente sus empresas tienen éxito en sectores donde la IED es esencial para competir), otro las posturas políticas (la neutralidad suiza y sueca, por ej., ha sido una ventaja importante para el establecimiento de redes internacionales)(León, 2010:18).

Además, las metas que tiene una empresa dependen de otros factores, los cuales tienen que ver con la motivación de los dueños, la estructura de la propiedad, los procesos de incentivos a la alta dirección y la naturaleza de la gestión societaria.

Rivalidad doméstica

Con lo que respecta a la rivalidad doméstica, se puede decir que hay una diferencia entre competidores nacionales y cuando se participa en mercados extranjeros. De tal manera, en el mercado local existe una economía cerrada, siendo el monopolio rentable y en el mercado internacional, los monopolios y los cárteles saldrán perdiendo ante empresas de entornos más competitivos.

También se puede mencionar que con la rivalidad doméstica se crean presiones sobre las empresas para que puedan mejorar e innovar. Adicionalmente a ello, la competencia no radica únicamente en precios, sino en múltiples formas, como la tecnología, que bien pueden llevar a una ventaja competitiva más sustentable, de tal manera que el éxito de un rival doméstico indica a otro que el progreso es posible.

Para Porter (1990)

La rivalidad doméstica frecuentemente trasciende de lo puramente económico y puede entrar en un terreno emotivo e incluso personal... El orgullo induce a los directores y trabajadores a ser extremadamente sensibles a la actuación de otras compañías de la nación. La prensa y analistas financieros comparan constantemente a un competidor doméstico con los demás. Los rivales extranjeros suelen verse de una forma más analítica. Su papel indicativo o estimulante ante firmas domésticas es menos eficaz, porque su éxito es más distante y frecuentemente se atribuye a medidas injustas (León, 2010:22).

1.2.1.5 El gobierno

El Gobierno, influye en cuatro factores de acuerdo a Porter, los mismos son:

- a) En las condiciones de los factores: subvenciones, políticas educativas, respeto al mercado de capitales, etc.;
- b) para moldear la demanda local: normas sobre productos que delimitan las necesidades de los compradores; el Gobierno es además un comprador importante de muchos bienes y servicios;
- c) para moldear los sectores proveedores y conexos, como en el control de los medios publicitarios, normas para los servicios de apoyo, etc.;
- d) rivalidad en el sector y estructura y estrategia de la empresa: política antimonopolio y política fiscal (Porter, 1990).

Sin embargo, hay que tomar en cuenta, que las políticas que implementa el gobierno, pueden ser influenciadas por varios determinantes.

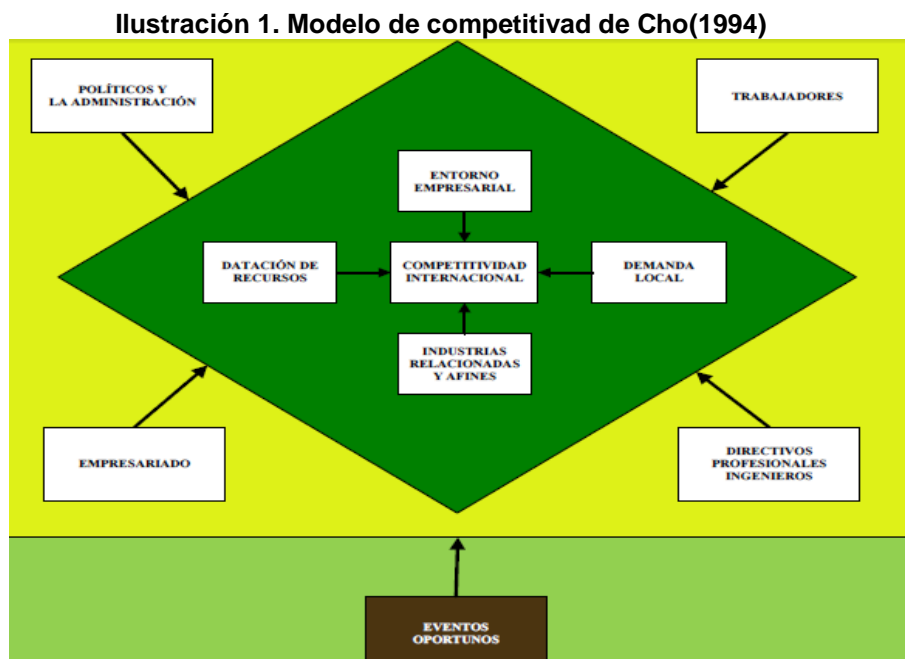
1.2.1.6 El azar

La casualidad o el azar, también juegan un papel fundamental en algunos sectores de éxito, siendo que estos no tienen que ver con las circunstancias de un país, sino están más relacionados con aspectos que no se han considerado o no se han venido planificando, como ejemplo el caso de los saltos tecnológicos (la biotecnología, la microelectrónica).

Asimismo, se generan interrupciones en los costos de los insumos, entre otros aspectos que pueden anular las ventajas de los competidores ya consolidados y crear el potencial para que las empresas o países emergentes puedan ocupar sus puestos para conseguir una ventaja competitiva en respuesta a nuevas y diferentes condiciones (León, 2010).

1.2.2 Modelo de los 9 factores de competitividad

Planteado por Cho en 1994 y es un aporte sobre competitividad que intenta mejorar a Michael Porter, en la cual propone una extensión del diamante de Porter, determinando los factores de la competitividad internacional. Al respecto se tienen en cuenta nueve elementos, mismo que se describen en la ilustración a continuación:



Fuente: Cho (1994)

Elaboración: Cho (1994)

Para esta fase se abordará también el neoliberalismo e institucionalismo estructural con Cho, Moon y Kim (2009), el modelo del International Institute for Management

Development (IMD) y también El modelo del World Economic Forum (WEF) los cuales establecen bases similares y complementarias para la competitividad.

Como se puede ver el modelo, hace una división entre los factores físicos y humanos, incluyendo el parámetro de oportunidad, no como algo exógeno al modelo sino interno al mismo. De tal manera que la primera clasificación hace referencia a los trabajadores, empresarios, profesionales, y políticos, la segunda hace referencia, a la demanda local, a los recursos heredados, las industrias relacionadas o afines y otros entornos empresariales (Martínez, Santero, & Sánchez, 2009).

También este modelo toma en cuenta como elemento importante de la competitividad de una nación a la posición competitiva relativa entre países que son similares en alguna etapa del desarrollo económico, pero esta no se aplica a todos los países del mundo. Cho además argumenta “que la competitividad internacional de una industria nacional puede ser definida por tener una posición de mercado superior a través de grandes beneficios y un crecimiento constante cuando se compara con los competidores” (Martínez, Santero, & Sánchez, 2009:25).

En ese contexto el modelo también manifiesta que un país no puede ser competitivo, en el plano internacional, con el simple hecho de que una o dos industrias hayan tenido éxito, sino que para ser reconocido, un país debe tener múltiples industrias en el mercado internacional con una fuerte perspectiva de competitividad, además el modelo considera que un país tampoco debe ser considerado competitivo en el mercado internacional si sus industrias no han tenido éxito en base a factores externos, es decir que no fueron incorporados a la planeación estratégica de la organización.

De tal manera que Cho (1994:52) manifiesta que “consecuentemente, una nación es competitiva en el ámbito internacional cuando tiene muchas industrias con ventaja competitiva basada en fuentes de competitividad locales comunes”.

Se debe considerar que la diferencia que existe el modelo de Cho con el diamante de Porter se encuentra tanto en la división de factores como en la adición de otros nuevos. El diamante incluyó los recursos naturales y el trabajo en las condiciones de factores, pero el modelo de nueve factores engloba los recursos naturales dentro de los recursos heredados, mientras que la mano de obra se inserta en la categoría de trabajadores. Además, en el modelo de Cho se pretende transmitir que la misión de los factores humanos debe fortalecerse (Martínez, Santero, & Sánchez, 2009).

Una vez analizada la perspectiva de Cho, que es la base de la competitividad teórica, se debe hacer un acercamiento primeramente a la definición de turismo para luego plantear un análisis de cuáles son los principales condicionantes para que exista competitividad y poderla desarrollar como tal.

1.3 El Turismo

1.3.1 Definición de turismo

Para la OMT (2016)

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (OMT, 2016).

En base al contexto anterior, se puede decir que el turismo comprende varias actividades que realizan los individuos durante su estancia en un país de destino donde han viajado, por un periodo de tiempo determinado, es decir que tiene un plazo límite de visita a ese lugar, el cual es máximo a un año. La naturaleza del viaje puede referirse a ocio, negocios y otros motivos, siempre que éstos no sean lucrativos (Naciones Unidas, 1994).

También se puede decir que el turismo, es la suma de tres factores que es el tiempo libre, la consideración positiva por parte de la sociedad a la que pertenece un individuo hacia que éste pueda viajar y los ingresos económicos que se necesitan para satisfacer las necesidades del viaje, ya sean éstas de transporte, comida, hospedaje entre otros factores.

Tomando en cuenta las definiciones mencionadas, se puede concluir que el turismo es un conjunto de actividades que las personas realizan en diversos lugares que son distintos a su domicilio habitual en un periodo menor a un año, pero mayor a un día. El motivo del viaje puede ser descanso, negocios u otras razones, haciendo de esta actividad, un movimiento económico dentro de la región y favoreciendo a la economía de un país.

Hay que tomar en cuenta que al realizar un viaje de turismo se crea trabajo, se generan exportaciones y se estimula la inversión. Esta actividad hace que países en crisis salgan a flote, ya que el turismo se encuentra en una posición única para fomentar un crecimiento sostenible en todo el mundo, ya sea en economías consolidadas que están superando algún tipo de crisis o en mercados jóvenes emergentes que experimentan un rápido crecimiento (Muñoz, 2014).

Mientras que el Foro Económico Mundial, FEM, (2011) manifiesta que:

La industria de los viajes y el turismo se encuentra entre los sectores más importantes del mundo en cuanto a ingresos se refiere, aunque principalmente

para los países desarrollados. Verdaderamente, viajes y turismo sigue siendo un sector económico fundamental en todo el mundo, con el potencial de proporcionar crecimiento económico y desarrollo internacionalmente

De tal manera que el turismo es importante, ya que es en la actualidad una de las actividades económicas y culturales potencialmente más enriquecedoras en un país o región, porque involucra el conocer las regiones y espacios. A su vez, el turismo genera una diversidad de variantes como el cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación etc. Para Ecuador es muy importante fomentar esta actividad, ya que tiene potencial de ingentes ingresos económicos y proporciona plazas de empleo para su gente.

1.3.2 Definición de la OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT), es la principal organización a nivel internacional, responsable de todo lo que tiene que ver con viajes y turismo, la misma que fue fundada en el año 1975, con su sede en Madrid, España. Su objetivo fundamental es el fomento y desarrollo del turismo, con el objetivo de contribuir al crecimiento económico, el entendimiento internacional, la paz mundial, la prosperidad universal y el respeto por los derechos humanos, la libertad individual, independientemente de la raza, el sexo, el idioma o la religión, poniendo atención especial a los intereses de los países en desarrollo (OMT, 2016).

Este organismo, se encuentra encargado de promocionar el turismo a nivel mundial, de una forma sostenible, responsable y sobre todo con accesibilidad para todas las personas, pero esta organización no trabaja sola, de tal manera que tiene un contacto cercano con el Sistema de las Naciones Unidas, la misma que ha venido cooperando y participando con las actividades de la PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo).

Un aspecto importante que hay que tomar en cuenta es que los miembros que se encuentran inscritos en la OMT son 157 países y territorios, además de 480 miembros afiliados representando gobiernos locales, asociaciones de turismo y empresas del sector privado, incluyendo aerolíneas, grupos hoteleros y operadores turísticos. De tal manera que la OMT ha ido incentivando el turismo, en post del crecimiento económico, la sostenibilidad ambiental y el desarrollo incluyente, además ofrece liderazgo, para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo (OMT, 2016).

También se debe considerar, que esta Organización, fomenta la enseñanza y formación en todo lo que se refiere al turismo, de tal manera que se pueda hacer del turismo una herramienta para el desarrollo de los países. También se preocupa porque las personas tengan la oportunidad de conocer otras culturas, formas de vestir, lugares turísticos, gastronomía, entre otros aspectos que pueden conocer en el lugar de destino.

1.3.3 Definiciones adicionales

Medio ambiente y turismo

La industria turística es una de las más afectadas con la degradación o buena conservación del medio ambiente, puesto que la diversidad y sus paisajes son un punto fundamental para la atracción de un turista y si estos están deteriorados no habría ningún interés por visitarlos.

Así, por ejemplo, ha quedado constatado que para los turistas "el principal atractivo del medio rural, es la tranquilidad y el reposo, el aire puro y no contaminado y el contacto con la naturaleza (Pujol & Serra, 2010:73).

Mientras Curiel (2008:48) manifiesta que:

Analiza los folletos turísticos, trata de ver el modo en que éstos transmiten la imagen del destino turístico elegido y cómo influyen en nuestra conducta ante las vacaciones. De esta conducta se derivan importantes consecuencias políticas, económicas y, claro está, medio ambientales.

Ante esto se evidencia un estrecho contacto con la naturaleza la cual lleva a una conexión entre el medio ambiente y el turismo. Con lo cual se puede identificar que: "existe una serie de actividades económicas y sociales que deteriora el medio ambiente y tiene una vinculación estrecha con el turismo" (Curiel, 2008).

El medio ambiente ofrece una serie de aspectos de tipo natural, social, cultural para el desarrollo de diversas actividades turísticas. En muchos países el turismo es considerado como un sector estratégico que contribuye al desarrollo local con el fin de poder captar divisas, además de ser un generador de empleos y que permitan el desarrollo regional.

Por lo tanto el turismo en la actualidad es una de las ramas más importantes del sector de los servicios y la de mayor crecimiento a nivel mundial, por lo cual para los países desarrollados y los en vías de desarrollo es considerada como una fuente de gran

importancia que genera divisas, ingresos personales e ingresos para el Estado (Pujol & Serra, 2010).

Planificación Turística

La planificación debe contemplar un modelo de desarrollo a largo plazo, donde las comunidades y las instituciones utilicen el territorio como modelo de sostenibilidad, promoviendo la rentabilidad de las inversiones privadas, para una mejora en el sector social y económico, con una perspectiva de colectividad (Anton & Gonzáles, 2011).

De tal manera que, en la planificación turística tiene que considerarse una doble finalidad, la misma que incluye una óptica territorial, en donde se deben definir los objetivos y prioridades del desarrollo socioeconómico. Y el segundo aspecto es que se debe establecer los medios para la consecución de los objetivos.

Además se debe tomar en cuenta que el turismo parte de la zonificación del territorio, una vez definido este aspecto, se requiere analizar la potencialidad turística de dichas zonas, sobre todo hay que limitar cuales son las zonas de visitas restringidas y de visita intensiva, de tal manera que se pueda evaluar detenidamente el potencial turístico del lugar, ponderando los recursos naturales y humanos existentes así como los turísticos (Rivas & Magadán, 2012).

Además, los contenidos estratégicos de una planificación parten de la capacidad de los recursos propios para ser transformados en productos competitivos en relación a la demanda existente. Es así que, se puede concluir que la planificación turística es esencial para desarrollar esta actividad, ya que se debe integrar el turismo en la economía, la sociedad, la cultura y el medio ambiente del destino y por otra parte, la demanda turística que acuda debe estar a gusto y satisfecha, para que el proyecto de turismo sea viable.

El desarrollo turístico

En las últimas décadas se ha venido incentivando para el desarrollo turístico, en los países menos avanzados (PMA) para aumentar su participación en la economía mundial, reconociendo en la reunión de Gran Canarias (2001) todo el potencial que estos países poseen para el incremento de esta actividad. Con lo cual el desarrollo turístico es visto como:

Para el autor Arlesi (2011:14) el cual argumenta que:

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también

incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos.

Mientras que el autor Valls, (2010:18), expresa que:

Definimos el destino turístico de país, de región o de estado, de ciudad o de lugar, como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; poseedor de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su característica general

Siendo estas definiciones un aporte para varios países que están intentando crecer en el turismo al conocer en qué aspectos deben enfocarse para que esta actividad incremente en sus regiones y tener una mayor participación a nivel mundial.

1.3.4 La cadena de valor del turismo

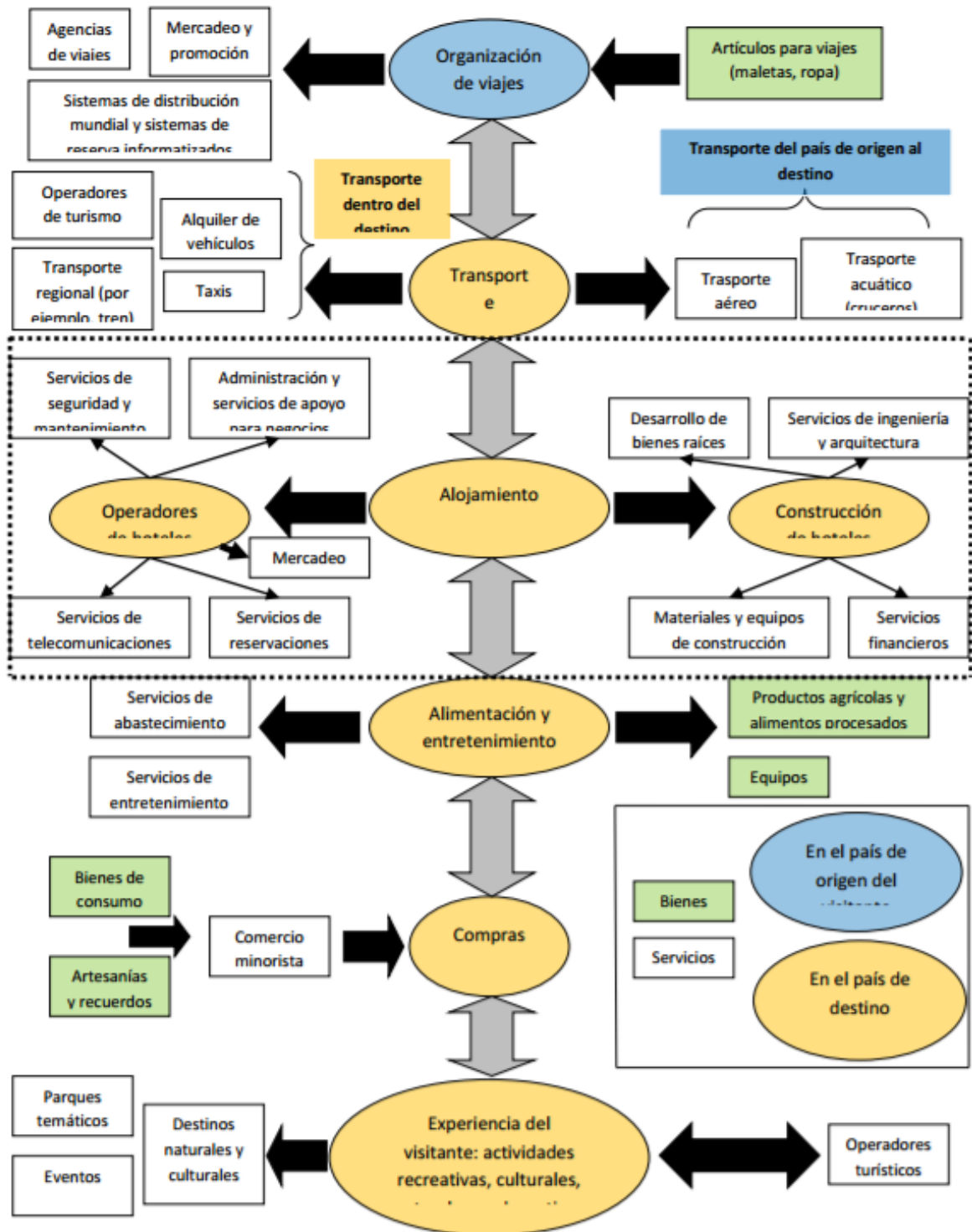
A continuación se presenta la síntesis realizada por la Vicepresidencia de la república y la CEPAL en la cual muestra la cadena productiva del turismo y cada uno de sus componentes como se relacionan en la economía Ecuatoriana.

Cuando se analiza una cadena de valor es con la finalidad de entender la producción de un bien, pero en este caso el turismo no es un bien, sino un conjunto de servicios simultáneos que se ajustan en función de las necesidades del consumidor, que en este caso es el turista. Los servicios tienen una característica y es que tienen una simultaneidad en cuanto a consumo y producción. (Henry, Haiyan, & Kevin, 2009)

La cadena de valor del turismo toma en cuenta todos los servicios y bienes, que más tarde son ofrecidos a viajeros o turistas; así también los servicios suplementarios que ayudan en la ejecución y planificación de viajes tal y como muestra la ilustración 2.

Esta cadena de valor muestra como al partir de 4 actividades principales como son el transporte, alojamiento, alimentación y entretenimiento, cada una va generando diversas relaciones y se conecta con más sectores productivos; teniendo como resultado una fuerte articulación en la economía.

Ilustración 2. Cadena productiva del turismo



Fuente: (CEPAL, 2013)
 Elaborado por: La autora

1.4 Oferta y Demanda turística

Al ser el turismo un mercado en el que se ofertan generalmente servicios, entonces será un mercado que estará determinado tanto por la influencia de la oferta como de la demanda y sus componentes como son el precio, la variedad, la cantidad ofrecida, la calidad del servicio, etc. Entonces según la teoría económica la demanda representa la disposición por comprar bienes, experiencias y servicios turísticos; mientras que la oferta es lo que tiene el país para ofrecer como son la infraestructura, bienes y servicios turísticos de la nación. La relación existente. “Los oferentes competirán por captar el mercado vía precios, innovación, especialización, calidad, exclusividad, dependiendo el segmento al que se apunte para maximizar sus ganancias. Los demandantes intentarán encontrar la mejor relación entre precios y calidad junto con las expectativas que tengan sobre una experiencia turística en particular.” (Guerrero, C. 2013:15).

1.4.1 Componentes de la oferta turística

La oferta turística puede estar compuesta por 4 elementos básicos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Componentes de la oferta turística

Elementos	Detalle
Recursos Turísticos	Entre estos recursos se puede encontrar: Recursos naturales: que comprenden todas las condiciones ambientales y físicas del lugar. Recursos culturales: estos comprenden las herencias de un pueblo, sus costumbres y tradiciones. Recursos históricos monumentales: son las construcciones de valor artístico e histórico de los pueblos.
Planta Turística	Con lo que respecta a la Planta Turística comprende el: Transporte: este es un factor muy importante dentro del turismo ya que es el medio en el que se va a movilizar la gente por tal motivo debe satisfacer las necesidades de recreación. Entre los medios de transporte se encuentra los barcos, aviones, tren, autobuses y automóviles. Alimentos: Se debe tener los lugares adecuados para ofertar la comida siendo los hoteles un buen lugar para hacerlo, además de los diferentes tipos de restaurantes como el Gourmet, de especialidades, de comida rápida y de buffet. Alojamiento: los diferentes hoteles deben satisfacer las necesidades del viajero los mismos que debe tener todas las adecuaciones necesarias, el hospedaje tiene la siguiente clasificación:

	Resorts, hoteles, moteles, condoteles, apart-hoteles, hostales, pensiones, hotel boutique, camping, cabañas, bungalows, entre otros. Tours & actividades: aquí juega un papel fundamental las agencias de viajes ya sean mayoristas, minoristas y tour operadoras, las mismas que tienen como objetivo brindar al turista la mejor alternativa, con lo que respecta alojamiento, alimentación, transporte entre otros factores, de tal manera que pueden tener convenios con distintas empresas que ofrezcan los servicios antes detallados, con lo cual pueden ofrecer paquetes turísticos.
Servicios de Apoyo	Este servicio es muy importante para los turistas, ya que se sienten seguros al tenerlos en el lugar de destino, en base a este contexto se puede decir que los servicios de apoyo son la seguridad pública (policía), sanidad general, hospitales, bancos, farmacias entre otros que sean de utilidad tanto para la gente residente como para el viajero.
Infraestructura	Ese es tomado como el conjunto de servicios y obras, los mismos que sirven para promover el desarrollo socio económico, además de ser aprovechados o utilizados para impulsar la actividad económica en general

Fuente: (Quezada, 2010:136-145)

Elaborado por: La autora

1.4.2 Componentes de la demanda turística

Tabla 3. Componentes de la demanda turística

Elementos	Detalle
Económicos	<p>Nivel de renta disponible: este factor tiene que ver con la cantidad de dinero disponible para el consumidor, para poder gastarlos en turismo u ocio, luego de haber cancelado todas sus necesidades básicas.</p> <p>Nivel de precios: se debe tomar en cuenta que este factor no afecta por igual a los destinos de origen que a los destinos turísticos.</p> <p>Política fiscal y controles de gasto en turismo: este factor está relacionado, indirectamente con la con la renta que disponen las personas.</p> <p>Financiación: Este es un elemento trata de cómo se va a financiar el viaje ya sea este a largo o corto plazo.</p> <p>Tipos de cambio: este se refiere a la relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo.</p>
Relativos a las unidades demandantes	<p>Motivación: en este factor hay que tomar en cuenta el comportamiento del consumidor y su proceso de toma de decisiones. Considerando que la motivación para viajar</p>

	<p>representa el estímulo inicial pone en marcha todo el proceso decisorio posterior.</p> <p>Condiciones socioculturales: Este factor tiene que ver con la profesión, el empleo, la edad entre otros factores, los mismos que pueden influir en que una persona pueda ir de turismo o no.</p> <p>Formas y estilos de vida: Los atributos que tienen los individuos, como la personalidad, experiencias y motivaciones dan lugar a diferentes tipos de turistas los mismos que pueden ser de masas organizado, de masas individual, el explorador y el impulsivo.</p> <p>Tiempo de Ocio: Es el tiempo que se le da asimismo, para viajar en un tiempo determinado.</p> <p>Costumbres estacionales: este factor tiene que ver con las vacaciones escolares, climatología y fiestas, es decir son las condiciones que se presentan para realizar turismo.</p> <p>Creencias ideológicas, religiosas y políticas: Son variables que condicionan la demanda de turismo en los individuos.</p> <p>Factores políticos: esto depende de las actuaciones de los líderes políticos, es decir si ellos apoyan para fomentar el turismo o pone varias condiciones para que se pueda realizar el turismo.</p> <p>Factores demográficos: esta se refiere básicamente a la edad, es decir que cada persona en cada etapa de su vida tiene diferentes intereses, actividades y preocupaciones que puede también influenciar con que se haga turismo o no.</p>
Factores Aleatorios	<p>Esta variable va afectando al comportamiento sistemático de las personas e incide en la demanda turística, esta factor tiene que ver con cataclismos o guerras a modo de ejemplo, es decir que si las personas quieren viajar algún destino y esta se ve envuelta en cualquier tipo de conflicto ya sea humano o por la naturaleza, las personas consideraran más si quieren viajar a ese lugar.</p>

Fuente: (Peña M. , 2012:56-65)

Elaborado por: La autora

1.5 Competitividad de un destino turístico

1.5.1 Definición

Para Troitiño & García (2008:201) “la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social”.

Primero Sáez, A., Martín, P., Pulido, J. (2006) y más adelante Goeldner, C., Ritchie, B. (2011) plantean que la competitividad de un destino turístico se determinara en base a su habilidad para competir como para generar ingresos en el mercado turístico

y también que la competitividad del sector turístico dependerá de la calidad ofertada como del precio. La competitividad turística se define como un concepto que incluye diversos elementos: “competencia, rentabilidad, largo plazo (sostenibilidad), productividad, eficiencia, calidad, innovación, valor añadido, diferenciación, talento humano, estructura de la industria, organización, entre otros. Los que permitirían que un destino turístico sea atractivo, rentable y que se adapte adecuadamente a las situaciones cambiantes y a los nuevos retos y oportunidades, para garantizar el desarrollo de la actividad en el futuro.” (Guerrero, 2013:37)

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su *paper* sobre encadenamientos del sector turismo menciona que este concepto toma relevancia ya que “Este concepto se relaciona con la alta integración vertical, horizontal, intersectorial e interdisciplinaria que se da en el turismo. La eficiencia de las cadenas de producción ya no se genera solamente a escala nacional sino internacional a través del valor agregado en un territorio específico sino a través y entre las fronteras.” (CEPAL; 2001:12-13) El efecto que tiene el turismo en la economía es bastante fuerte ya que al tratarse del sector servicios genera innumerables fuentes de empleo y tiene relación con varias industrias.

En conclusión el sector es importante para la economía y el desarrollo del país, por tanto se busca que este sector genere competitividad; y es que el turismo no solo posee una amplitud de significados sino que es multidisciplinario (Valls, J., 1998:4). El impulso al desarrollo económico mediante el incentivo a la competitividad de un sector relevante como es el turismo, será importante para el Ecuador ya que se generara empleo, ingreso de flujo de capital extranjero, atrae a la inversión tanto domestica como extranjera, etc. El conocer tanto las fortalezas como debilidades de un país en un sector determinado puede ser la mejor manera de explotarlo al máximo.

1.5.2 Ecuador como un destino turístico

Ecuador, está ubicado en América del Sur, sobre la línea ecuatorial, de tal manera que su territorio se encuentra en los dos hemisferios, su situación limítrofe es al Norte y al Sur limita con Colombia, al este con Perú y al Oeste con el Océano Pacífico, su extensión es aproximadamente de 283.561 kilómetros cuadrados, la misma que está dividida por cuatro regiones, en las que se distribuyen 24 provincias y 221 cantones (OEA, 2016).

Su población en la actualidad sobrepasa los 16 millones de habitantes, su idioma es el castellano, sin embargo en algunas regiones se habla el shuar, quechua y los demás idiomas ancestrales. Su economía por varios años ha sido sustentada por el petróleo, pero se debe considerar que varios productos como el banano, el café, las rosa entre otros han ido contribuyendo para que la economía se estabilice. Además de industrias grandes como la maderera y la textil, también hay pequeña industria y

artesanía. Vale destacar que la producción artesanal del país es muy rica, sobre todo en el campo textil. La moneda es el dólar estadounidense (OEA, 2016).

Ecuador es uno de los países mega diversos del planeta, con un alto índice de endemismo y tres de las diez zonas calientes del mundo. Conserva el 19% de su territorio como áreas protegidas con un total de 49 áreas protegidas siendo once de gran importancia a nivel mundial. Esto sin contar con que existen 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas con la diversidad de pueblos y nacionalidades que traen consigo, costumbres, tradiciones, leyendas, y cosmovisiones que van impresionando a cada paso (Destino Ecuador, 2016).

De tal manera que el Ecuador en su parte de los Andes, se puede encontrar el centro histórico de Quito, la mitad del mundo, el parque nacional Cotopaxi, Baños de Agua Santa, Laguna del Quilotoa, Cuenca entre otros lugares, hay que considerar que en todos estos lugares predomina el clima frío ya que se encuentra en la serranía ecuatoriana, de tal manera que para visitar estos lugares los turistas deben estar con ropa adecuada para su estancia.

Con lo que respecta a la costa los turistas pueden encontrar varios atractivos que se encuentran en las playas, en Guayaquil o en Manta entre otras provincias que por su condición climática se puede disfrutar de clima cálido, además en la costa se puede encontrar el parque Nacional Machalilla, la Ruta del Sol, entre otros lugares que dejarán impresionados a los turistas, por su diversidad, en estos lugares los turistas deben utilizar prendas más ligeras (Destino Ecuador, 2016).

Al hablar de la Amazonia se puede encontrar el reconocido Parque Nacional Yasuni, además de la Reserva Faunística Cuyabeno, además de provincia como el Tena o Puyo que albergan varias atracciones turísticas, también deportes extremos, esta región del Ecuador también cuenta con un clima muy cálido, por tanto los turistas deben utilizar ropa ligera, sin embargo en el calzado se debe tener más precaución, sobre todo si se va adentrar hacia la selva, donde es preferible andar con botas o zapatos diseñados para ese tipo de terreno, un factor muy importante es que la Amazonia tiene una gran extensión, por tanto el viajero tendrá varios lugares que visitar.

Las Islas Galápagos es un gran atractivo turístico que tiene el Ecuador, las mismas son de origen volcánico, se encuentran a 965 km al oeste de la costa ecuatoriana y, fueron descubiertas por Fray Tomás de Berlanga en 1535. Han fascinado a los científicos desde que Charles Darwin visitó las islas en 1835. En 1959 fue declarado Parque Nacional. Además se estableció la Estación Charles Darwin por la importancia científica de estas.

Pero la atracción principal de las islas son los animales, en donde se puede observar iguanas, fragatas, lobos marinos, piqueros, pingüinos sin olvidar las tortugas gigantes

que dan el nombre a las islas. Bajo el mar existe una variedad infinita de peces, arrecifes, y demás animales marinos que se los puede apreciar mediante el buceo. Siendo esta la segunda reserva de fauna marítima más grande del mundo. Existen varios senderos y tours que permite conocer playas, volcanes, rocas y visitar los lugares donde habitan estas singulares especies que parecen haberse detenido en el tiempo (Destino Ecuador, 2016).

1.6 Estudio del Mercado

1.6.1 Análisis de precio

Los precios se convierten en un determinante en el sector turismo, ya que estos van a influir en la decisión de viajar hacia un destino u otro ya que según Blanke y Chiesa (2009, págs. 37-44) la elección de su destino turístico se basa en la consideración de precio o costo de vida en el destino o lugar en comparación con otros, por lo que afirma que la demanda turística es sensible al precio. Además para Nissan, Galindo y Méndez (2011, págs. 1567-1572) la importancia de los precios está dada en la decisión de los turistas; ya que un destino con precios más altos le implica al turista tener que trabajar y ahorrar más para poder vacacionar en ese destino.

Los turistas consideran el marketing y los vendedores analizan a los compradores a fin de determinar hasta qué punto deben disminuir los precios para alcanzar sus objetivos de ventas. (Nagle & Holden, 2010). Las decisiones se determinan mediante la fijación de precios, acciones que deben ser estratégicas y que deben estar en función del mercado.

Para Nagle & Holden (2010, pág. 165) menciona que “la fijación efectiva de precios debería estar totalmente “orientada hacia al cliente”, ignorando los costes excepto como una restricción mínima por debajo de la cual la venta perdería su rentabilidad.” No obstante la fijación de precios es una mezcla entre los costes y demanda, factores que están relacionados a las condiciones de mercado como elemento esencial para determinar un precio justo que esté acorde a la realidad del mercado. Al ser un punto de referencia y de decisión para quienes adquieren un producto o servicio, es indispensable que la fijación de precios sea coherente y este acorde a la realidad del mercado, como una estrategia con influencia en los clientes para adquirir un producto o un servicio.

Fijación de precios basado en la competencia

En este sentido el autor Kotler & Armstrong (2010, pág. 98) afirma que “los consumidores basaran sus juicios acerca del valor de un producto en los precios que los competidores cobran por productos similares. Una forma de fijación basada en la competencia es la fijación de precios de tasa vigente, en la que la empresa basa su precio, en gran medida, en los precios de los competidores, pero presta menos atención a sus propios costos o a la demanda”. Al usar una fijación de precios basa en la tasa vigente es fácil medir la elasticidad de la demanda, en decir el precio vigente considerado se asume a la sabiduría de la colectividad y se asume que se producirá

un rendimiento justo, esta relación se realiza con la finalidad de no genera guerras entre los competidores, dando lugar a un margen acorde al mercado y la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por un producto o un determinado servicio.

Al asumir esta fijación de precios las empresas quieren ganar posicionamiento en el mercado, asumiendo costos que otras empresas no están dispuesta a perder. Una inadecuada fijación de precios puede perjudicar a la empresa si no se realiza un análisis de precios adecuado considerando todas las variables y escenarios.

Establecer la fijación de precios depende de la empresa y de los objetivos que se planteen con relación a la venta.

1.6.2 Análisis de la cantidad

Como parte de un proceso de análisis es indispensable conocer “la cantidad que el público está dispuesto a comprar y los vendedores dispuestos a ofertar al precio de equilibrio” (Keat & Young, 2004, pág. 1)

Sin embargo esta condicionante varía de acuerdo a la cantidad y a las tendencias del mercado existentes en este sentido se establecen dos periodos el corto y el largo:

Corto plazo

- a) Periodo en el que los vendedores que ya se encuentran en el mercado responden a un cambio en el precio de equilibrio mediante el ajuste de la cantidad de ciertos recursos denominados insumos variables.
- b) Periodo en el cual los compradores que ya están en el mercado responden a los cambios en el precio de equilibrio al ajustar la cantidad demandada por un bien o servicio en particular.

Largo Plazo

- a) Periodo en el que nuevos vendedores pueden ingresar a un mercado o los vendedores originales pueden salir él.
- b) Periodo en el que los compradores pueden reacción ante un cambio en el precio de equilibrio al cambiar sus gustos y preferencias o patrones de compra (Keat & Young, 2004, pág. 92)

Para determinar la cantidad es necesario considerar las variables de la oferta y de la demanda, al igual que los patrones de compra de los clientes elementos que tienden a influir en la cantidad. La toma de decisiones tiene que estar relacionado al equilibrio entre la oferta y demanda, más conocida como la función de racionamiento, en donde los factores pueden ser el resultado del cambio del precio de mercado y la cantidad de ventas.

1.6.3 Análisis del servicio

Al analizar el mercado es recomendable analizar el servicio para lo cual se determina las líneas de actuación, las prioridades, los recursos y el equilibrio. Las empresas deben dar respuesta a las necesidades y requerimientos de los clientes. Variable que está relacionada a la atención del cliente.

Para Pérez (2006, pág. 18) menciona que:

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera – además del producto o del servicio básico – como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo. Para ofrecer un buen servicio hace falta algo más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones sean impresionables en la atención al cliente.

El ambiente competitivo en el mundo de la empresa está sujeto a crecientes presiones de la oferta y la demanda, actualmente las empresas se encargan de poner a disposición de sus clientes un sin número de productos y servicios estrategia que está relacionada al Know How.

Esto obliga a que las empresas se innoven constantemente ya que la presión de los clientes es cada vez más exigente puede ser un determinante para acceder a un producto o servicio. En donde la competencia se basa en 1) Servicio.- orientar la empresa al cliente como objetivo integral y prioritario dirigido a obtener su satisfacción y permanecer en el mercado; 2) relaciones conseguir la fidelización de clientes y finalmente 3) el valor añadido.- diferenciarse de los competidores a través de la preferencia hacia la empresa. Paz, (2007, págs. 2-3). La atención al cliente es clave para establecer un producto o servicio en el mercado, las empresas analizan el servicio constantemente, ya que la percepción que tienen los clientes puede ser un apalancamiento para realizar la compra, la decisión de compra depende de varios factores, sin embargo el servicio es una variable que está en constante análisis y que puede convertirse en una estratégica para obtener una mayor oferta de mercado.

En este proceso interviene el servicio de atención al cliente puesto que se convierte en una variable comercial de alto impacto.

Para la autora Pérez (2006, págs. 2-3) afirma que:

El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado.

El comprador tiende a valor cada una de las variables y condicionantes antes de adquirir un producto, no obstante su compra se basa en las percepciones que las empresas deben considerar antes de poner un producto o servicio en el mercado. Un inadecuado enfoque puede perjudicar la venta del producto y a su vez es indispensable que se requiera de una gestión adecuada y analítica para reforzar los beneficios del comprador. El impacto de la calidad en el servicio tiende a ser una de

las exigencias más comunes en el mercado por parte del cliente, esto se debe a que la competencia establece estrategias que están orientadas a satisfacer a los cliente, la actitud que toma el cliente en la actualidad varía de acuerdo a sus tendencias y necesidades cada vez más exigentes.

1.6.4 Análisis del nivel de concentración

Las empresas cada vez se concentran sobre el nivel de competencia y la estabilidad del sistema, el poder de mercado y las nuevas tendencias de mercado han provocado una concentración de muchos sectores en donde el nivel de competencia es cada vez desleal. De acuerdo a la Pontificia Universidad Católica de Chile (2015, pág. 1) menciona que “la concentración de mercado es una característica indicativa del número de sus participantes y de la posición en el mercado que logra cada uno de ellos debido a su nivel de participación. El grado de concentración en un mercado no tiene importancia es si mismo.”

Las medidas de concentración se centran en la competencia perfecta y el monopolio, variables con las cuales se puede determinar la proximidad del mercado de un extremo a otro, este mecanismo es esencial para comparar mercados distintos (dentro y fuera del país) con la finalidad de determinar si un mercado es competitivo.

Competencia perfecta

El modelo de competencia perfecta es un proceso en donde los precios se establecen de forma individual, independientemente de las acciones de la empresa.

Para Bocanegra (2005, pág. 31) afirma que:

La oferta y demanda pueden presentarse bajo tres formas: Atomizadas, moleculares y monolíticas, conforma a la estructura de mercado de que se trate. Para que haya competencia perfecta, es necesario que la oferta y la demanda sean atomizadas, es decir que exista un gran número de compradores y productores, en tal forma que ninguno de ellos esté en condiciones de distorsionar el junto equilibrio del sistema.

Por consiguiente las empresas que se encuentran en esta etapa muy difícilmente pueden manipular el precio, siendo una situación ideal para aquellas empresas que se fundamentan en la determinación del precio a través de la oferta y la demanda. Los supuestos se determinan para establecer un modelo de competencia perfecta, los mismos que deben constar de 1) Gran número de compradores y vendedores, 2) producto homogéneo, 3) Libre movilización de los factores de la producción, 4) libre entrada y salida de las empresas, 5) perfecto conocimiento del mercado. Con los supuestos se puede definir a la competencia perfecta como:

Estructura de mercado donde existe un gran número de vendedores y compradores de un producto homogéneo, además de existir libre movilización de los factores de producción, libre entrada salida de la empresa y el perfecto conocimiento del mercado por parte de oferentes y demandantes. (Rosales, 2010, pág. 108)

La estructura de mercado depende de varios factores que están relacionados a supuestos, que son esenciales para determinar una competencia perfecta.

Monopolio

La estructura que el mercado establece con relación al monopolio da lugar a que las empresas busquen alternativas para satisfacer a sus clientes con productos únicos que no encontrar en ningún lugar y que por tanto será la única opción.

En este sentido los autores Fuentes & Martínez (2001, pág. 183) definen al monopolio como:

El monopolio es la estructura de mercado en la cual existe un único productor, no existen bienes sustitutos para el bien que este produce y hay barreras de entrada, las cuales se establecen en cuatro aspectos: 1) la propiedad de las materias primas o el conocimiento exclusivo de las técnicas de producción, 2) Derechos de patente para un producto o para una técnica de producción, 3) licencia de un gobierno o la imposición de barreras a la entrada de cualquier competidor, 4) la imposibilidad de que cualquier otro bien, distinto al que produce el monopolista, pueda emplearse como sustituto en el consumo.

La existencia de estas variables permite establecer un monopolio puro. Por qué no existe competencia y la rivalidad es nula. Es un mercado al que varias empresas se enfocan y establecen estrategias con dicha finalidad, sin embargo son conscientes que las condiciones del mercado tienden a variar de acuerdo a la tendencia de consumo.

En el análisis de concentración interviene la estructura de mercado y las variables que hacen evidente las condiciones en las que encuentra la empresa con relación a los productos y servicios que ofrece.

Índice de Herfindahl

El índice de Herfindahl Hirschmann (HHI) es un indicador de la concentración económica en un mercado, con valores en un rango entre 1 y 10.000, donde 1 indica que no existe concentración y 10.000 que existe monopolio.

Para poder entender cómo se encuentra parametrizado el índice de Herfindahl, se presentan los siguientes niveles:

- Cuando el índice HHI se encuentra por debajo de 1.500 indica un mercado no concentrado.
- Si el Índice HHI se ubica entre 1.500 y 2.500 indica un mercado moderadamente concentrado.
- Si el índice HHI se encuentra por encima 2.500 significa que es un mercado altamente concentrado.

Para el sector turístico en Ecuador de acuerdo al Censo Nacional Económico 2010, el HHI fue de 545, lo cual indica un bajo nivel de concentración según los parámetros explicados anteriormente (Superintendencia de Control de Poder de Mercado, 2013).

1.7 Reflexiones Capítulo I

De esta primera parte concluyo lo siguiente:

El análisis de la competitividad no solo debe basarse en la teoría clásica y sus factores de producción como son la tierra, el trabajo, recursos naturales sino que como lo plantea Porter (1990) debe buscarse el análisis de varios elementos como la dotación de los factores, condiciones de demanda interior, sectores de apoyo, estrategia, estructura y rivalidad, el gobierno y el azar entre otros; ya que todos estos factores muestran una complementariedad en el estudio de la competitividad aplicable tanto a nivel interno como externo.

El turismo es un conjunto de actividades que las personas realizan en diversos lugares que son distintos a su domicilio los motivos pueden ser descanso, negocios u otras razones, haciendo de esta actividad, un movimiento económico dentro de la región y favoreciendo a la economía de un país. Además es en la actualidad una de las actividades económicas y culturales potencialmente más enriquecedoras en un país o región, porque involucra el conocer las regiones y espacios. A su vez, el turismo genera una diversidad de variantes como el cultural, de aventura, de entretenimiento, de relajación etc.

La cadena de valor del turismo reúne un conjunto de servicios simultáneos que se ajustan en función de las necesidades del consumidor, mismos que tienen una simultaneidad en cuanto a consumo y producción; por lo que las actividades relacionadas con el turismo pueden tener un elevado efecto multiplicador en la economía local, mediante externalidades del consumo directo a lo largo de cadena de valor.

Los precios se convierten en un determinante en el sector turismo, ya que estos van a influir en la decisión de viajar hacia un destino u otro; ya que un destino con precios más altos le implica al turista tener que trabajar y ahorrar más para poder vacacionar en ese destino. (Nissan, Galindo y Méndez (2011, págs. 1567-1572)

2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LA VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS DEL TURISMO EN EL ECUADOR.

2.1 Clasificación de actividades turísticas en el Ecuador

El turismo del Ecuador se clasifica en función de las actividades turísticas que se realizan por lo que de acuerdo al (Reglamento General a la ley de Turismo , 2015) se detalla:

- Alojamiento: Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;
- Servicio de alimentos y bebidas: Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento;
- Transportación: Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación;
- Operación turística: comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.
- Intermediación: La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.
- Parques de atracciones estables: Estos juegos se someterán a las normas internacionales generalmente aceptadas.

La clasificación establecida permite evidenciar la amplia gama de actividades turísticas que se desarrollan en el Ecuador, actividades que están desarrolladas en las cuatro regiones. Las opciones que tienen los turistas son diversas, la dinamización de la economía garantiza el crecimiento y desarrollo de las comunidades o pueblos que ofrecen servicios.

2.3 Facilidades para el transporte

En relación al transporte en el Ecuador, para realizar el turismo, es un punto fuerte ya que existe gran cantidad de empresas que se dedican a este giro de negocio, de tal manera que con el trabajo conjunto de la Agencia Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (ANT) y el Ministerio de Turismo (Mintur), se han organizado de la mejor manera para brindar un servicio de calidad, de tal manera que toda empresa que quiera ejercer el trabajo de transporte de turismo debe acogerse a un nuevo reglamento que está en vigencia desde el año 2014, en donde todo vehículo que quiera ser parte de este servicio debe registrarse con la norma, deberán tener todos los implementos para la seguridad y comodidad del turista, además evita el trabajo informal.

En base a esto se puede mencionar que hay variedad de opciones para el turismo, ya que varios de los hoteles prestan este servicio a sus huéspedes, además existe gran cantidad de agencias de viajes que prestan este servicio, también existen empresas que rentan vehículos (Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo, 2015).

También hay que mencionar que para el turismo existen los transportes o buses interprovinciales o inter-cantoniales, que también sirven para que los visitantes puedan trasladarse dentro del Ecuador, una vez que se encuentren en cada ciudad también pueden alquilar los turistas un servicio de taxi; hay que tomar en cuenta que el país dispone de trenes que les llevan de una ciudad a otra para que el turismo pueda conocer otra forma de viajar, de tal manera como se puede ver a lo que se refiere al transporte hay una gran variedad de alternativas, las mismas que se encuentran a disposición todos los 365 días y las 24 horas (Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo, 2015).

Ilustración 4. Facilidades de transporte



Fuente: (Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo, 2015).

Elaborado por: Transporte y Turismo del Ecuador.

2.4 Puertos y aeropuertos en el Ecuador

- **Puertos**

Los puertos en el Ecuador, son otro ámbito importante, ya que por su situación geográfica, el país se encuentra junto al Océano Pacífico y en un litoral pequeño, en base a este contexto cuenta con seis puertos los mismos que se han ido especializando en sus diversas actividades de tal manera que se tiene los siguientes:

- Puerto Bolívar es bananero y cacaotero.
- Guayaquil opera con carga general de exportación e importación.
- Manta es puerto turístico y pesquero.
- Esmeraldas tiene un puerto especializado en petróleo (Balao) y otro de carga general.
- San Lorenzo moviliza madera (REMAR, 2015).

Ilustración 5. Puertos en el Ecuador



Fuente: (REMAR, 2015).

Elaborado por: Representaciones Marítimas del Ecuador

- **Aeropuertos**

Lo que se refiere a los Aeropuertos se tiene una gran variedad en las distintas ciudades del país, las mismas que ha servido para el comercio, turismo, entre otras actividades que sirven para fomentar la economía de la nación de tal manera que en

la tabla del anexo 2 se detallan las estaciones aeroportuarias del Ecuador (Foresecuador, 2013).

Un factor importante a considerar es que los tres aeropuertos más importantes y donde hay más tráfico de personas y comercio se encuentran en las ciudades de Guayaquil, Quito y Latacunga.

2.5 Ventajas competitivas del turismo ecuatoriano ante el mundo

Ecuador es un país que actualmente ha logrado ser reconocido como potencia turística, sin embargo aún puede ampliar más su reconocimiento y por tanto su oferta turística y esto se debe a que cuenta con una serie de atributos y características que podrían incrementar el ingreso de turistas (Ministerio de Turismo, 2016); tales como:

- Un patrimonio de 49 áreas protegidas por el Estado con un total del 19% de la superficie del país.
- Un reconocimiento de 'Patrimonio Natural de la Humanidad' por parte de la UNESCO a la Reserva Marítima y Parque Nacional Galápagos y el Parque Nacional Sangay.
- La Reserva Marítima Galápagos constituye la segunda reserva marina más grande del mundo.
- Ecuador alberga el 10% de las especies de plantas del mundo.
- En Ecuador se puede encontrar el país con mayor flora y fauna por km² del mundo.

Por otro lado también es importante especificar la importancia de sus regiones y su amplio inventario turístico.

1) Regiones

Cuenta con cuatro regiones, diversidad en paisajes únicos en el mundo.

Costa: Región de clima húmedo y caluroso que cuenta con playas cristalinas que mantienen el ecosistema de la región cuenta con manglares y bosques secos.

Sierra / Andes: cuenta con elevaciones desde 1500 metros sobre el nivel del mar, en donde la elevación más grande es el nevado del Chimborazo de 6.310 metros. (ProEcuador , 2014)

Los atributos mencionados en cada región son claves para el desarrollo turístico que existe en el país. Los sitios turísticos que puede ofrecer son únicos en el mundo y esto se debe a que todavía se mantiene y protege la fauna y flora del país como patrimonio.

Galápagos: Está compuesta por islotes e islas que son consideradas como patrimonio de la humanidad, está catalogado como uno de los lugares que se deben visitar antes de morir. Un destino que cuenta con una amplia diversidad de fauna y flora.

Amazonía: Es una reserva que cuenta con un bosques tropicales que cuenta con una gran variedad de diversidad habitad de especies únicas en el mundo.

Es una de las maravillosas reservas de biodiversidad del planeta, cuenta con un bosque tropical, ríos cristalinos y cascadas que descienden hacia la selva profunda, donde habitan especies de fauna y flora únicas.

2) Inventario turístico del Ecuador

El Ecuador es al estar ubicado en el cinturón tropical del planeta, sobre la línea equinoccial, con territorios ubicados tanto en el hemisferio norte como en el hemisferio sur, presentando un escenario perfecto para la altísima diversidad biológica conocida también como megadiversidad, de tal manera que tiene una gama de lugares turísticos en sus cuatro regiones como se puede ver en el Anexo 3 en donde se presenta una recopilación de lugares representativos del Ecuador por región.

Otros lugares reconocidos son:

Quito

- Las iglesias de Quito
- El centro histórico
- El Panecillo
- Mitad del Mundo
- Teleférico
- Pululahua

La costa

- Guayaquil
- Montañita
- Isla de la Plata

El turismo de aventura

- Skisurfing en la costa
- Parapente y aladelta de vuelo en los Andes y en la costa
- Buceo en las Islas Galápagos
- Rafting y kayak en los ríos andinos, Baños, Puyo, Tena
- Ciclismo
- Pasear a caballo en los Andes
- Montañismo y escalada en los Andes
- Surf

El Ecoturismo

- La Reserva Cuyabeno:
- Parque Nacional Llanganates
- Parque Nacional Machalilla
- Parque Nacional Yasuni
- Mindo

Turismo Comunitario

- Sinchi Pura comunidad ecoturismo
- SaniLodge, 100% propiedad del pueblo Kichwa
- Sacachún es el primer Centro de Turismo Comunitario en la provincia de Santa Elena.
- Napo Wildlife Center
- El Centro de Turismo Comunitario IshkayYaku
- Centro de Turismo Comunitario Lago Verde Quilotoa

Como se ha mencionado, los lugares en el Ecuador son variados, el alcance del presente estudio no es presentar el inventario completo de los lugares y servicios turísticos del país, sin embargo se presentan lugares representativos para muestra de la cantidad y calidad de destinos, como base para el diagnóstico.

Las características más representativas de las zonas turísticas detalladas en el apartado anterior, permiten concluir que Ecuador cuenta con una amplia gama de posibilidades turísticas, las mismas que se han adaptado a las necesidades de quienes demandan un mayor involucramiento de la fauna y flora al igual que aspectos gastronómicos y productos ancestrales, esta nueva necesidad permitió determinar que Ecuador cuenta con sitios naturales, lugares históricos que son patrimonio de la humanidad, a esto se suman sitios de aventura y turismo comunitario.

Esta nueva diversidad de servicios beneficia al país Ecuador, que cuenta con características únicas que lo hacen atractivo para los turistas que constantemente buscan otras opciones y que no se limitan a mantener un turismo tradicional, sino que por el contrario experimentan y se atreven a otra clase de turismo. En este sentido Ecuador mantiene estrategias competitivas al igual que reconocimientos internacionales posicionados una marca y un país que intenta generar fuentes de empleo y dinamizar la economía a través del turismo. Elementos que cada vez se consolidan con las acciones implementadas por el gobierno actual y entes gubernamentales un trabajo que involucra a todos los pobladores. Una oportunidad de crecimiento y desarrollo sostenible.

2.6 Identificación de actividades turísticas

El Ecuador, tiene varios destinos turísticos los mismos que han ido incrementando con el paso del tiempo, de tal manera que se puede ver en la siguiente tabla la evolución que se ha tenido y que número de sitios se ha tenido del 2010 al 2015, que es el último estudio publicado por el Ministerio de Turismo.

Tabla 4. Número de Sitios Turísticos en el Ecuador

ACTIVIDAD	CLASE/TIPO	2010	2011	2012	2013	2014	2015 proy.
Alojamiento		3.739	4.032	4.334	4.672	5.189	5.455
Servicio de alimento y bebidas		11.937	12.496	13.261	14.057	15.741	16.249
Transporte	Transporte Terrestre	201	171	211	211	213	221
	Transporte Fluvial y Marítimo	103	106	91	104	127	120
	Transporte Aéreo	79	76	60	63	60	52
	Total	383	353	362	378	400	393
Operación	Agencia de Viajes y Operadoras	608	663	661	734	776	810
Intermediación	Agencias de viajes internacionales, mayoristas y duales	788	799	779	830	880	880
	Salas de recepciones y banquetes	117	134	175	188	215	241
	Centros de convenciones	5	4	7	9	9	11
	Organizadores de eventos, congresos y convenciones	4	5	9	7	10	11
	Total	914	942	970	1034	1.114	1.143
Termas, balnearios, boleras, pistas de patinaje, hipódromo y centros de recreación		197	192	141	194	235	215
Total General		17.778	18.678	19.729	21.069	23.455	24.265

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

Como se puede ver en la tabla N°4 se evidencia que la actividad más importante es el servicio de alimentación y bebidas que ha tenido un crecimiento desde el 2010 con 11.937 establecimientos hasta el 2014 con 15.741 establecimientos siendo la actividad más importante. Otra de las actividades que está en constante crecimiento

es el alojamiento mismo que en el año 2010 se tuvo 3.739 establecimientos y para el año 2014 se incrementó hasta 5.189 establecimientos. Las dos actividades son el eje central del turismo, sin embargo existen actividades como la intermediación, las termas, balnearios, pistas de patinaje etc. Que no tienen una mayor participación dentro de las actividades turísticas. El turismo en el Ecuador está en crecimiento, aunque a pesar del esfuerzo realizado las condiciones no han variado, sin embargo esta condicionante obliga a que el Estado desarrolle estrategias efectivas para potenciar el turismo y generar que las fuentes de ingreso se incrementen considerablemente.

El turismo se ha convertido en la segunda fuente de ingreso del país, sin embargo no solo depende del Estado, es un proceso integral en donde se incluyen oferta turística, demanda turística, servicios, productos, gastronomía, vías, accesibilidad, viabilidad, lugares y sitios turísticos llamativos entre otras variables que son determinantes para seleccionar un lugar turístico.

2.7 Determinación de la Oferta Turística en el Ecuador

Los indicadores de la oferta turística del Ecuador se determinan a través de la estimación de viajes, la estadía y gastos, trenes y excursiones al igual que la calidad turística. Las variables se desarrollaron de acuerdo a los segmentos que se ofertan en el país que son categoría de Lujo y categoría primera.

La Oferta turística, en el Ecuador, se la determina en base a los feriados, a la distribución de establecimientos de alojamiento en el país y el boletín coyuntural de alojamiento, en base a este contexto se plantea el siguiente ejemplo:

Según el Ministerio de Turismo, en el feriado de diciembre del 2015 el país tuvo la siguiente estimación

Estimación de viajes

- Se estima que en el feriado se realizaron 847.356 viajes en todo el país.
- Esto representa un incremento del 22,5% respecto al mismo feriado en el año 2014.
- Entre las provincias más visitadas se encuentran: Guayas, Santa Elena, Pichincha y Manabí.
- Esta información incluye turistas (viajes con pernoctación) y a excursionistas (viajes sin pernoctación) nacionales y extranjeros.

Estadía y Gasto

- Se calcula un gasto de viaje promedio (por persona) de USD 104.67.
- Esto representa un incremento del 38,8% respecto al mismo feriado en el año 2014.
- Al relacionar este valor con la estimación de viajes se obtiene un gasto total durante el feriado de USD 88'692.670

- Esto representa un incremento del 70,0% respecto al mismo feriado en el año 2014.

Trenes y excursión

- Los trenes de excursión operaron durante el feriado con una ocupación superior al 90%, con el 98% en Nariz del diablo y el 87% en el tren de la Libertad.

Calidad Turística

- Para esto el Ministerio de Turismo realiza control operativo para revisar el aseo de los establecimientos, de tal manera que inspeccionaron un total de 474 establecimientos turísticos a nivel nacional de los cuales 118 fueron notificados por el incumplimiento de la norma vigente de los servicios higiénicos y baterías sanitarias (Ministerio de Turismo, 2015).

Tabla 5. Indicadores Coyunturales de Alojamiento

Cantón	Lujo		Primera	
	Ocupación	Tarifa Promedio	Ocupación	Tarifa Promedio
Ambato			40%	\$67
Atacames			29%	\$62
Baños			23%	\$125
Cuenca	62%	\$91	46%	\$51
Guayaquil	64%	\$93	45%	\$61
Ibarra			29%	\$84
Loja	63%	\$60	24%	\$51
Machala	65%	\$111	45%	\$27
Manta	60%	\$101	19%	\$72
Otavalo			44%	\$81
Puerto López			33%	\$56
Quito	74%	\$103	54%	\$83
Riobamba			33%	\$55
Salinas	42%	\$158		
San Miguel de los Bancos			23%	\$62
Tena			36%	\$121
Galápagos			47%	\$135

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

Como se puede ver en la tabla N°5 los indicadores coyunturales de alojamiento se establecen por dos parámetros: los establecimientos de lujo y de los establecimientos de primera², siendo la ocupación de los establecimientos de lujo más alta en la ciudad de Quito con un 74% de ocupación con una tarifa promedio de \$103, seguido de Machala con un 65% de ocupación a una tarifa promedio de \$111 y con un 64% la ciudad de Guayaquil que tiene una ocupación del 64% en sus hoteles de lujo a una tarifa promedio de \$93, en general se puede ver que en varias de las ciudades que están descritas en la tabla no existen este tipo de hoteles de lujo. Al hablar de los hoteles o establecimientos de primera se puede observar que prácticamente en todas las ciudades citadas existen este tipo de establecimientos siendo la ciudad de Quito la que tiene un mayor porcentaje de ocupación con un 54% a una tarifa promedio de \$83, seguida de las Islas Galápagos con un 47% a una tarifa promedio de \$135 y con un 46% la ciudad de Cuenca a una tarifa promedio de \$51.

Se puede decir según la tabla que la ciudad de Quito es la de mayor porcentaje en ocupación de los hoteles tanto de lujo como de primera.

2.8 Determinación de la demanda turística en el Ecuador

El Ecuador ha sido uno de los países que las personas prefieren para conocer, por su diversidad en su naturaleza, cultura entre varios aspectos, que han hecho del país un destino de varias personas del mundo, las cuales la visitan por distintas determinantes o causas para la demanda turística la misma que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 6. Determinantes de demanda turística en el Ecuador

Grupos Principales de ocupación y población no activa	MOTIVO DE VIAJE					
	Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros	TOTAL
Población Económicamente Activa	539.208	63.510	110.238	884	151.105	864.945
Ocupaciones Militares	807	40	818	5	284	1.954
Directores y Gerentes	13.775	5.997	4.614	12	7.320	31.718
Profesionales, científicos e Intelectuales	153.298	30.957	30.963	481	38.565	254.264
Técnicos y profesionales de nivel medio	33.192	6.832	36.427	99	37.122	113.672

² Existen un total de tres categorías: de lujo, primera y segunda, sin embargo para el presente estudio se han tomado en cuenta los dos primeros por concentrar la mayor cantidad de datos disponibles por la significancia estadística del estudio realizado por el Ministerio de Turismo (2015).

Personal de Apoyo Administrativo	194.810	13.556	20.627	201	30.954	260.148
Trabajadores de los servicios y vendedores de comercio y mercados	80.657	3.437	4.833	54	12.261	101.242
Agricultores y Trabajadores calificados agropecuarios, forestales y pesqueros	9.589	372	436	1	850	11.248
Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios	23.310	686	1.097	14	2.808	27.915
Operadores de instalaciones y máquinas y ensambladoras	9.613	676	7.525	2	18.218	36.034
Ocupaciones alternativas	20.157	957	2.898	15	2.723	26.750
Población económicamente no activa	603.676	5.875	15.954	850	59.911	686.266
Jubilados y Pensionistas	82.995	382	858	5	5.475	89.715
Amas de casa	57.295	0	1.715	0	8.473	67.483
Estudiantes	262.502	0	6.026	845	19.166	288.539
Menores de 6 años	38.177	0	0	0	2.808	40.985
Sin Especificar	162.707	5.493	7.355	0	23.989	199.544
TOTAL	1.142.884	69.385	126.192	1.734	211.016	1.551.211

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

Se puede ver en la tabla N°6 el motivo de viaje por parte de la población económicamente activa se da por turismo con un 544.988 viajes, seguido por otros motivos con un 151.105 viajes, los eventos son la tercera causa de viaje con 110.238, los negocios son otra causa con 63.510 y los estudios con 884. (Ministerio de Turismo, 2015)

Al hablar de la población económica no activa, en la que se encuentran los jubilados, las amas de casa, los estudiantes y los menores de 6 años, tienen como primer motivo de viaje el turismo con 440.969, seguido de otros motivos con 35.922 y con 8.599 viajan por eventos que tienen en otros lugares. (Ministerio de Turismo, 2015)

2.9 La capacidad instalada hotelera

La capacidad hotelera del Ecuador se la detalla en la siguiente tabla de acuerdo al Ministerio de Turismo y son las que están registradas en el Ministerio y según su tipo. Se miden las unidades en el número de (i) establecimientos, (ii) habitaciones y (iii) plazas por provincia así como de la categoría de clasificación; a continuación el detalle:

Tabla 7. Capacidad instalada hotelera – Establecimientos, Habitaciones, Plazas

Provincia	CATEGORÍA																				
	Lujo			Primera			Segunda			Tercera			Cuarta			Única			TOTAL		
	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P	E	H	P
Azuay	2	119	220	65	1.504	2.899	57	1.044	2.014	56	925	1.755							180	3.592	6.888
Bolívar				6	110	231	9	119	268	35	590	1.262	1	32	54	1	9	25	52	850	1.840
Cañar				2	61	128	24	436	786	34	553	875							60	1.050	1.789
Carchi				6	106	203	18	331	723	27	389	812							51	826	1.738
Cotopaxi				16	281	629	33	453	905	98	1.322	2.627	3	90	176	1	0	0	151	2.146	4.337
Chimborazo	1	12	31	33	689	1.857	44	723	1.673	80	1.190	2.528	2	60	126	2	15	40	162	2.689	6.255
El Oro	2	206	366	27	801	1.547	46	1.039	2.016	67	1.455	2.662							142	3.501	6.591
Esmeraldas				43	1.350	4.092	194	3.378	10.793	169	2.340	6.791				2	29	84	408	7.097	21.760
Guayas	14	1.894	4.236	46	1.716	3.781	137	4.335	10.021	220	6.378	13.651	10	410	813	1	15	40	428	14.748	32.542
Imbabura				38	850	1.774	96	1.604	3.690	100	1.459	2.992	1	33	104				235	3.946	8.560
Loja	2	114	178	26	586	1.107	73	1.184	2.190	106	1.752	3.135	2	138	257				209	3.744	6.867
Los Ríos	1	35	100	7	212	490	33	560	1.201	84	1.357	2.596	1	36	73				126	2.200	4.460
Manabí	2	182	369	53	1.234	3.130	150	2.497	7.070	419	6.004	15.057	3	99	278				627	10.013	25.904
Morona Santiago				4	57	122	23	454	877	52	902	1.742	1	31	65				80	1.444	2.806
Napo				18	377	1.091	54	924	2.406	92	1.166	2.758	1	32	91	5	41	49	170	2.540	6.395
Pastaza				6	97	231	31	485	1.251	58	828	1.920	2	62	115	1	6	12	98	1.478	3.529

Pichincha	9	1.837	4.350	143	3.227	7.054	275	4.502	9.826	409	5.932	12.264	3	98	175				839	15.596	33.669
Tungurahua	1	30	78	45	952	2.193	47	871	2.011	239	3.583	8.221	1	35	74	1	6	22	334	5.477	12.599
Zamora Chinchiipe				5	65	130	14	207	469	36	486	869	1	32	72				56	790	1.560
Galápagos				39	582	1.193	46	641	1.475	23	207	429							108	1.430	3.097
Sucumbíos				5	179	334	29	589	1.213	98	1.743	3.296	5	160	271	1	11	84	138	2.682	5.198
Orellana				6	229	403	14	349	761	81	1.479	2.957	5	197	333	4	39	61	110	2.293	4.515
SDT				14	376	752	48	1.108	2.022	70	1.382	2.339							132	2.866	5.113
Santa Elena	1	100	364	32	776	2.795	101	1.887	5.514	154	2.183	6.092	4	190	363	1	0	0	293	5.136	15.128
TOTAL	35	4.529	10.292	685	16.417	38.166	1.596	29.720	71.175	2.807	45.605	99.650	46	1.735	3.440	20	171	417	5.189	98.177	223.140

* E: Establecimientos

** H: Habitaciones.

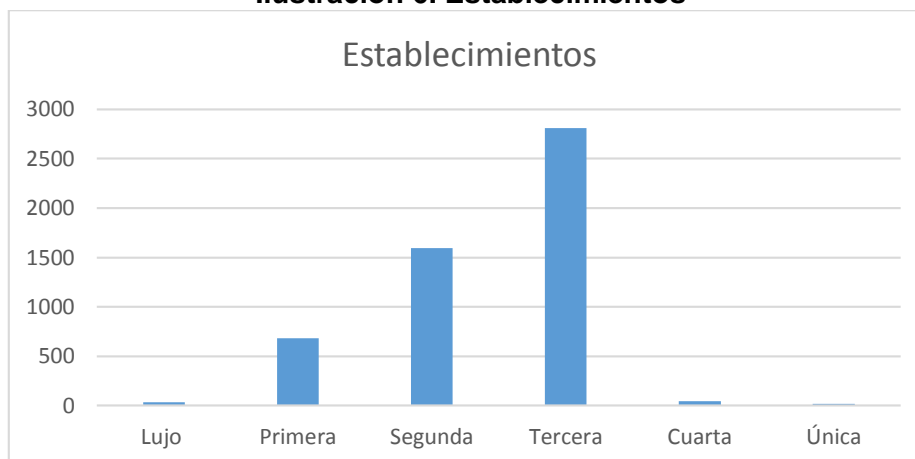
*** P: Plazas.

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

En base a la tabla N°7 se puede obtener lo siguiente:

Ilustración 6. Establecimientos



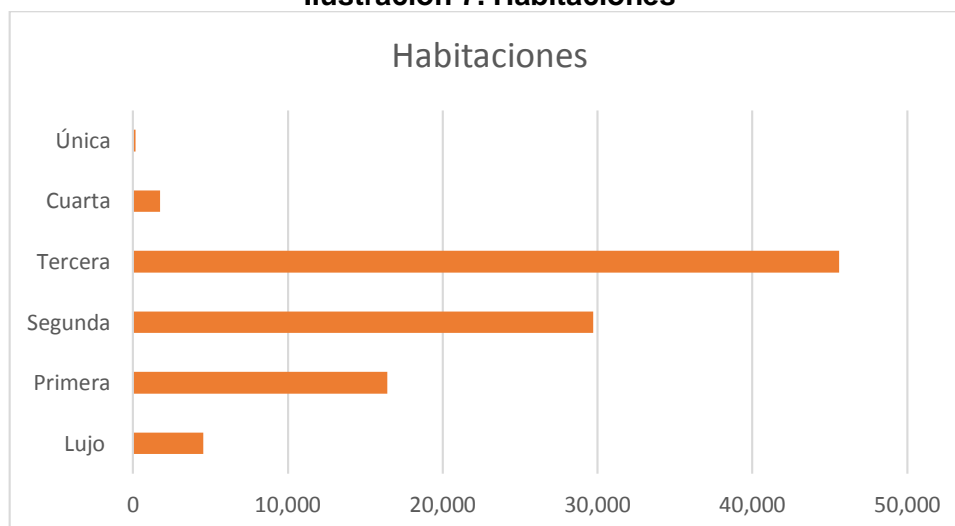
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

Con lo cual se puede ver que los establecimientos de tercera con 2.807 son los que más número de establecimientos existen en el país, siendo la provincia Manabí la que más establecimientos de tercera tiene con 419, seguido de Pichincha con 409, y provincia de Tungurahua con 239. Además los establecimientos de segunda son los que se posicionan en segundo lugar con un total de 1.596, en donde la provincia de Pichincha tiene el mayor número de establecimientos de segunda con 275.

Ocupando el tercer lugar son los establecimientos de primera con un total de 685, en donde la provincia de Pichincha es la que más establecimientos tiene con 143. Con lo que respecta a los establecimientos de lujo se tiene un total en todo el país de 35.

Ilustración 7. Habitaciones

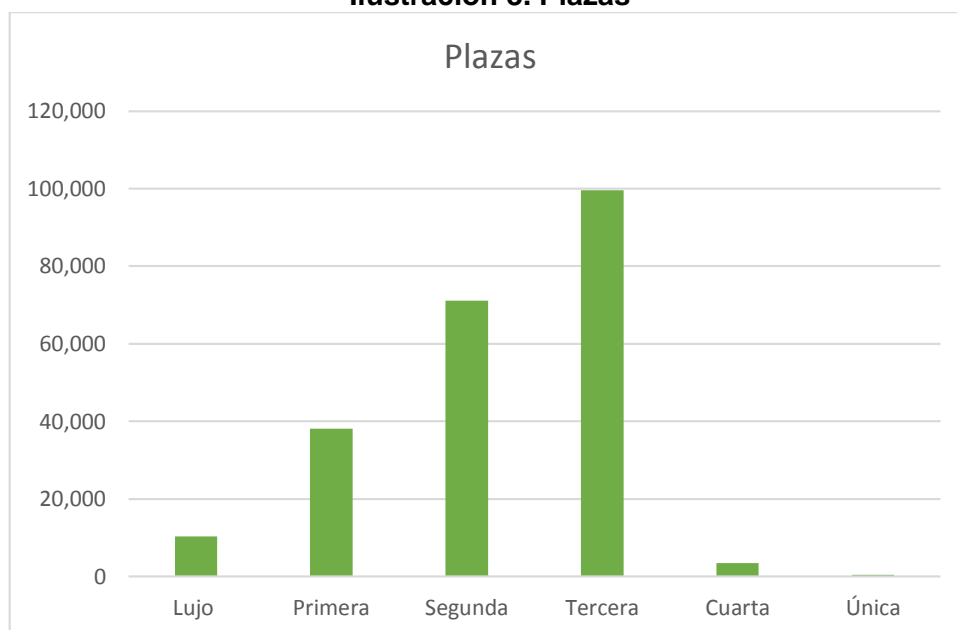


Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

A lo que respecta a las habitaciones las de tercera categoría son las que predominan con un total de 45.605, siendo la provincia de Manabí la que tiene mayor número con 6.004. Seguidamente se encuentran las habitaciones de segunda con un total de 29.720 siendo la provincia que más tiene habitaciones la de Pichincha con 4.502. Las habitaciones de primera tienen un total de 16.417 y las habitaciones de lujo con un total de 4.529.

Ilustración 8. Plazas



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

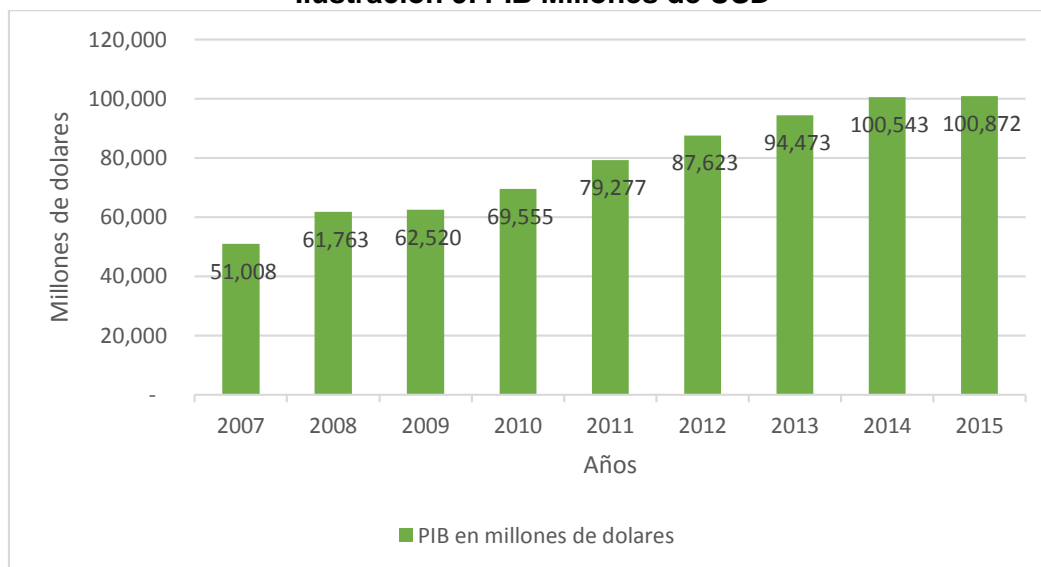
Elaborado por: La autora

Las plazas en el país también en su mayoría son las de tercera con un total de 99.650, siendo la provincia que tiene más plazas es la de Manabí con 15.057. Las plazas de segunda tienen un total de 71.175 siendo Esmeraldas la provincia que más tiene con 10.793; las plazas de primera tienen un total de 38.166 y las plazas de lujo con un total de 10.292.

2.10 Análisis del PIB

Al analizar las variables macroeconómicas, el estudio se centra en los indicadores de mayor relevancia con relación al turismo. En este caso se analizará el PIB en comparación con algunos indicadores turísticos desde el año 2010 hasta el 2015. El PIB a analizar es el nominal ya que para varios de los indicadores que se dan ya que en el Ministerio de turismo, World Economic Forum (WEF) y el World Travel and Tourism Council (WTTC) toman como base de análisis y comparativo con el PIB nominal como metodología global.

Ilustración 9. PIB Millones de USD

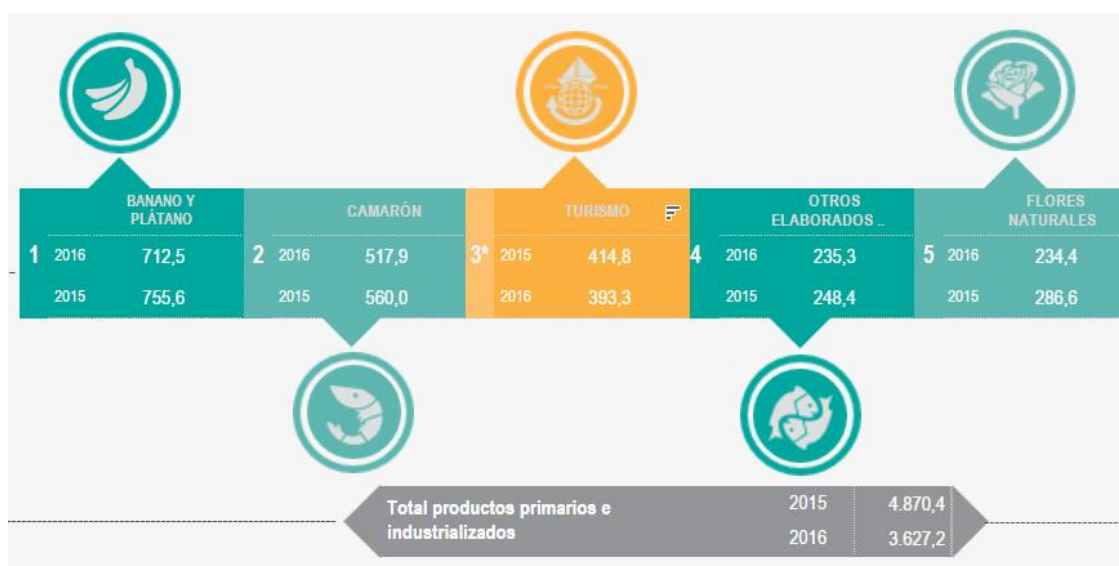


Fuente: Banco Central de Ecuador

Elaborado por: La autora

Además en la actualidad el turismo es la tercera fuente de ingreso no petrolero, siendo una de las más importantes del PIB ya que permite crear escenarios sostenibles y sustentables para aquellos sectores o áreas en donde se generan el turismo.

Ilustración 10. Fuente de ingreso



Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Coordinación General del Estado

Es por esto que en base a la ilustración se observa que la tercera fuente de ingreso del PIB no petrolero es el Turismo, estando por detrás de la exportación

del banano y plátano que es el primero, y de la exportación del camarón que es la segunda fuente de ingresos. Con base en esto, se puede decir que según el Ministerio de Turismo en el 2015 este sector aportó 414,8 productos primarios e industrializados y para el año 2016 tuvo un pequeño decremento y hasta 393,3.

2.11 Peso del consumo turístico emisor en el PIB

La importancia del turismo se puede medir a través del peso del consumo de turismo es por esta razón que se procederá a determinar el consumo turístico denominado CONTUREM, valores que calculan a partir de la balanza de pagos y los rubros de viajes que se suman a los viajes de transporte de pasajeros registrados entre los débitos de cuantas corrientes.

De esta forma se determina que el peso del consumo turística emisor, el mismo que se detalla a continuación:

Tabla 8. Peso de consumo turístico emisor PIB

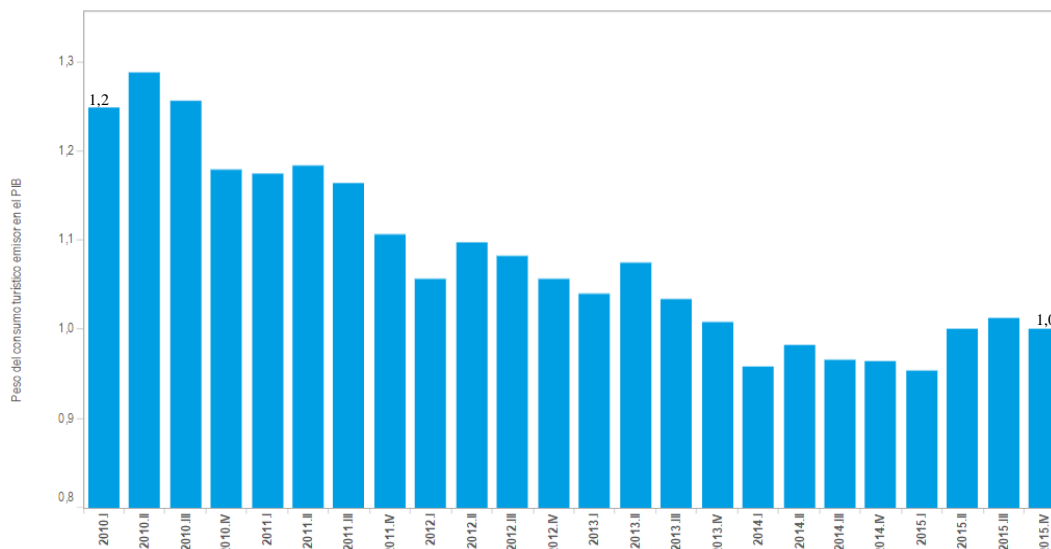
PESO DEL CONSUMO TURÍSTICO EMISOR EN EL PIB			
(en millones de dólares)			
Trim.	CONTUREM	PIB	Indicador
I 2010	209,2	16.762,6	1,2
II 2010	219,8	17.070,8	1,3
III 2010	218,8	17.429,4	1,3
IV 2010	215,5	18.292,6	1,2
I 2011	222,0	18.921,2	1,2
II 2011	233,4	19.724,5	1,2
III 2011	232,4	19.967,6	1,2
IV 2011	228,7	20.663,4	1,1
I 2012	228,6	21.662,5	1,1
II 2012	240,3	21.879,7	1,1
III 2012	239,2	21.947,1	1,1
IV 2012	235,4	22.134,1	1,1
I 2013	239,2	22.915,9	1,0
II 2013	251,8	23.331,5	1,1
III 2013	250,7	23.978,2	1,0
IV 2013	246,4	24.247,0	1,0
I 2014	247,0	24.584,9	1,0
II 2014	260,1	25.135,2	1,0
III 2014	259,0	25.621,7	1,0
IV 2014	254,4	25.201,4	1,0
I 2015	248,0	24.968,1	1,0
II 2015	248,0	25.510,8	1,0
III 2015	248,0	25.344,2	1,0
IV 2015	248,0	25.048,7	1,0

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

*CONTUREM: Consumo turístico emisor.

Ilustración 11. Peso de consumo turístico emisor PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ministerio de Turismo del Ecuador

El trimestre de mayor peso de consumo turístico se da en el tercero y cuarto trimestre del año, esta variable se evidencia desde el año 2010 al 2015, datos que demuestran la importancia que tiene el turismo en épocas específicas del año, situación que es beneficiosa para el país. Permitiendo desarrollar acciones en las épocas y periodo de años en donde hay mayor afluencia de gente y de visitas tanto nacionales como extranjeras. Adicionalmente es importante mencionar que a pesar de que el CONTUREM ha ido aumentando progresivamente, esto ha significado cada vez menor participación como porcentaje del PIB con una disminución de 0,2% en comparación del 2010 con el 2015.

2.12 Peso del consumo turístico receptor en el PIB

Con relación al peso del consumo de turismo receptor, el consumo se enfoca netamente en los visitantes no residentes que se obtienen como resultado de viajes directos. En este sentido se procede a calcular la CONTUREC, se obtiene de la información obtenida de la balanza de pagos y del rubro de viajes, más el rubro de transporte de pasajeros registrados entre los créditos de cuenta corriente.

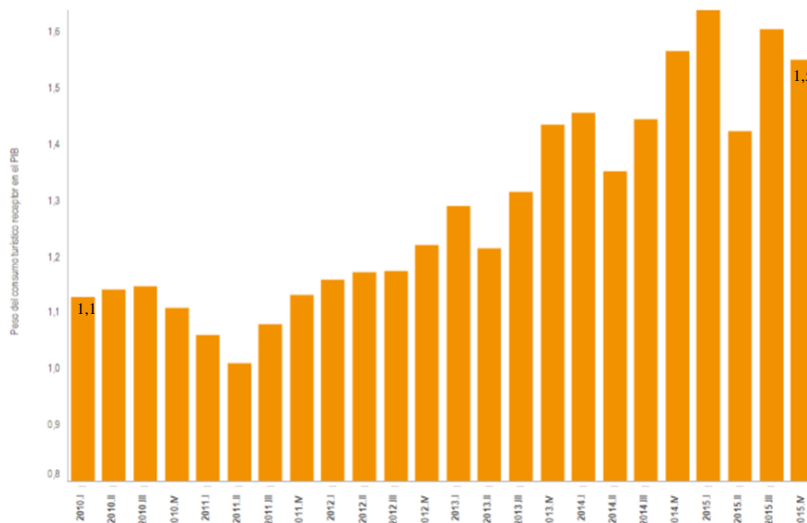
Tabla 9. Peso de consumo turístico receptor en el PIB

PESO DEL CONSUMO TURÍSTICO RECEPTOR EN EL PIB			
(en millones de dólares)			
Trim.	CONTUREC	PIB	Indicador
I 2010	189,0	16.762,6	1,1
II 2010	194,7	17.070,8	1,1
III 2010	199,9	17.429,4	1,1
IV 2010	203,0	18.292,6	1,1
I 2011	200,8	18.921,2	1,1
II 2011	199,3	19.724,5	1
III 2011	215,6	19.967,6	1,1
IV 2011	234,0	20.663,4	1,1
I 2012	250,3	21.662,5	1,2
II 2012	257,0	21.879,7	1,2
III 2012	259,5	21.947,1	1,2
IV 2012	272,0	22.134,1	1,2
I 2013	296,8	22.915,9	1,3
II 2013	284,9	23.331,5	1,2
III 2013	318,9	23.978,2	1,3
IV 2013	350,6	24.247,0	1,4
I 2014	364,1	24.584,9	1,5
II 2014	346,9	25.135,2	1,4
III 2014	375,6	25.621,7	1,4
IV 2014	400,6	25.201,4	1,6
I 2015	399,5	24.968,1	1,6
II 2015	357,2	25.510,8	1,4
III 2015	405,5	25.344,2	1,6
IV 2015	375,7	25.048,7	1,5

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Ilustración 12. Peso de consumo turístico receptor en el PIB

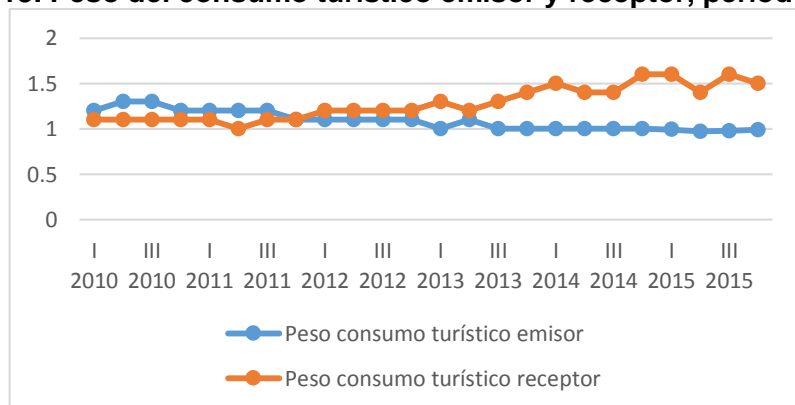


Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Como se evidencia en la tabla N°9 y la ilustración N°12 las visitas de no residentes mantienen una tendencia de crecimiento que puede variar de un trimestre a otro por factores que se relacionan con la existencia de periodos vacacionales o feriados, que son las temporadas altas en las que se impulsa el turismo tanto interno como externo. Al analizar el CONTUREC con respecto al PIB, es decir el peso del consumo turístico receptor, se puede observar que el mismo se incrementa año a año, es decir no solamente crece en el tiempo, lo cual es evidente por su valor indicado en la tabla, sino que está creciendo en su importancia con relación a un PIB que de igual manera está aumentando sostenidamente, esto indicaría que el peso del consumo turístico receptor va remontando en la economía del país. Este aumento del 0,4% en comparación del 2010 con el 2015 es importante ya que refleja un mayor gasto de los turistas que visitan Ecuador.

Ilustración 13. Peso del consumo turístico emisor y receptor, período 2010 - 2015



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

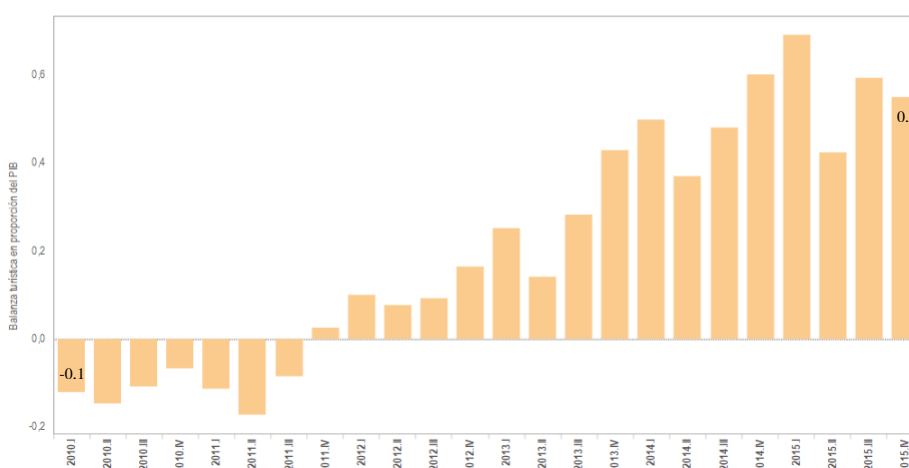
Al analizar comparativamente el CONTUREM y CONTUREC a través de los indicadores en relación al PIB, se puede observar gráficamente que el peso del consumo turístico receptor inicia con un valor bajo, pero va incrementándose en el tiempo, superando en gran medida al peso del consumo turístico emisor, lo cual mostraría un cambio positivo en la economía así como en el sector turístico Ecuatoriano, ámbito que se observará también a continuación mediante la balanza turística en proporción del PIB.

2.12 Balanza turística en proporción del PIB

La balanza turística forma parte de la balanza de pagos, no obstante, se incluye los ingresos de divisas por los visitantes internacionales y los egresos de divisa desde la nación. La información obtenida permite verificar la existencia de un equilibrio o desequilibrio en las transacciones con respecto al exterior, valores que son expresados como un déficit o superávit.

El superávit se determinará si el receptor es mayor que el emisor, o déficit cuando el receptor es menor que el emisor. Este factor tiende a ser vulnerable, ya que, al existir una mayor apertura para el ingreso por divisas, este indicador se incrementa. Situación que es favorable para los países que dependen del turismo. A continuación, se detalla la balanza turística desde el 2010 hasta el 2015.

Ilustración 14 Balanza Turística en proporción del PIB



Fuente: Ministerio del Turismo, 2015
Elaborado por: la autora

Tabla 10. Balanza Turística en proporción del PIB

BALANZA TURÍSTICA EN PROPORCIÓN DEL PIB					
(en millones de dólares)					
TRIM	CONTUREC	CONTUREM	CONTUREC- CONTUREM	PIB	INDICADOR
I 2010	189	209,2	-20,2	16762,6	-0,1
II 2010	194,7	219,8	-25,2	17070,8	-0,1
III 2010	199,9	218,8	-18,9	17429,4	-0,1
IV 2010	203	215,5	-12,5	18292,6	-0,1
I 2011	200,8	222,0	-21,3	18921,2	-0,1
II 2011	199,3	233,4	-34,1	19724,5	-0,2
III 2011	215,6	232,4	-16,8	19967,6	-0,1
IV 2011	234	228,7	5,3	20663,4	0
I 2012	250,3	228,6	21,7	21662,5	0,1
II 2012	257	240,3	16,6	21879,7	0,1
III 2012	259,5	239,2	20,2	21947,1	0,1
IV 2012	272	235,4	36,6	22134,1	0,2
I 2013	296,8	239,2	57,6	22915,9	0,3
II 2013	284,9	251,8	33,1	23331,5	0,1
III 2013	318,9	250,7	68,2	23978,2	0,3
IV 2013	350,6	246,4	104,2	24247,0	0,4
I 2014	364,1	247,0	117,1	24584,9	0,5
II 2014	346,9	260,1	86,9	25135,2	0,3
III 2014	375,6	259,0	116,6	25621,7	0,5
IV 2014	400,6	254,4	146,2	25201,4	0,6
I 2015	414,8	248,0	166,9	24968,1	0,7
II 2015	357,2	248,0	109,2	25510,8	0,4
III 2015	405,5	248,0	157,5	25344,2	0,6
IV 2015	375,7	248,0	127,7	25048,7	0,5

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Se puede observar en los valores anteriores que los años 2010 y 2011 fueron negativos en relación a la balanza turística, considerando el turismo receptor y turismo emisor según los valores del CONTUREC y CONTUREM. Sin embargo, a partir del 2011 la balanza se vuelve positiva y poco a poco va incrementándose, es decir que el turismo receptor genera mayores beneficios que el emisor y va creciendo su importancia en relación al PIB. Esto nos demuestra que en el Ecuador en los últimos años existe una mejora de la actividad receptiva del turismo y además que se ha favorecido a la balanza comercial en relación al turismo a partir del 2011, hasta el análisis hecho en el 2015 que alcanza el indicador positivo por un valor de 0,5.

2.13 Grado de apertura turística

Con la determinación de la apertura turista se obtiene información del gasto turístico internacional, el cual se determina sumando el gasto turístico receptor y

emisor. Al ser mayor el valor de este indicador, la atención se centrará en el turismo internacional (entrada y salida), siendo uno de los indicadores más importantes para determinar el gasto turístico que existe de año a año.

El crecimiento de este parámetro se debe interpretar como favorable y muestra de competitividad en aras de plantear acciones a futuro, en el marco de una estructura integral donde se potencie al turismo como una oportunidad de crecimiento y desarrollo sostenible.

El grado de apertura del Ecuador se centra en el turismo internacional, por ende, la acción estratégica se orienta a incrementar la visita de turistas internacionales con la finalidad de dinamizar la economía del país.

Tabla 11. Grado de apertura turística

GRADO DE APERTURA TURÍSTICA						
(en millones de dólares)						
TRIM	CONTUREC	CONTUREM	CONTUREC+ CONTUREM	PIB	Grado de apertura	Balanza en proporcion del PIB
I 2010	189,0	209,2	398,2	16762,6	2,38	-0,1
II 2010	194,7	219,8	414,5	17070,8	2,43	-0,1
III 2010	199,9	218,8	418,7	17429,4	2,40	-0,1
IV 2010	203,0	215,5	418,5	18292,6	2,29	-0,1
I 2011	200,8	222,0	422,8	18921,2	2,23	-0,1
II 2011	199,3	233,4	432,7	19724,5	2,19	-0,2
III 2011	215,6	232,4	448,0	19967,6	2,24	-0,1
IV 2011	234,0	228,7	462,7	20663,4	2,24	0,0
I 2012	250,3	228,6	478,9	21662,5	2,21	0,1
II 2012	257,0	240,3	497,3	21879,7	2,27	0,1
III 2012	259,5	239,2	498,7	21947,1	2,27	0,1
IV 2012	272,0	235,4	507,4	22134,1	2,29	0,2
I 2013	296,8	239,2	536,0	22915,9	2,34	0,3
II 2013	284,9	251,8	536,7	23331,5	2,30	0,1
III 2013	318,9	250,7	569,6	23978,2	2,38	0,3
IV 2013	350,6	246,4	597,0	24247,0	2,46	0,4
I 2014	364,1	247,0	611,1	24584,9	2,49	0,5
II 2014	346,9	260,1	607,0	25135,2	2,41	0,3
III 2014	375,6	259,0	634,6	25621,7	2,48	0,5
IV 2014	400,6	254,4	655,0	25201,4	2,60	0,6
I 2015	414,8	248,0	662,8	24968,1	2,67	0,7
II 2015	357,2	248,0	605,2	25510,8	2,37	0,4
III 2015	405,5	248,0	653,5	25344,2	2,58	0,6
IV 2015	375,7	248,0	623,7	25048,7	2,49	0,5

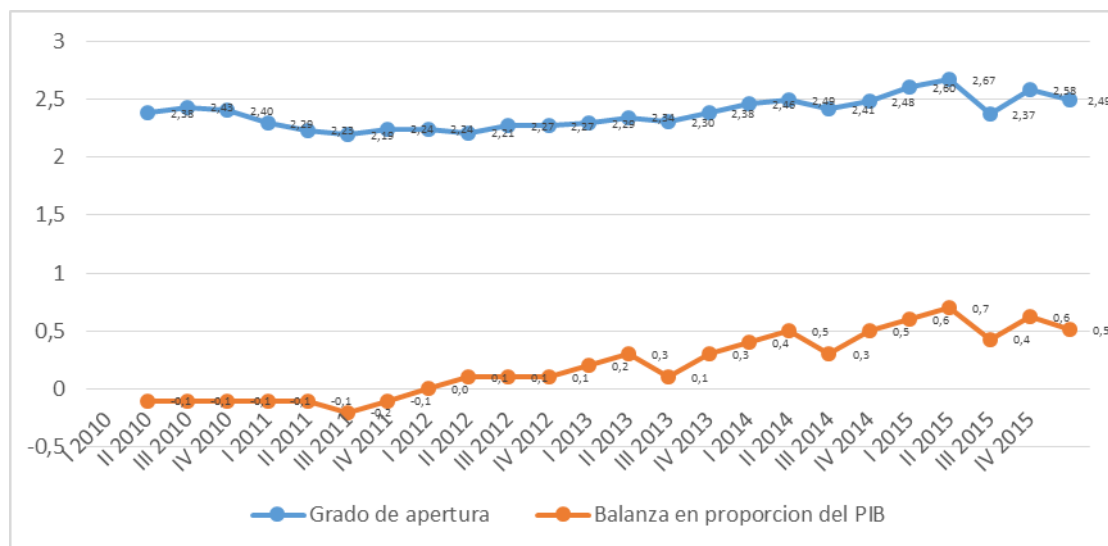
Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Al analizar el grado de apertura turística, se puede observar que en general el país se ha mantenido en un nivel de apertura estable, es decir que al sumar turismo receptor y descontar turismo emisor se tiene un valor más o menos estable en relación al gasto en turismo tanto que ingresa como egresa.

Sin embargo, al analizar con el indicador anterior de la balanza turística se observa que la tendencia está modificándose en el PIB en relación a tener más ingresos por turismo receptor que emisor, lo cual es favorable para la economía ecuatoriana y sin dejar de ser un país con apertura al turismo de todo tipo.

Ilustración 15. Grado de apertura turística y balanza turística en proporción del PIB, período 2010 - 2015



Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

El gráfico permite observar, como se mencionó previamente, que la balanza favorable para el Ecuador se ha incrementado principalmente desde el año 2011, pasando de negativa a positiva, superando la tendencia del grado de apertura turística, que también es importante, pero económicamente es favorable para el país una balanza positiva en el ámbito turístico.

Sin embargo, se debe resaltar que además de ser positiva la balanza turística en los últimos años, también tiene una tendencia a crecer en los últimos años asimismo esto se refleja en la apertura turística del país.

2.14 Grado de cobertura turística

La cobertura turística permite relacionar los indicadores de gastos turístico receptor y el emisor, con lo cual se puede determinar la capacidad del primero de financiar los gastos que ejecutan los residentes en el país de referencia cuando visitan el resto del mundo.

Tabla 12. Grado de cobertura turística

GRADO DE COBERTURA TURÍSTICA				
(en millones de dólares)				
TRIM	CONTUREC	CONTUREM	CONTUREC / CONTUREM	Grado de cobertura
I 2010	189,0	209,2	0,90	90,3
II 2010	194,7	219,8	0,89	88,6
III 2010	199,9	218,8	0,91	91,4
IV 2010	203,0	215,5	0,94	94,2
I 2011	200,8	222,0	0,91	90,5
II 2011	199,3	233,4	0,85	85,4
III 2011	215,6	232,4	0,93	92,8
IV 2011	234,0	228,7	1,02	102,3
I 2012	250,3	228,6	1,10	109,5
II 2012	257,0	240,3	1,07	107,0
III 2012	259,5	239,2	1,09	108,5
IV 2012	272,0	235,4	1,16	115,6
I 2013	296,8	239,2	1,24	124,1
II 2013	284,9	251,8	1,13	113,2
III 2013	318,9	250,7	1,27	127,2
IV 2013	350,6	246,4	1,42	142,3
I 2014	364,1	247,0	1,47	147,4
II 2014	346,9	260,1	1,33	133,4
III 2014	375,6	259,0	1,45	145,0
IV 2014	400,6	254,4	1,58	157,5
I 2015	414,8	248,0	1,67	167,3
II 2015	357,2	248,0	1,44	144,0
III 2015	405,5	248,0	1,64	163,5
IV 2015	375,7	248,0	1,52	151,5

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Como se muestra en la tabla el grado de cobertura evidencia que se supera los ingresos por turismo receptor al final del cuatrimestre del 2011, no obstante, se puede llegar a determinar que las corrientes monetarias de entrada son superiores al turismo emisor hasta diciembre del 2015.

Sin embargo, a partir del primer trimestre del 2010 hasta el 2011 se evidencio que el indicador era inferior a 100, es decir el gasto turístico receptor es más bajo al gasto turístico del emisor. Se confirma el crecimiento de la importancia del turismo principalmente receptor en la economía ecuatoriana.

2.15 Porcentaje del consumo turístico receptor/exportaciones de bienes

Mediante este indicador se determina la participación del gasto de consumo turístico y el valor de las exportaciones de bienes, al igual que la importancia del turismo receptor en la venta internacional de mercancías. Si el valor de este

indicador es mayor, se asume que la vocación del país esta orienta al turismo dejando de lado la actividad comercial.

Tabla 13. Ingreso por turismo receptor en las exportaciones de bienes

Ingreso por turismo receptor en las exportaciones de Bienes									
(en millones de dólares y porcentaje)									
Ecuador	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
% Ingreso por turismo	4%	4%	5%	5%	4%	4%	4%	3%	3%
Ingreso por turismo receptor	623	742	670	781	843	1027	999	1062	1125
Exportaciones de Bienes	14234	18432	13539	17251	22292	23724	24739	26586	28433

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Los ingresos por turismo receptor han disminuido en su participación porcentual en las exportaciones de bienes en un 4% desde el 2007 a 3% en el 2015. Adicionalmente se evidencia que el turismo de entrada de bienes es mayor a la especialización turística en el país. Denotando que todavía el banano y el camarón son exportaciones de alto impacto en la economía del país; por lo que de aquí podemos resaltar la importancia de la inversión en el sector turístico.

2.16 Porcentaje del consumo turístico receptor / Remesas de los migrante

Demuestra la participación que tiene el gasto de consumo turístico receptor del valor de las remesas de los migrantes, denotando la importancia relativa del turismo receptor a través de la circulación monetaria y física de las remesas de migrantes.

Tabla 14. Consumo turístico receptor

Ingreso por turismo emisor en la importación de remesas									
(en millones de dólares y porcentaje)									
Ecuador	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
%Porcentaje de Turismo	25%	25%	20%	17%	19%	24%	24%	37%	39%
Ingresos por turismo receptor	623	742	670	781	843	1027	999	1062	1125
Remesas	3335	3083	2736	2523	2672	2446	2989	3067	3144

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Desde el 2007 hasta el 2015 se evidencia crecimiento en la participación de las remesas, sin embargo, hay que considerar que los años del 2010 y el 2012 bajaron sustancialmente. Por ende, los ingresos por turismo receptor sobre las remesas de los migrantes tienden a crecer a una tasa promedio del 11%.

2.17 Porcentaje del consumo turístico emisor /importación de bienes

El porcentaje de consumo turístico emisor de importación de bienes evidencia la participación del gasto de consumo turístico en el valor de las importaciones de bienes, por tanto, la importancia radica en las compras internacionales de mercancías que realiza el turismo emisor.

Tabla 15. Egreso por turismo emisor en la importación de bienes

Egreso por turismo emisor en la importación de Bienes									
(en millones de dólares y porcentaje)									
Ecuador	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
% Egresos por turismo	3,7%	2,9%	3,6%	2,8%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,3%
Egreso por turismo emisor	504	542	549	568	594	607	656	685	713
Importación de Bienes	13762	18686	15127	20056	24285	25153	26904	29000	31096

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Como se muestra en la tabla, los egresos por turismo en comparación la importación de bienes son en promedio 2,78%, además que las importaciones crecieron en un promedio del 16% anual, mientras que el turismo creció en un 6% promedio.

Por lo tanto, las importaciones tienen un crecimiento mayor al crecimiento del turismo emisor. A este indicador se asocia el volumen de importaciones y el precio de los productos importados, situación que tiende a cambiar de acuerdo al nivel de ingreso que se genera en el año.

2.18 Porcentaje del consumo turístico emisor / Importaciones de servicio

A través de este mecanismo se conoce la participación que tiene el gasto de consumo turístico emisor y el valor de las importaciones de servicios. Dentro de este apartado no se consideran variables como el transporte y las

comunicaciones. A continuación, se detallan el consumo turístico emisor del Ecuador con relación a las importaciones de servicios:

Tabla 16. Egreso por turismo emisor en la importación de servicio

Egreso por turismo emisor en la importación de servicios
(en millones de dólares y porcentaje)

Ecuador	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Porcentaje de Turismo	20%	18%	21%	19%	19%	19%	19%	18%	18%
Egreso por turismo emisor	504	542	549	568	594	607	656	685	713
Importación de servicio	2572	2990	2618	3010	3166	3251	3522	3695	3869

Fuente: Ministerio del Turismo, 2015

Elaborado por: la autora

Las importaciones de los servicios representan un 19%, es decir que las importaciones crecieron en un promedio del 8% mientras que los egresos por turismo se mantuvieron en un 6%. Se evidencia que existe prevalencia por la importación de servicios siendo indispensable cambiar la estructura actual del turismo con relación a esta variable.

2.19 Reflexiones Capítulo II

Según lo manifestado en este capítulo, Ecuador posee una ubicación geográfica privilegiada (situado al noreste de América del Sur; limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico; además que posee 4 regiones naturales). Lo cual favorece a la existencia de variedad de recursos naturales, además posee facilidad de transporte ya que existen varias empresas dedicadas a este giro del negocio, mismas que se encuentran reguladas tanto por la ANT como por el MINTUR; garantizando así excelencia en el servicio. Otro elemento a destacar es la existencia de varios puertos y aeropuertos en Ecuador; pero estos no han sido utilizados en su totalidad desperdiciando así su capacidad instalada.

Ecuador posee el 19% de su territorio (256.370 km²) compuesto por áreas protegidas, un reconocimiento por parte de la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad, la segunda reserva marítima más grande del mundo en Galápagos, el 10% de especies de plantas del mundo y es el país con mayor flora y fauna por km² del mundo; siendo todos estos atributos únicos de Ecuador los que le convierten en una potencia turística y competitiva.

Ecuador posee una gran cantidad de sitios turísticos dedicados al servicio de alimentos y bebidas siendo este casi el 67% del total de sitios turísticos registrados, seguido por los servicios de alojamiento 22% y finalmente los servicios de intermediación 4,7%.

Ecuador cuenta con una gran cantidad de capacidad instalada hotelera (5.189 establecimientos, 98.177 habitaciones, 223.140 plazas) dividida en plazas, establecimientos y habitaciones; estos se ubican principalmente en Guayas,

Manabí y Pichincha. Es importante destacar que las actividades turísticas pueden ejecutarse en cualquier provincia por lo que debería existir mayor capacidad hotelera instalada distribuida en las diferentes provincias; además que existe mayor cantidad de capacidad hotelera instalada de segunda y tercera categoría, evidenciando la falta de un turismo de calidad y la preferencia del consumidor hacia establecimientos, habitaciones o plazas de menor precio.

La investigación demuestra también que para el periodo de estudio el porcentaje de turistas así como el gasto de los mismos ha ido aumentando significativamente. Por ejemplo tenemos que el consumo turístico receptor al 2010 sobre porcentaje del PIB era de 1,1%, mientras que al 2015 este aumento al 1,5%.

En el sector turístico ecuatoriano se ha podido evidenciar vulnerabilidad externa por lo que se han planteado políticas que buscan contribuir a mitigar los riesgos de esta; como son: sustitución de servicios que resultan de los viajes al exterior de residentes ecuatorianos. Esto se ve evidenciado al comparar el gasto recibido por turismo con el gasto realizado por los residentes ecuatorianos en otros países teniendo que al principio de este análisis presentaba una balanza negativa de -0,1% en 2010 y al final del análisis el resultado de la balanza entre turismo emisor y receptor es positiva con 0,5% en 2015.

Los ingresos por turismo receptor son cada vez mayores duplicando así los ingresos de \$189,0 millones 2007 a \$375,7 millones en 2015; pero si comparamos con el total de exportaciones del país este rubro es menos significativo (-1% en comparación 2007 con 2015); lo que muestra que a pesar de que el turismo sea creciente esto no es lo suficientemente significativo para la economía.

Las importaciones de los servicios (servicios de: turismo, legales, custodia, bancarios, etc) representan un 19% de total de importaciones, es decir que las importaciones crecieron en un promedio del 8% mientras que los egresos por turismo emisor se mantuvieron en un 6%. Se evidencia que existe prevalencia por la importación de servicios siendo indispensable una mejora la mejora en los factores productivos.

3. CAPÍTULO III: COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL ECUADOR.

3.1 Introducción

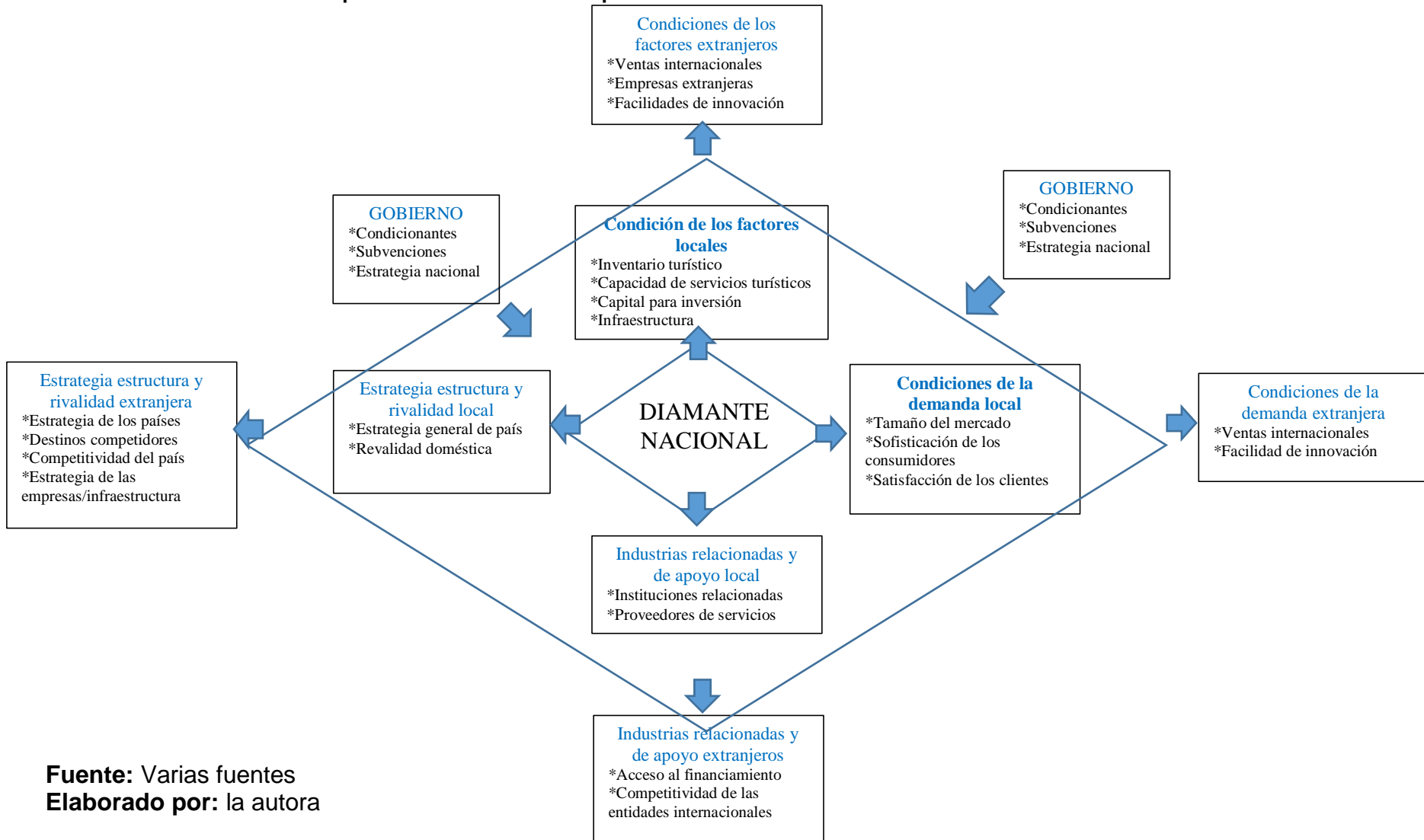
La presente investigación ha desarrollado por una parte un análisis del Diamante de Porter, específicamente el doble diamante, con el aporte de los autores Moon, Rugman y Verbeke para establecer de forma cualitativa los niveles de competitividad que tiene el Ecuador en relación al turismo. Por otra parte, para dar mayor soporte a la evaluación, se desarrolla un análisis FODA en el cual se presentan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del turismo en el Ecuador como destino a nivel mundial y se concluye con este análisis como base para la determinación de futuras estrategias para que el país pueda mejorar su competitividad a nivel mundial.

3.2 Análisis de competitividad en base al Diamante de Porter

El presente análisis de competitividad turística que tiene el Ecuador, se realiza en base a la matriz de Porter y específicamente en base al alcance realizado por los autores Moon, Rugman y Verbeke, en donde se considera el ámbito internacional para llegar al doble diamante.

Para el diagnóstico realizado de competitividad, se ha considerado los ajustes respectivos aplicados al turismo del Ecuador, pues el diamante de Porter se orienta a nivel de países y/o empresas. La mayoría de puntos de esta metodología son aplicables al caso del turismo, por lo que con el ajuste respectivo que se podrá desarrollar el diagnóstico. A continuación se presenta esquemáticamente el doble diamante de Porter aplicado al turismo del país.

Ilustración 16. Análisis de competitividad del Ecuador esquematizado mediante el Doble Diamante



Fuente: Varias fuentes
Elaborado por: la autora

3.2.1 Diagnóstico interno (Diamante nacional)

3.2.1.1 Condiciones de los factores locales

Al analizar los factores de competitividad local, se ha podido observar en el diagnóstico realizado en los capítulos anteriores, que el inventario turístico del país, es muy extenso y sobre todo de muy alto nivel. Cada provincia dispone de un inventario turístico importante, desde el ámbito de los atractivos naturales y de atractivos culturales.

El Ecuador posee una diversidad natural con sus 4 regiones naturales que es incomparable, además de que, por ser un país pequeño los atractivos pueden encontrarse relativamente muy cerca unos de otros.

Los atractivos naturales son únicos en el mundo y son considerados algunos de ellos, como es el caso de Galápagos, de entre los más importantes a nivel mundial.

De esta manera comparativamente, el Ecuador se encuentra en una posición privilegiada en relación a muchos países en cuanto a inventario turístico, destinos y atracciones turísticas a nivel mundial.

Capacidad de servicios turísticos

Se ha podido previamente profundizar acerca de la capacidad de los servicios turísticos, determinándose que existe una gran cantidad de servicios turísticos en los diferentes lugares del país, muchos de ellos de alta calidad. Sin embargo, hay que observar también que muchas localidades del país, que no tienen los mejores servicios turísticos, tanto en infraestructura, servicio al cliente o productos entregados, pero existe mucha diversidad, por lo que los turistas pueden elegir, por ello se puede indicar que la capacidad de los servicios turísticos es muy variada, existen servicios de alto nivel y en cantidad, como también en ciertas localidades en las que existe falta de infraestructura y falta de calidad en los servicios, ámbito en el que se debe considerar establecer un control y soporte estratégico.

Personal e infraestructura

El caso de la operación del personal y la infraestructura, es un reflejo de los servicios turísticos mencionados en el apartado anterior, existiendo lugares donde existe personal calificado, y en suficiente cantidad y un servicio proporcionado de primera clase, así como otros lugares donde la atención no es buena y el servicio tampoco. Sin embargo hay que tomar en cuenta que en general en el país, existe en su mayoría calidez de la gente, lo cual es una ventaja importante.

Capital para inversión, actividades turísticas

El país en general no tiene capital suficiente para inversiones muy grandes e infraestructura turística, lo cual no lo hace tan competitivo como otros países en ciertos ámbitos, sin embargo la riqueza natural que dispone el Ecuador compensan esta falta de inversión.

Hay que tomar en cuenta que en Ecuador no se han implementado grandes infraestructuras como parques temáticos o museos de grandes proporciones o características, lo cual en otros países son grandes generadores de ingresos.

Tabla 17. Resumen de las características de competitividad medido en base a las condiciones de los factores locales

Inventario turístico	Posición privilegiada en relación a otros países
Capacidad de servicio	Posición alta en ciudades principales, así como en destinos turísticos de renombre, pero mucha variedad, con servicios intermedios o malos en otras localidades.
Personal e infraestructura	Personal calificado e infraestructura de calidad en algunas localidades y en otras personal que no entrega la mejor atención y servicio.
Capital para inversión turística	Posición baja en relación a inversiones en infraestructura turística. No existe capacidad muy grande de inversión y no existe infraestructura de grandes proporciones como parques temáticos o museos de grandes proporciones.

Fuente: Varias fuentes

Elaborado por: la autora

3.2.2 Condiciones de la demanda local

Tamaño del mercado

El turismo actualmente está soportado en una proporción importante por la demanda local del país, sin embargo al ser un país pequeño y una población pequeña, dentro del cual existe un importante porcentaje de personas pobres y un bajo ingreso per cápita, por lo que la demanda del mercado interno es limitada, esto es parte por lo que el país aún no tiene un porcentaje importante de participación en el PIB (1,6% del PIB), así como tampoco los suficientes ingresos por concepto de turismo interno.

Sofisticación de los consumidores

Actualmente el cliente a nivel de Ecuador es bastante exigente. Años atrás no existía una exigencia en relación a servicios, lo cual generaba que muchos prestadores de

servicios turísticos no entreguen la mejor atención o el mejor servicio, sin embargo en las últimas década los consumidores de servicios turísticos son más exigentes y esto ha generado mayor competitividad en relación a servicio y por tanto buenos niveles de atención en la mayoría de los prestadores de servicios turísticos.

Los turistas extranjeros también son exigentes en cuanto a servicio y por tanto esto también eleva los niveles de servicio.

Satisfacción de los clientes

La satisfacción de los turistas está dada por la oferta de turismo existente en el Ecuador, la infraestructura y servicios turísticos y el nivel de servicio prestado, por lo que, habiendo previamente analizado esto, se puede determinar que en un alto porcentaje de los casos, los clientes se encuentran satisfechos por el servicio recibido en Ecuador y principalmente por los beneficios obtenidos de los lugares turísticos, servicios y vivencias que han podido tener en país. Teniendo en claro que existen aspectos que mejorar aún y son los que se deberán tomar en cuenta en las estrategias para el mejoramiento del turismo.

Tabla 18. Resumen de las características de competitividad medido en las Condiciones de demanda local

Tamaño de mercado	El tamaño del mercado local no es muy grande y por tanto no es soporte suficiente para el turismo, sin embargo actualmente este tamaño cubre una proporción importante de la oferta existente. El tamaño del mercado no es soporte importante para favorecer la competitividad del turismo en el país.
Sofisticación de los consumidores	La sofisticación de los consumidores, ha favorecido para que los servicios sean de mejor calidad, lo cual a su vez favorece a la competitividad del país, en la mayor parte de casos.
Satisfacción de los clientes	Los servicios turísticos en el país, sumado a los destinos y los niveles de servicio generan en una proporción importante una satisfacción de los turistas internos y externos, lo cual en general muestra una buena posición competitiva.

Fuente: Varias fuentes

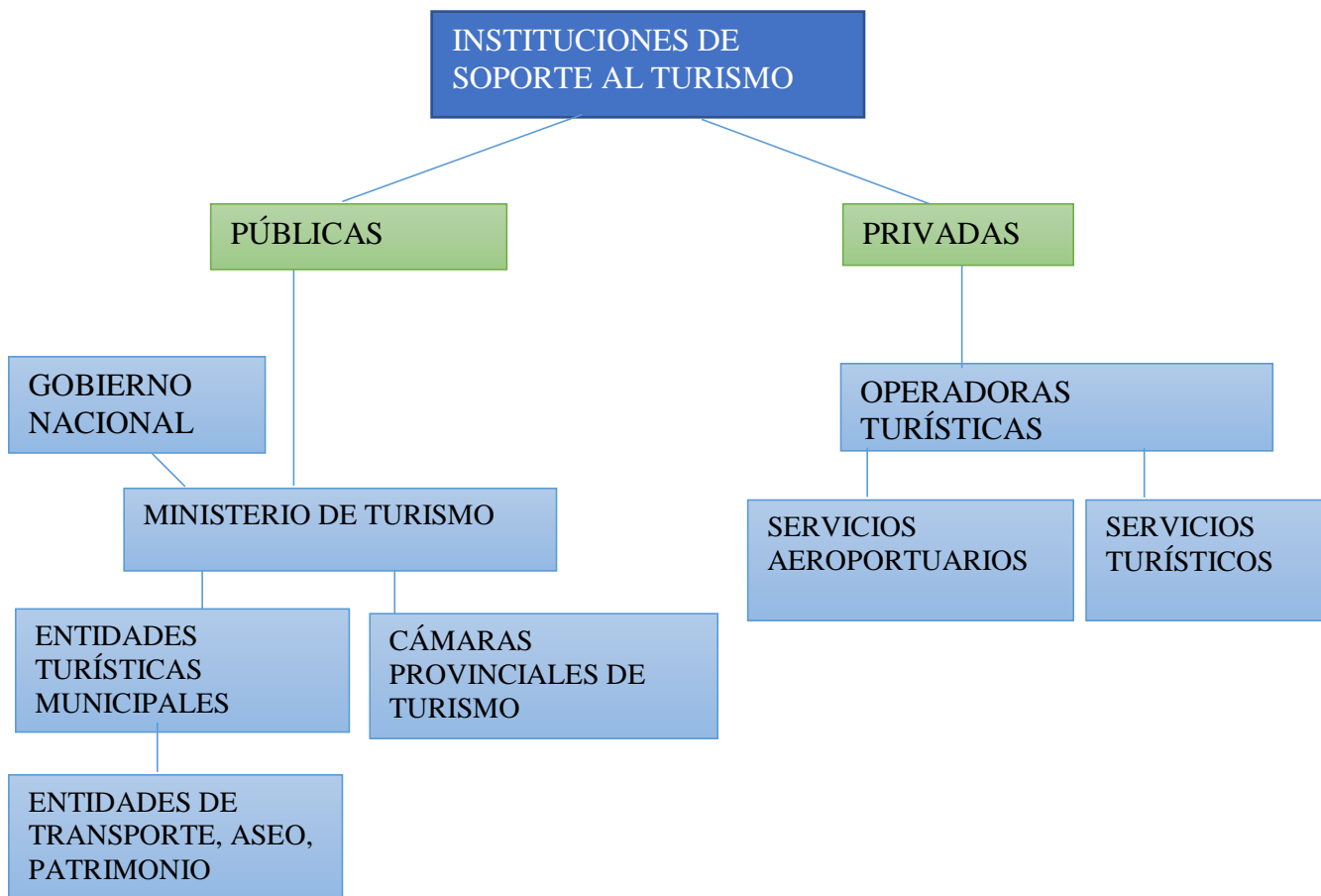
Elaborado por: la autora

3.2.3 Industrias relacionadas y de apoyo local

Instituciones relacionadas

Las instituciones a nivel de país que dan soporte al turismo son:

Ilustración 17. Instituciones relacionadas



Fuente: Varias fuentes

Elaborado por: la autora

Dentro de las entidades públicas se encuentra el Ministerio de Turismo a la cabeza de las operaciones que se realizan a nivel de país, siendo esta entidad es la encargada de la promoción en general del país. Esta entidad ofrece soporte, permisos y regulaciones de la actividad turística del país. Esta entidad trabaja conjuntamente y bajo el gobierno nacional quien presenta los lineamientos, regulaciones a nivel de país. (Moreno Zapata, 2007)

Según Gustavo Segura (2007) basado en los planteamiento del Plan Estratégico de turismo Sostenible del Ecuador pone como evidencia que las entidades turísticas municipales son independientes, pero trabajan bajo las regulaciones nacionales. Son las que se encargan mayormente de promover el turismo en sus propias localidades. En el caso de las localidades o poblaciones más pequeñas tienen mayor soporte del Ministerio de Turismo del Ecuador para su promoción y organización. Además están las Cámaras provinciales, así como las entidades relacionadas como son: transporte, aseo, patrimonio, entre otras. En el Ecuador estas entidades son eficientes principalmente en las ciudades más grandes y en las ciudades turísticas, los demás

lugares en muchos casos son poco atendidos, señalizados o provistos de servicios adecuados.

Las operadoras turísticas, así como empresas de servicios turísticos de igual manera, las que operan en las principales ciudades del Ecuador, son eficientes y favorecen a la provisión de servicios de calidad al sector. En el caso de las localidades pequeñas es variable, donde existen empresas o negocios que dan un importante soporte al turismo local y en otros casos no favorecen a este.

Campañas del Ministerio de Turismo

Como se mencionó el Ministerio de Turismo regula y fomenta el turismo en el Ecuador, sin embargo uno de los principales logros que ha tenido está basado en las campañas que se han realizado a nivel de país.

El Ministerio de Turismo ha realizado varias campañas, entre ellas la más fuerte denominada: All you need is Ecuador, presentada en “19 ciudades del mundo, 7 de ellas de Ecuador, con miras a posicionar al país como destino turístico de clase mundial.” (Ministerio de Turismo, 2014).

Video comercial de All you need is Ecuador



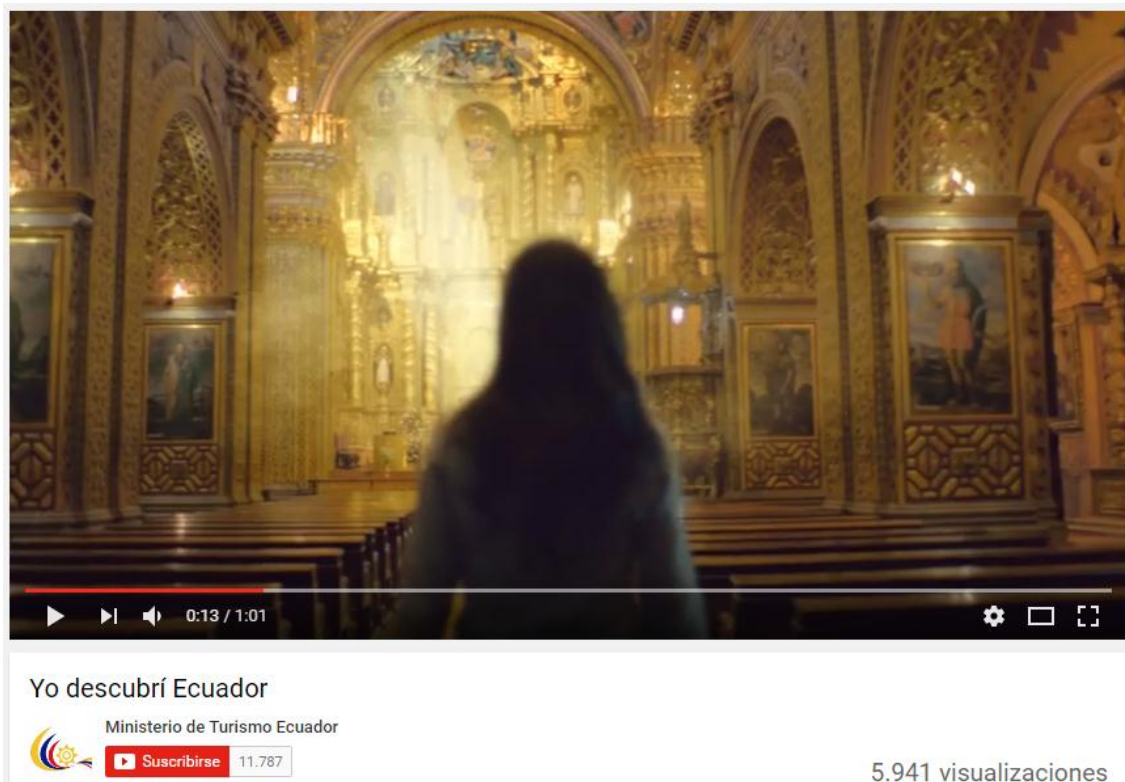
Fuente: Youtube (2016), link: <https://www.youtube.com/watch?v=zVAtiPmDlf4>

Se puede mencionar también la segunda etapa de la campaña de Ecuador que se encuentra en la actualidad en promoción y que presenta, de acuerdo al Ministerio de Turismo:

Lo mejor de Sudamérica, (The best of South America) y también se difundirá en Argentina, Chile, Brasil, Perú, Colombia... la campaña busca atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia (Ministerio de Turismo, 2016).

Esta campaña ha utilizado medios impresos en: "International Living, National Geographic, Travel&Leisure, Conde Nast, LonelyPlanet, Semana, Caretas, Viagem e Turismo, entre otros medios de renombre internacional". Además televisión pagada en: "Caracol Colombia, RCN, Frecuencia Latina, Warner Channel, Sony TV, Fox, Discovery Channel, National Geographic, BBC, CNN Internacional y Telesur". (Ministerio de Turismo, 2016). Además se ha realizado una campaña web en googleadwords, Facebook, YouTube y Twitter.

Video de la campaña "Yo descubrí Ecuador"



Fuente: Youtube (2016), link: https://www.youtube.com/watch?v=J6K_Lu9FCgY

En los últimos años, las campañas realizadas por el Ministerio de Turismo han entregado un importante apoyo al turismo a nivel de Ecuador, que, como se ha

observado en las cifras, ha logrado incrementar el PIB de forma sostenida hasta el año 2015. No hay que descartar los esfuerzos y logros de las diferentes ciudades, así como la empresa privada, que han logrado importantes reconocimientos y que desarrollan su propia promoción, pero es claro que parte del éxito a nivel macro, han sido la promoción turística del Ministerio de Turismo con sus campañas.

Proveedores de servicios

En el Ecuador, además de los destinos, existen lugares que han logrado el reconocimiento a nivel internacional. Uno de los casos es el Hotel Casa Gangotena que ha tenido reconocimiento internacional como uno de los hoteles como uno de los 25 mejores hoteles del Mundo, calificado por el TravellersChoice, con calificaciones de los usuarios. Este es uno de los ejemplos de los varios establecimientos que han conseguido reconocimiento a nivel mundial y mediante la calificación del turista. Así mismo se pueden observar en el país una gran cantidad de espacios hoteleros, restaurantes y servicios de clase mundial en los diferentes destinos como Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Galápagos y otros.

Estos lugares dan la posibilidad y por tanto indican un alto nivel de competitividad para los proveedores de servicios turísticos. Sin embargo existen también proveedores de todo nivel, así como precio donde se ofertan servicios de calidad y de baja calidad, con un precio bajo.

Se puede indicar que existe un nivel de competitividad alto a nivel internacional en relación a proveedores turísticos. Sin embargo hay que tomar en cuenta que el país no dispone de lugares con grandes infraestructuras como parques temáticos o museos a nivel mundial, estando al margen en este tipo de atracciones, que los países con gran capacidad de inversión lo tienen, pero también lo han podido tener en casos como México que tiene uno de los lugares más atractivos del mundo por sus parques temáticos.

Tabla 19. Resumen de las características de competitividad medido en base a las Industrias relacionadas y de apoyo local

Instituciones relacionadas	La mayor parte de instituciones relacionadas al turismo en el Ecuador han logrado dar soporte y se ha alcanzado a nivel de país ir posicionando la marca de Ecuador, lo cual se ha verificado en resultados, por lo que son un soporte a la competitividad.
Proveedores de servicios	Favorecen a la competitividad alta la mayor parte de empresas que proveen de servicios en el Ecuador, aunque existen empresas y proveedores que no presentan el mejor nivel.

Fuente: Varias fuentes
Elaborado por: la autora

3.2.4 Estrategia estructura y rivalidad local

Estrategia del país

Como se ha mencionado, el país cuenta en la actualidad con una estrategia a nivel turístico que está dando frutos y que ha logrado posicionar al Ecuador dentro de los países atractivos para el turismo. Parte de esta estrategia es la marca país “Ecuador Ama la Vida”, slogan soportado con un isotipo llamativo que tiene varias características en relación a colores y significado, mismo que es utilizada en diferentes ferias, promociones a nivel internacional, la cual ha dado soporte a la marca país y ha facilitado el posicionamiento que se está perfilando.

Símbolo de Ecuador Ama la Vida



Además en el Ecuador se ha considerado un plan estratégico para ir fomentando el turismo, como es el Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (PLANDETUR 2020) que busca consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, con la participación del sector público bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR), además con la participación del sector privado y los GADs, municipales.

Se modificó en el 2008 la Ley de Turismo, para mejorar las actividades turísticas, en todos sus ámbitos, para brindar un servicio de calidad a los turistas y pueda ir incrementándose el turismo en el país.

También en el año 2012 se ejecutaron actividades para promocionar al país, a nivel nacional e internacional, mediante el uso de varias herramientas de comercialización, posicionamiento y publicidad. El Ministerio de Turismo en el año 2015 participó en 53 eventos internacionales, en 23 países, 53 ciudades; con 376 operadores turísticos ecuatorianos y se realizaron 80 proyectos de promoción, en cinco mercados objetivos, a través de 49 ferias y eventos, otorgando 556 espacios a coexpositores.

Todos estos planes de acción han permitido que el turismo vayan en incremento como se pudo ver anteriormente en la tabla N° 9 que a partir del 2010 se ha tenido un indicador de 1,1 manteniéndose para el año 2011, con un aumento en los siguientes años en el 2012 se tuvo un indicador de 1,2, en el 2013 se terminó en el cuarto periodo con un indicador de 1,4, para el 2014 1,6 y en el primer trimestre del 2015 con un indicador de 1,6 , lo que quiere decir que a partir de la aplicación de las estrategias se ha generado resultados positivos para el país.

Rivalidad doméstica

Como en todo entorno empresarial, más que rivalidad entre empresas, existe una competencia muy fuerte, especialmente en el turismo donde existe, como se ha observado, un mercado muy grande y empresas muy fuertes que compiten por la recepción de los turistas, servicios, oferta de comida, etc. Sin embargo esta competencia ha generado la necesidad de presentar servicios de mejor calidad y ha aumentado la misma. Inclusive estas empresas no solamente compiten a nivel local, sino también a nivel internacional, donde algunos hoteles o servicios turísticos buscan competir con los servicios a nivel internacional, logrando estándares a nivel mundial como se ha analizado previamente. (Segura, 2007)

3.2.5 Gobierno

Condicionantes del país

A pesar de que existe una cierta inestabilidad jurídica a nivel de país en relación a las empresas, al empleo y con una legislación cambiante que no apoya a la estabilidad empresarial, las empresas turísticas y el fomento al turismo no ha tenido trabas. Contrariamente las políticas públicas han favorecido al turismo en el país, generando resultados tangibles que se han podido observar en los capítulos anteriores. Sin embargo aún existen condicionantes en ámbitos como la inversión extranjera, que no se ha dado suficiente fomento, por lo que para las grandes empresas extranjeras aún no es fácil ingresar al país debido a la inestabilidad mencionada. (MINTUR & Tourism & leisure advisory services (T&L), 2007)

Subvenciones

En Ecuador existe la “Ley de Turismo”, está creada con la finalidad de que este sector tenga suficientes incentivos como la exención del pago de tributos, impuestos y devolución de aranceles en el caso de requerir la importación de materia prima. Uno de los incentivos es que las empresas que incurran en marketing internacional pueden deducir de su base imponible hasta el 5% de sus ingresos esto siempre y cuando cumpla con otras condicionantes como son: un monto mínimo de inversión, ubicación, impacto ambiental e impacto socioeconómico. (Ministerio de Turismo, 2002)

Estrategia nacional

Como se ha mencionado, la estrategia a nivel de país, ha tenido logros importantes y es el gobierno nacional, a través del Ministerio de Turismo, entidades relacionadas y las políticas públicas implementadas, quienes han favorecido al área del turismo en el país. Existen varias estrategias entrelazadas con el fin de potenciar el turismo, tales como: PLANDETUR, Cambio de la Matriz Productiva como uno de los sectores priorizados, Ley de turismo, Ecuador Potencia turística, etc.

3.2.6 Diagnóstico externo (Diamante internacional)

Para el diagnóstico externo se ha considerado analizar las variables de los países en el mundo que reciben mayor cantidad de turistas y a nivel de Hispano América, además de los países más visitados de acuerdo al ranking global por continente y cuáles son los destinos competidores. Tanto las perspectivas mundiales como el análisis específico de los países toman en cuenta el análisis del barómetro internacional de turismo y las cifras del World Travel and Tourism Council (WTTC).

En base al contexto anterior y para hacerlo comparativo en relación a economía se ha considerado el Ranking económico. Y finalmente se ha tomado en consideración las empresas mundiales con mayores ganancias con el fin de tener información comparativa del Ecuador en relación a las diferentes variables competitivas del turismo en el mundo y en Latinoamérica. (World Travel & Tourism Council, 2016)

3.2.6.1 Estrategia estructura y rivalidad extranjera

Sobre todo en el campo del turismo. La actividad extranjera es muy importante, más aún si se busca analizar la competitividad del Ecuador, puesto que la competitividad estará dada por la comparación con otros destinos y países del mundo. A continuación se presenta los principales factores que pueden influir para la competitividad del Ecuador en relación al turismo a nivel internacional.

Estrategia de los países

Al analizar la competitividad, así como la estructura de la competencia a nivel extranjero, el Ecuador se enfrenta a un nivel de competencia mundial, muy grande. Para medir este nivel de competencia, a continuación se presentan solamente las principales estadísticas de los países con mayor cantidad de turistas:

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (2015), los países que reciben mayor cantidad de turistas en el mundo son:

Tabla 20. Países con mayor cantidad de turistas

#	País	Turistas (millones de personas)	% Variación 2015/2014
1	Francia	83,7	0,1 %
2	Estados Unidos	74,8	6,8 %
3	España	65,0	7,1 %
4	China	55,6	-0,1%
5	Italia	48,6	1,8%
6	Turquía	39,	5,3%
7	Alemania	33,0	4,6%
8	Reino Unido	32,6	5,0%
9	Rusia	29,8	5,3%
10	México	29,1	20,5%

Fuente: Organización Mundial del turismo
Elaborado por: la autora

A nivel de Hispano América los países son:

Tabla 21. Países con mayor cantidad de turistas a nivel Hispano América

#	País	Turistas (millones de personas)	% Variación 2015/2014
1	México	29,0	20,5%
2	Argentina	5,9	13,1%
3	Brasil	5,8	-0,1%
4	República Dominicana	5,1	9,6%
5	Chile	3,6	2,7%
6	Puerto Rico	3,2	1,4%
7	Perú	3,2	1,6%
8	Cuba	2,9	5,0%
9	Uruguay	2,6	-0,1%
10	Colombia	2,5	12,1%

Fuente: Organización Mundial del turismo
Elaboración: la autora

Como se puede observar dentro de los países de Hispanoamérica, no se encuentra Ecuador, el cual de acuerdo a las cifras del Ministerio de Turismo (2016), ha recibido alrededor de 1 millón y medio de visitantes extranjeros. Es decir aún por debajo de los países mencionados.

Esto implica que la competitividad en cuanto a cantidad de turistas que recibe, aún es bajo y el país aún es poco competitivo en relación a la competencia mundial (turismos en los diferentes países).

De acuerdo al ranking global por continente los países más visitados son de acuerdo a la Organización mundial del Turismo:

Tabla 22. Países más visitados

#	Ranking Global	África	América
1	Francia	Marruecos	Estados Unidos
2	Estados Unido	Sur África	México
3	China	Tunisia	Canadá
4	España	Zimbabue	Argentina
5	Italia	Botsuana	Brasil
6	Turquía	Mozambique	República Dominicana
7	Reino Unido	Nigeria	Puerto Rico
8	Alemania	Kenia	Chile
9	Malasia	Namibia	Uruguay
10	México	Mauritania	Cuba
#	Asia y Oceanía	Europa	Oriente Medio
1	China	Francia	Arabia Saudí
2	Malasia	España	Egipto
3	Hong Kong	Italia	Emiratos Árabes
4	Tailandia	Turquía	Siria
5	Macao	Reino Unido	Barein
6	Singapur	Alemania	Jordania
7	Corea del Sur	Austria	Israel
8	Indonesia	Rusia	Qatar
9	India	Ucrania	Líbano
10	Japón	Grecia	Omán

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Elaborado por: la autora

Como se puede ver en el Ranking Global Francia ocupa el primer lugar de los países más visitados del mundo siendo la primera también en su continente, además se ha considerado a cada continente en donde en África, es Marruecos quien ocupa el primer lugar, en América es Estados Unidos, en Asia y Oceanía es China y en Oriente Medio es Arabia Saudita.

Destinos competidores

Además de los países en general que reciben mayor cantidad de turistas, se encuentran los destinos como tal, para ello, aunque existen varios medios para determinar los principales destinos turísticos del mundo, uno de ellos es LonelyPlanet, quien presenta los 20 mejores destinos del mundo como se puede ver en el anexo 4, los cuales son necesarios observarlos para entender el nivel, así como determinar la competitividad del Ecuador en relación a destinos competidores, siendo el destino más importante los templos en Angkor, Gamboya, seguido de la Gran Barrera y Australia, en tercer lugar Machu Picchu en Perú, seguido de la Gran Muralla China y entre los más visitados y se encuentra en el puesto diecinueve las Islas Galápagos en Ecuador.

De tal manera que se puede decir que la competencia a nivel internacional está dada por destinos de calidad mundial, la mayoría de ellos son áreas naturales impresionantes o construcciones ancestrales majestuosas. Es muy importante observar cómo en este caso Ecuador se encuentra presente dentro de estos destinos más importantes del mundo representado por Galápagos.

Así mismo como se presentó previamente existen otros lugares de reconocimiento mundial como: Quito, Cuenca, Guayaquil, El oriente, y más destinos individuales que hacen de Ecuador un país ya reconocido por sus destinos turísticos y por tanto en una posición competitiva importante a nivel mundial.

Competitividad del país

En relación a la competitividad del país, los países competidores se encuentran en una valoración mucho más elevada en relación a competitividad general como se puede ver en el anexo 5, entendiéndose que son los países desarrollados, mientras que el Ecuador se encuentra en una posición 76 en el mundo de 140 países, por lo que no es una de las fortalezas a nivel mundial, aunque las mismas estadísticas muestran un progreso en la última década. Sin embargo se debe considerar con lo que respecta al turismo el Ecuador ha ido creciendo y se ha colocado entre los veinte primeros países que tienen buenos destinos para visitar tal es el caso de las islas galápagos que es uno de los atractivos más hermosos del planeta.

Estrategia de las empresas/ Infraestructura

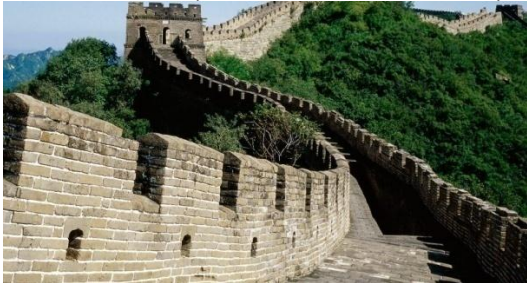
Al igual que a nivel de países, la competencia es aún más fuerte en relación a las empresas turísticas, estas empresas tienen estrategias a nivel mundial y muchas de ellas generan inmensas ganancias para su empresa y sus países.



DISNEYLAND (Florida, Estados Unidos)



Cataratas del Niagra



Gran Muralla China



Disneyland Resort París



Times Square



Catedral Duomo Milán



Catedral Notre Dame París

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) y The Lonely Planet
Elaborado por: la autora

Estos lugares tienen una cantidad de visitas que llega hasta 35 millones de visitantes al año. Existiendo lugares como Disneyland que tienen 16 millones de visitantes al año, con entradas pagadas de alrededor de \$100 por persona por día (solo considerando entrada), por lo que son lugares que generan multimillonarios ingresos para sus empresas, así como para los países. Estos ingresos son generados por la infraestructura que poseen, la cual está muy lejos de la capacidad de inversión que actualmente tiene Ecuador y por lo que en este ámbito no dispone de empresas e

infraestructura de esa magnitud siendo por tanto poco competitiva desde este enfoque.

3.2.7 Industrias relacionadas y de apoyo extranjeros

Las industrias como se ha podido observar son inmensamente grandes y muchas de ellas tienen soportes inclusive vinculados a los gobiernos, con lo cual tienen apoyo de sus políticas públicas, inversión, financiamiento y una maquinaria montada que supera cualquier esfuerzo que pueda realizar Ecuador.

3.2.7.1 Condicionantes de la demanda extranjera

Tamaño del mercado

Existe una ventaja también importante para los países y empresas con mayor cantidad de turismo a nivel mundial, lo cual es la gran cantidad de demanda que tienen sus propios países, con esto, tienen la posibilidad de disponer de gran cantidad de turismo interno y con ello un alto porcentaje de turistas locales, con lo cual disponen de mayor cantidad de ingresos y oportunidades de crecimiento, lo cual los financia y beneficia, para su crecimiento, innovación, promoción.

Consumidores sofisticados

Al analizar consumidores sofisticados a nivel extranjero, se puede mencionar que a lo largo del mundo los visitantes tendrán características muy variadas, sin embargo en muchos países los consumidores son sofisticados, o exigentes, lo cual ha favorecido para exigir a su industria un servicio especializado, innovación, así como altos niveles de servicio turístico.

3.2.7.2 Condicionantes de los factores extranjeros

Ventas internacionales

Las ventas internacionales de muchas de las empresas competidoras a nivel internacional en relación a turismo son muy grandes y eso les permite sostener campañas mundiales, así como les ha otorgado el prestigio necesario para mantenerse en el top del turismo mundial y por tanto con ventas multimillonarias.

Facilidad de innovación

Los ingresos que generan las grandes industrias turísticas mundiales y el soporte que tienen de financiamiento y respaldo gubernamental, han permitido que exista una innovación permanente por parte de los lugares de atracción turística, esto ha generado que se mantenga el turismo de forma permanente en los diferentes destinos. Es el caso de los museos, o de los parques temáticos que están cambiando e innovando, lo cual mantiene la atracción de los visitantes, otro aspecto es la cantidad de oferta de atracciones, lo que genera que los visitantes vuelvan por más.

3.3 Análisis del mercado internacional y principales competidores turísticos de Ecuador

Para este análisis es indispensable ver cómo está el panorama alrededor del mundo, así como también de América para luego tomar los principales indicadores tanto del barómetro de turismo como de las organizaciones del turismo a nivel del mundo para realizar un análisis comparativo con los principales competidores de nuestro país como son Perú y Colombia. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT , 2015) durante el año 2015, la cifra de turistas que pernoctan aumento en 4,6% con un total de 1.186 millones de turistas que se movilizaron alrededor del mundo; siendo así el sexto año consecutivo con crecimiento.

El turismo tiene importancia a nivel mundial ya que según la Organización Mundial de Turismo (OMT , 2015):

- El turismo tiene un efecto directo, indirecto e inducido en el 10% del PIB mundial.
- En empleo los trabajadores que forman parte del sector turístico son 1 de cada 11 en promedio a nivel del mundo.
- El 7% de las exportaciones mundiales son parte de las actividades relacionadas con el turismo, 1% más que el 2014.
- Se estima que para el 2030 las llegadas de turistas internacionales crezcan en el menos 3,3% al año; y esta cifra ha tenido cumplimiento a partir del 2010 que fue el año en que se planteó esta meta (mucho más altos los porcentajes de crecimiento en las economías emergentes como es el caso de Ecuador, Perú y Colombia)

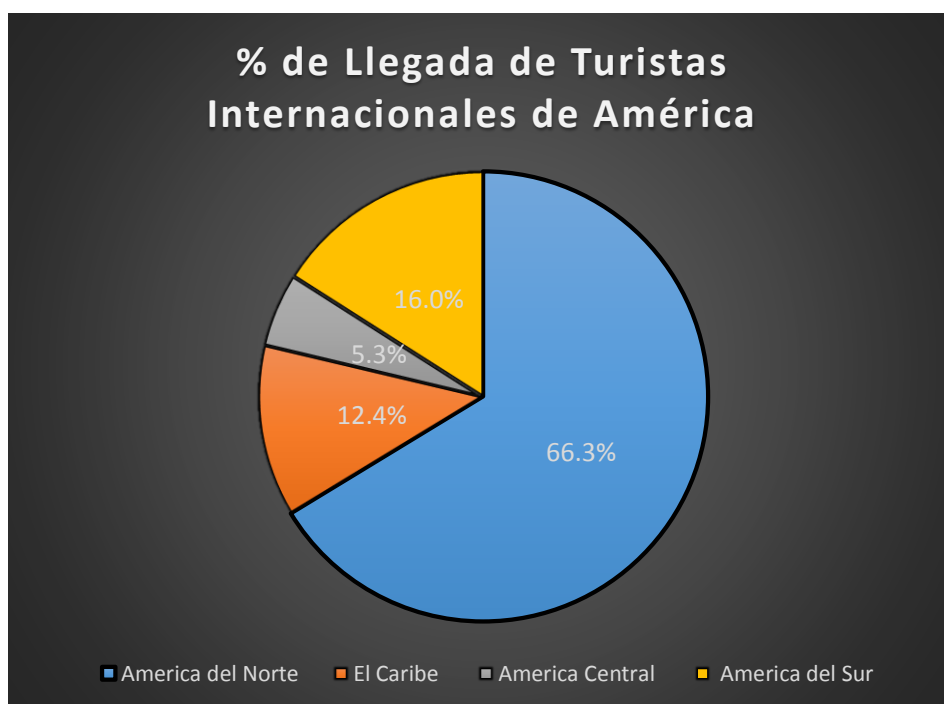
3.3.1 Análisis de la evolución del sector turístico en América

América ha presentado un crecimiento constante año con año, por lo que el 2015 creció en un 6% en comparación con el 2014 y esto se debió principalmente a que la mayoría de países en América son países con economías emergentes , siendo esto el claro ejemplo de que en las economías emergentes este sector tiene mayor

impacto. Además el ingreso por turismo en América representa el 24% de ingresos por turismo a nivel mundial, y esto se debió a la apreciación del dólar lo que impulso la demanda principalmente a Estados Unidos para que puedan realizar turismo. (OMT , 2015)

América está constituida por cuatro regiones y estas constituyen un total del 16,2% del mercado mundial que son: América del Norte (10,8%), El Caribe (2%), América Central (0,9%) y América del Sur (2,6%). Cada una de las regiones con cifras de crecimiento constante promedio de 3,7% entre el 2007 al 2015; siendo América del Sur la región con un mayor crecimiento promedio entre el 2007 al 2015 de 5,3%.

Ilustración 19. Llegada de turistas internacionales a América.

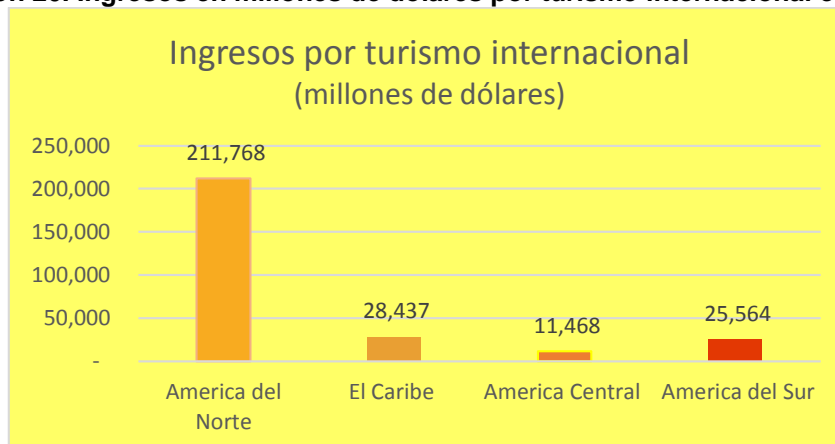


Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Elaborado por: la autora

Del total de llegadas de turistas internacionales que ingresan a América estos se distribuyen como muestra en la Ilustración 19 de la siguiente manera: 66,3% a América del Norte, 16% América del Sur, 12,4% el Caribe y 5,3 % América Central. Las llegadas internacionales en las Américas aumentaron en 11 millones para el 2015, un 6% más, hasta alcanzar los 193 millones (16% de las llegadas mundiales). (OMT , 2015)

Ilustración 20. Ingresos en millones de dólares por turismo internacional en América.



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Elaborado por: la autora

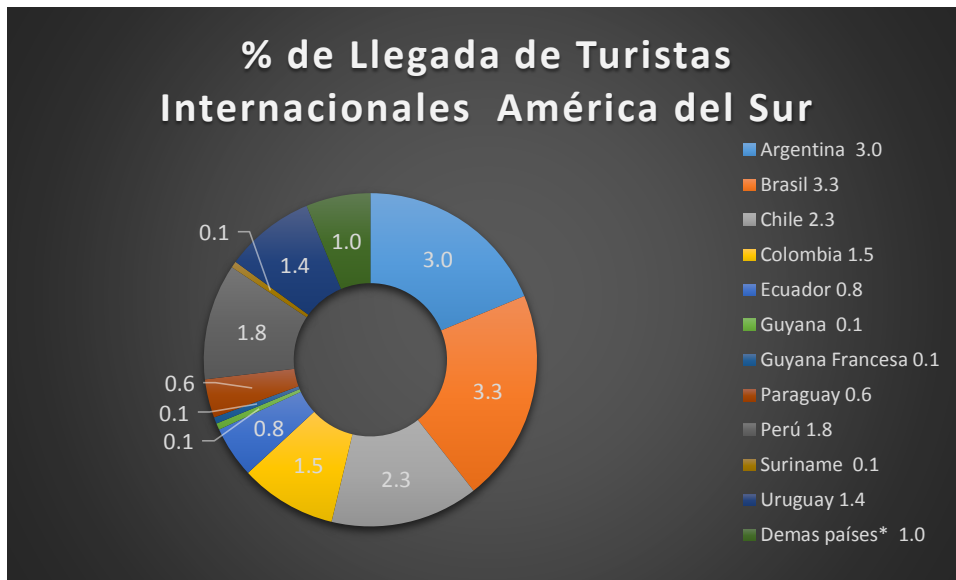
Otro dato importante a resaltar son los ingresos por turismo como está conformado del total de América (277,237 millones) teniendo que en América del Norte ingresa la mayoría de dinero por concepto de turismo con un 76,4% al 2015 del total de América, seguido por el caribe con apenas el 10,3%, así también América del Sur con 9,2% y finalmente América Central con 4,1%. Esto según la (OMT, 2015) se debe a la diversidad de destinos que poseen en la parte norte del continente principalmente en Estados Unidos, ya que una de las industrias más millonarias se enfocan principalmente en el turismo.

3.3.2 Análisis de América del Sur

Primero es indispensable el entender el contexto del sector turístico los países que se encuentran a nuestro alrededor para más adelante poder realizar un análisis comparativo con nuestros principales competidores como son Perú y Colombia.

La llegada de turistas internacionales a América del Sur aumentaron 6% al comparar 2015 con el 2014, aunque los resultados por país fueron diversos. Uno de los destinos a destacar fue Paraguay que casi dobló el número de llegadas, así también Chile (+22%) y Colombia (+16%) que son los países que registran un fuerte crecimiento de 2 dígitos. Mientras que por otro lado registraron una pequeña disminuciones: Argentina (-3%) y Brasil (1.9%). (OMT, 2015)

Ilustración 21. Llegada de turistas internacionales a América del Sur



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Elaborado por: la autora

*Demás países: Venezuela, Bolivia ya que no presentan datos y se toma en cuenta un estimado.

Además como se había mencionado antes del total de turistas internacionales que se registran en América del Sur (16% del total de América) tal y como muestra la ilustración 21 este se encuentra principalmente en Brasil (3.3%), Argentina (3%) y Chile (2,3%). Además existen otros países que registran un porcentaje menor de turistas pero no menos importante como son: Perú (1,8%), Colombia (1,5%) y Ecuador (0,8%). (OMT , 2015)

Ilustración 22. Ingresos por turismo internacional en América del Sur



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Elaborado por: la autora

*Demás países: Venezuela, Bolivia, Guyana y Guyana francesa ya que no presentan datos y se toma en cuenta un estimado total.

En cuando a ingresos por turismo internacional como se destaca anteriormente América del Sur apenas tiene el 9,2% del total de América, mismo que se encuentra

conformado por: Primero Brasil (3,3%), Argentina (3,0%), Colombia(1,5%), Perú(1,8%), Chile(2,3%), Uruguay(1,4%), Ecuador(0.8%), entre otros que presentan menores cantidades. (OMT , 2015)

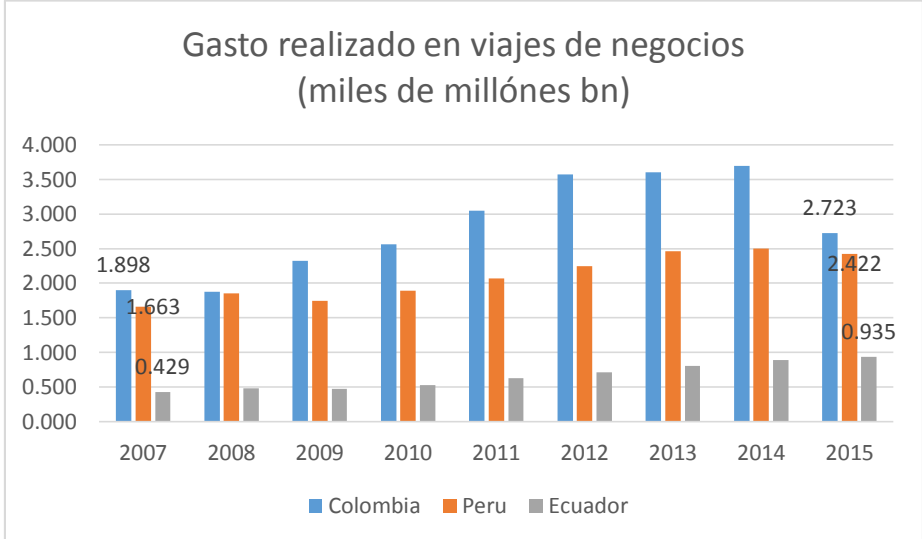
3.3.3 Contraste entre Ecuador, Colombia y Perú.

Se ha tomado en cuenta estos tres países ya que por la cercanía el tipo de mercado y perfil de turistas es muy parecido según el World Travel and Tourims Council (WTTTC); tenemos así que la principal competencia de Ecuador son Colombia y Perú. Para poder determinar datos comparativos de cada uno se toman en cuenta los datos presentados por la OMT y el WTTTC; mismos que presentan algunas métricas y medidas comparativas entre los diferentes países.

3.3.3.1 Gasto en viajes de negocio

Este análisis corresponde al gasto realizado viajes de negocios dentro de los países tanto por residentes como de visitantes internacionales.

Ilustración 23. Gasto realizado en viajes de negocio



Fuente: World Travel and Tourims Council (WTTTC)

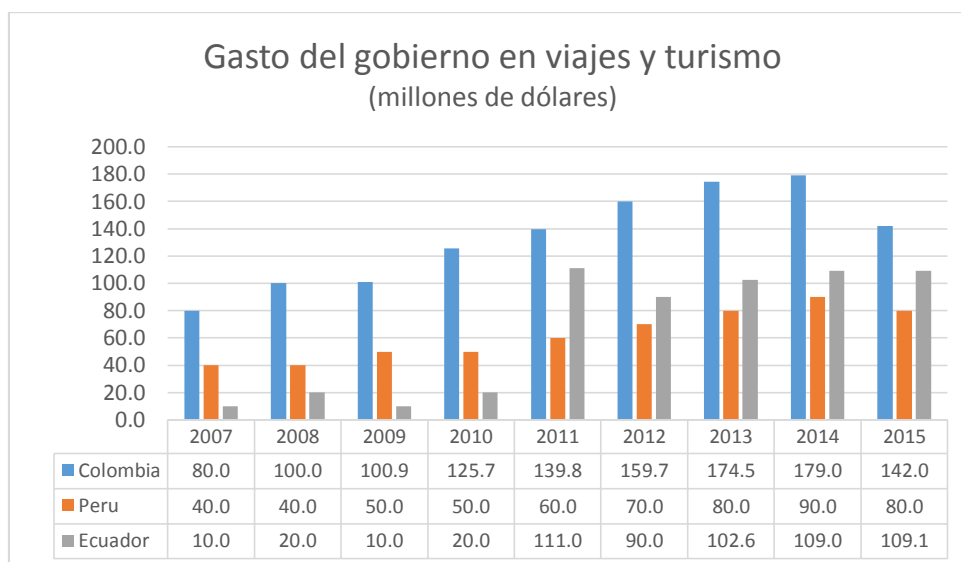
Elaborado por: la autora

Al comparar estos tres países se puede evidenciar claramente que el país que más gasta en viajes de negocio es Colombia (2.723 millones de dólares), este seguido por Perú (2.422 millones de dólares) y finalmente Ecuador (935 millones de dólares); estos datos son proporcionalmente relacionados al tamaño de la economía de cada uno de los países. En la ilustración 23 se puede evidenciar claramente como en Ecuador el gasto realizado en viajes de negocios aumenta progresivamente del 2007 al 2015 hasta llegar a duplicar su valor; mientras que en Perú y Colombia la tendencia también es creciente pero en menores proporciones.

3.3.3.2 Gasto del Gobierno en viajes y Turismo

Esta métrica analiza el gasto en viajes y turismo realizada por el gobierno que tiene relación con los visitantes, como por ejemplo servicios culturales (museos), servicios recreacionales (parques), etc.

Ilustración 24. Gasto del gobierno en viajes y turismo



Fuente: World Travel and Tourism Council (WTTC)

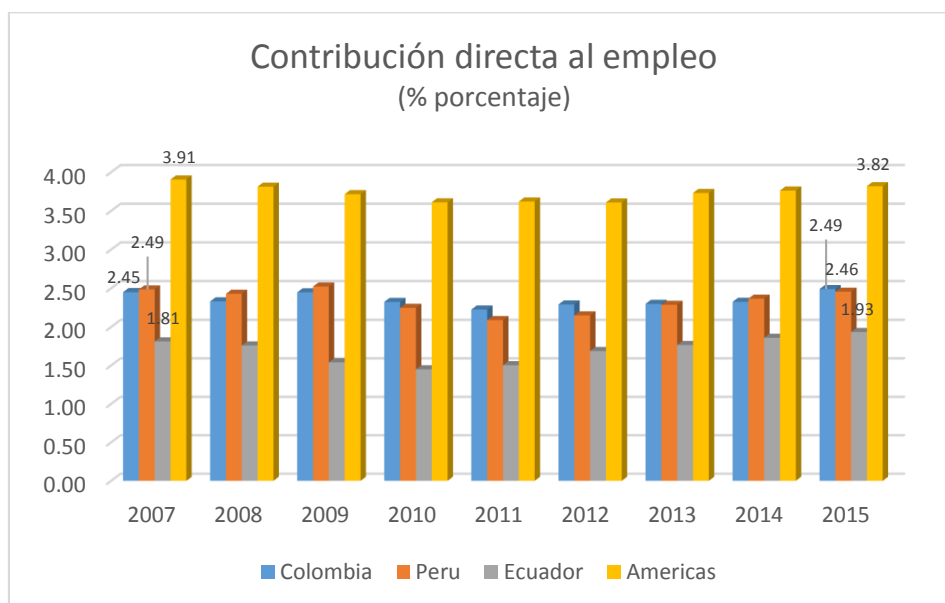
Elaborado por: la autora

Basado en los datos presentados en la ilustración 24 podemos ver que Colombia es el país que más gasto directo para actividades de los visitantes realiza el gobierno, un gasto de \$142 millones; mientras que el Ecuador realiza un gasto de \$109 millones y Perú apenas realiza un gasto de 80 millones. Se destaca de esta métrica que al comparar el 2007 con el 2015 Colombia y Perú han duplicado su gasto, mientras que Ecuador ha realizado un gasto 10 veces mayor lo cual demuestra en este caso la relevancia que ha ido tomando para el gobierno el gasto en este sector.

3.3.3.3 Contribución directa al empleo

Esta medida muestra cual es porcentaje total de empleos en el sector turístico en comparación con el total de empleos de la economía de cada país; estas cifras toman como referencia los lineamientos del WEF y del WTTC por lo que pueden variar de los datos presentados de forma individual de cada país.

Ilustración 25. Contribución directa al empleo



Fuente: World Travel and Tourism Council (WTTC)

Elaborado por: la autora

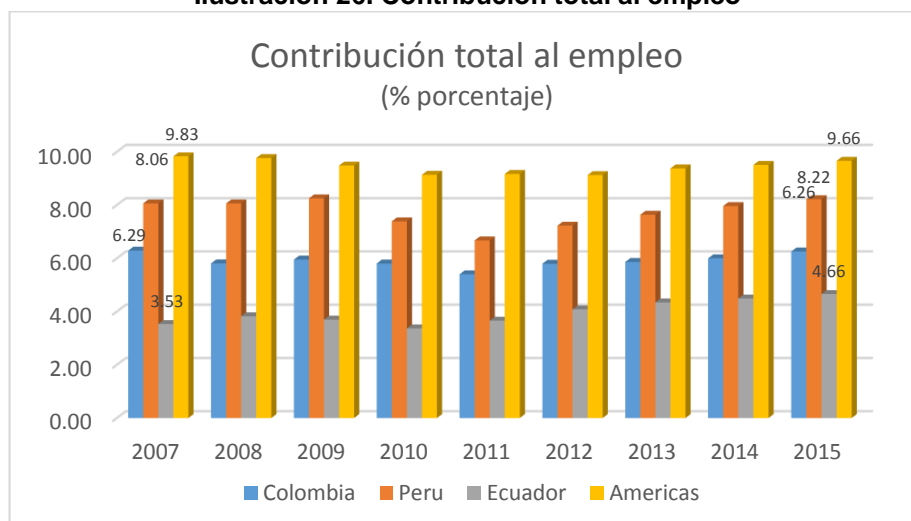
La contribución directa al empleo nos muestra que el empleo en turismo en Colombia, Perú, Ecuador y en América se ha mantenido del 2007 al 2015. En la ilustración 25 se evidencia que el porcentaje de empleos en el sector turístico en comparación con el total de empleos en la economía de Colombia (2,49%), Perú (2,46%) y Ecuador (1,93%) se encuentran por debajo del promedio de América (3,82%), lo que evidencia que en comparación con América no sea dado prioridad a la generación de empleo en este sector para los países analizados.

3.3.3.4 Contribución total al empleo

Esta métrica toma en cuenta el número total de trabajadores generados en el sector de viajes y turismo más los empleos generados de manera directa o indirecta por este mismo sector.

En la ilustración 26 presentada a continuación podemos ver que del total del empleo el porcentaje de empleo generado en el sector turismo al 2015 de Colombia (6,26%), Perú (8,22%) y Ecuador (4,56%) se encuentran muy por debajo del promedio de América (9,66%) . Estas cifras muestra un cuadro muy crítico para Ecuador ya que la participación del empleo en este sector es mínima en comparación con los otros países, a pesar de su crecimiento en comparación con el 2007 y esto se debe no a la falta de mano de obra sino de incentivos en este sector para que se puedan generar fuentes de empleo y sobre todo ingreso.

Ilustración 26. Contribución total al empleo



Fuente: World Travel and Tourism Council (WTTC)

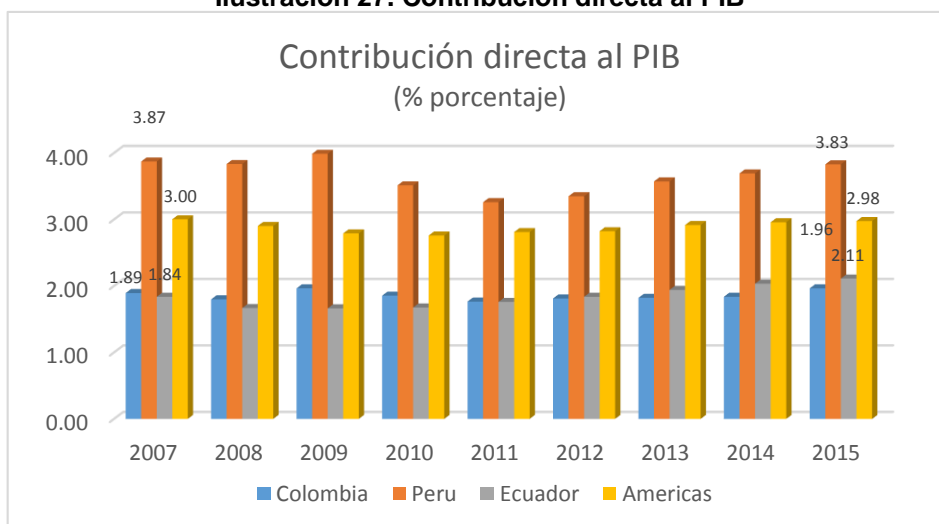
Elaborado por: la autora

3.3.3.5 Contribución directa al PIB

En esta métrica se realiza el análisis de la contribución al Producto Interno Bruto (PIB) generado por las industrias de viajes y turismo de cada uno de los países y todo lo que se encuentre relacionado con el turista. Esto incluye hoteles, agencias de viajes, aerolíneas y otros servicios de transporte a los pasajeros; así como también actividades en restaurantes e industrias que tengan relación directa con el turista.

Además, es el equivalente del total de gasto en viajes y turismo interno dentro de un país menos las compras hechas por las industrias (incluyendo importaciones). El total del PIB para esta medida es consistente con el cálculo de las cuentas satélite de turismo por país.

Ilustración 27. Contribución directa al PIB



Fuente: World Travel and Tourism Council (WTTC)

Elaborado por: la autora

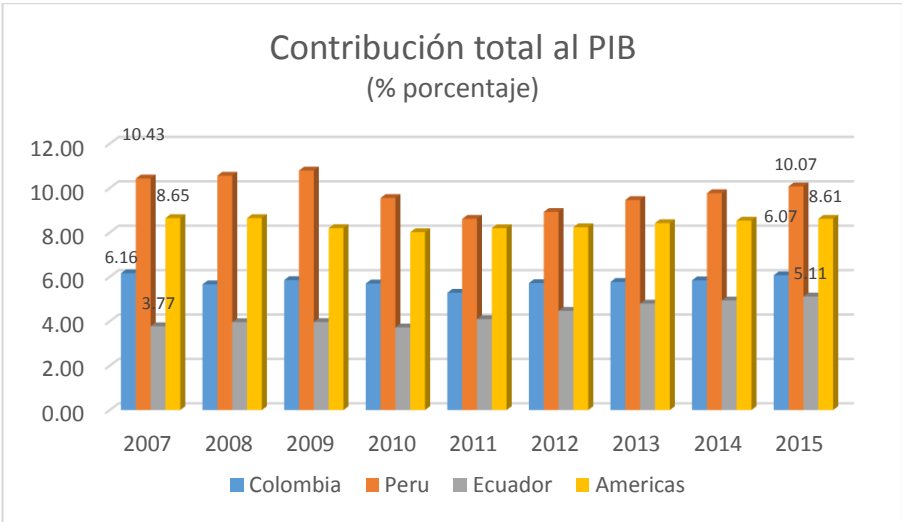
Esta métrica tiene como medida del total producido por un país (PIB) cuanto de este representa un aporte directo de lo producido en el sector turístico; para lo que tenemos que en comparación del 2007 al 2015 las cifras no varían significativamente. Tenemos que Colombia (1,89% en 2007 a 1,96% en 2015) y Ecuador (1,84% en 2007 a 2,11% en 2015) aumentan su participación en la contribución directa del PIB, mientras que Perú (3,87% en 2007 a 3,83% en 2015) y el promedio de América (3% en 2007 a 2,98%) disminuyen. Es importante tomar en cuenta que al comparar estos países y el promedio de América se evidencia claramente como las políticas y la estructura de la economía de cada uno de los países da un poco más de priorización al sector turístico viéndose así reflejado en sus cifras; siendo este el caso de Perú con 3,83% de contribución directa al PIB siendo esta cifra mayor al promedio de América.

3.3.3.6 Contribución total al PIB

Esta medida incluye el PIB generado directamente por la industria de viajes y turismo más las industrias que tengan un efecto directo o indirecto.

Como se puede observar en la ilustración 28 presentada a continuación la contribución directa al PIB tenemos que al 2015 Colombia (6,07%), Perú (8,61%) y Ecuador (5,11%) se encuentran muy por debajo del promedio de América (10,07%). Como se mencionó anteriormente esto se debe a la política economía de cada uno de los países y a la priorización de industrias en cada uno de los países analizados. Es importante destacar que a pesar de que Ecuador es el país con menos contribución total al PIB si comparamos el 2007 (3,77% total al PIB) con el 2015 (5,11 total del PIB) es el único que presenta un crecimiento de este análisis ya que inclusive en el promedio de América se ve un decrecimiento (10,43% en 2007 a 10,07% en 2015).

Ilustración 28. Contribución total al PIB



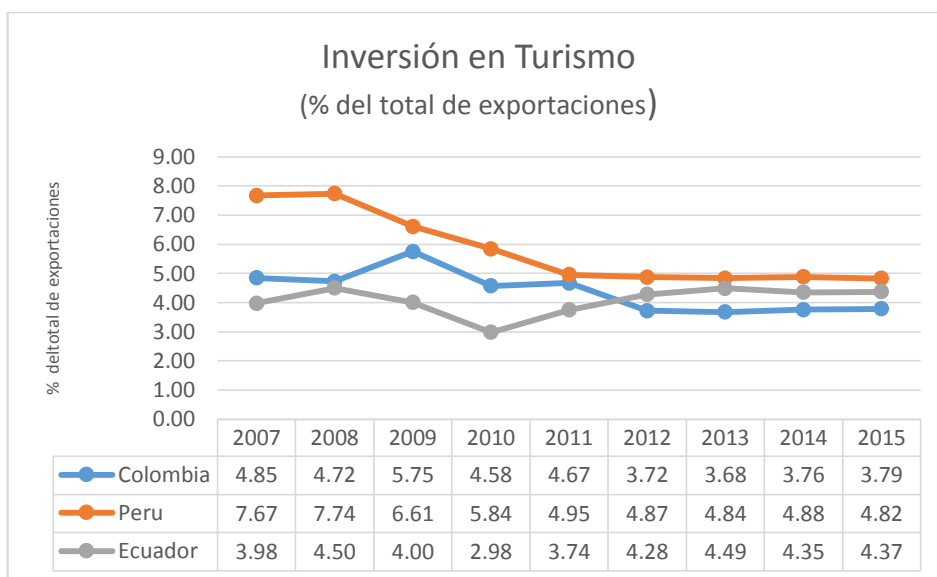
Fuente: World Travel and Tourism Council (WTTC)

Elaborado por: la autora

3.3.3.7 Inversión en turismo (Inversión de Capital)

El análisis de esta métrica incluye al capital o inversión de capital gastado por las industrias que tienen relación con viajes y turismo de cada uno de los países. Esta medida también constituye la inversión realizada por otras industrias que gastan en activos específicos como puede ser equipamiento de transporte, restaurantes, lugares de ocio, etc. y que tengan como finalidad el uso de turistas.

Ilustración 29. Inversión en Turismo



Fuente: World Travel and Tourism Council (WTTC)

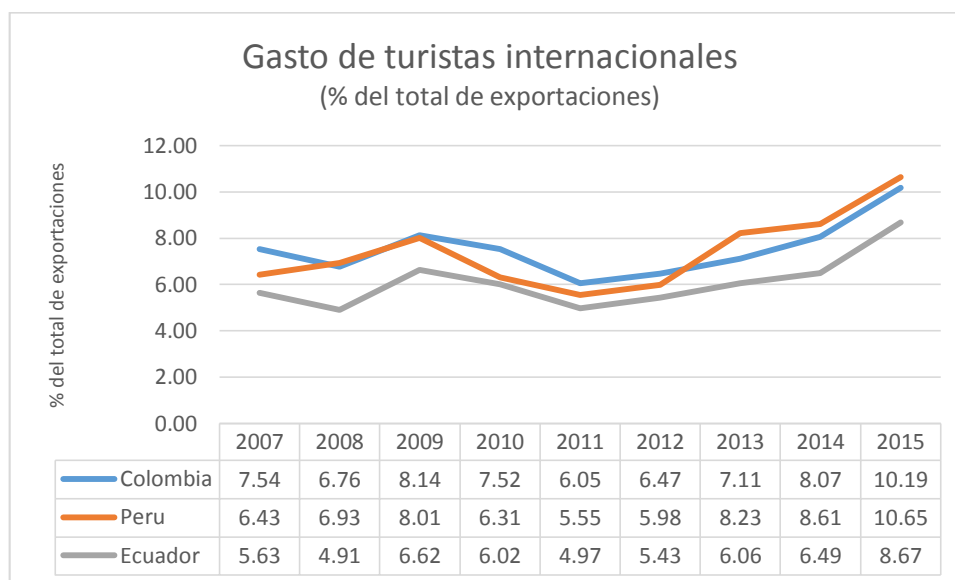
Elaborado por: la autora

Para poder hacer comparable esta medida se la ha establecido como porcentaje de las exportaciones, esto quiere decir cuánto se ha invertido por concepto de turismo del total de ingresos por exportaciones de cada uno de los países (entre estos ingresos por turismo); para lo cual tenemos que en el 2015 el país con mayor inversión en turismo sobre el total de exportaciones es Perú (4,82%), seguido de Ecuador (4,37%) y finalmente Colombia (3,9%). Es importante destacar que tal y como se muestra en la Ilustración 29 tanto Perú como Colombia presentan una disminución de inversión en turismo sobre el total de exportaciones al comparar 2007 con 2015; mientras que Ecuador presenta un aumento de 3,98% en 2007 a 4,37% en 2015.

3.3.3.8 Gasto en el país por turistas internacionales

Esta métrica toma en cuenta el total del gasto realizado por turistas internacionales en cada uno de los países ya sea de manera directa o indirecta.

Ilustración 30. Gasto de Turistas Internacionales



Fuente: World Travel and Tourism Council (WTTC)

Elaborado por: la autora

Para este análisis se ha tomado en cuenta el total del gasto realizado por turistas internacionales en comparación con el total de exportaciones de cada uno de los países; para lo que tenemos que Colombia, Perú y Ecuador muestran casi la misma tendencia de crecimiento tal y como se evidencia en la ilustración 30. Es importante destacar que Perú a partir del año 2013 crece por encima de Colombia; mientras que Ecuador (Ilustración 29) a pesar de aumentar su inversión no ve los resultados en cuento a sus ingresos.

3.4 Matriz de análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Para el planteamiento de este análisis interno y externo es importante tomar en cuenta como base de su construcción el planteamiento anterior en donde se evalúa al Ecuador como un destino y más adelante se toma en cuenta un análisis comparativo con nuestros principales competidores que son Colombia y Perú. Es importante tomar en cuenta que las Fortalezas y Debilidades se expondrán en base al análisis interno realizado; mientras que las Oportunidades y Amenazas se exponen en relación al análisis comparativo del sector turístico Ecuatoriano con otros países. (Blanco, 2008)

Ecuador tiene amplias ventajas comparativas vinculadas a su valioso patrimonio natural y cultural y por supuesto de su gran biodiversidad reconocida a nivel mundial, como lo asevera la CEPAL (2013) en el estudio sobre el “Análisis sobre la cadena turismo”. A pesar de ello, no se ha logrado estructurar ventajas competitivas claras

que lo diferencien de sus competidores, especialmente los del centro y sur del continente americano. La CEPAL (2013) también indica que las principales falencias de Ecuador están vinculadas a la manera en la cual se gestiona el patrimonio, y por lo tanto, como los distintos agentes económicos se incluyen y se benefician de él.

Para enfrentar las cuestiones mencionadas en el párrafo anterior, así como los desafíos del futuro, es indispensable abordar la temática del turismo de manera sistémica, con una estructurada articulación entre las diferentes instancias gubernamentales relevantes y con los agentes productivos privados. Existen dos dimensiones clave, acorde a la Estrategia Nacional del Cambio de la Matriz Productiva (ENCMP), como se expone a continuación: (CEPAL, 2013)

En primer lugar, a nivel macro se busca disminuir la vulnerabilidad externa, transformándose en una cadena generadora de ingresos:

- Aumentar la diversificación en la economía.
- Generar más exportaciones de servicios turísticos, dando mayor importancia a los turistas con mayor poder adquisitivo (high-end)
- Favorecer los encadenamientos productivos para la sustitución de insumos importados.
- Estimular el turismo interno.

Por otro lado a nivel micro se busca fomentar una industria sostenible en el ámbito económico, socio-cultural y medioambiental que se basa en una oferta de alta calidad que valoriza el patrimonio natural y cultural de Ecuador:

- Abordar la “competencia desleal” de la informalidad: normas y fiscalización.
- Mejorar las capacidades y competencias locales: capacitación y certificación.
- Mejoramiento de la oferta de productos y servicios: financiamiento e inversión.
- Oferta de empleo estable y decente.
- Ingresos y servicios sociales para la comunidad local.
- Conservación y gestión de los recursos naturales y culturales.
- Adecuada utilización del territorio.

Conforme a lo expuesto anteriormente, a continuación se realiza una matriz de análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, tomando en cuenta que las fortalezas y debilidades son base de un análisis interno, mientras que las oportunidades y amenazas parten de un análisis externo del sector turístico ecuatoriano.

3.4.1 Matriz de evaluación de factores internos

Tabla 23. Fortalezas

FORTALEZAS
Tamaño del país (cercanía de los diferentes lugares turísticos) y conectividad facilita acceso a una oferta.
Inventario turístico muy amplio (biodiversidad cultural, biológica y geográfica) en 4 regiones naturales.
Lugares únicos en el mundo.
Turismo segmentado (Aventura, cultural, de descanso, científico, ecoturismo)
Sistema Nacional de Áreas Protegidas
Costos competitivos a nivel mundial
Impulso económico público y privado a la industria de turismo
Buen clima durante todo el año

Fuente: (CEPAL, 2013)

Elaborado por: la autora

Se puede observar que las fortalezas del turismo están ligadas a la potencialidad que tiene el Ecuador en cuanto a cercanía de lugares, las 4 regiones naturales, el contar con un inventario muy grande, con áreas naturales únicas en el mundo, entre otros.

Tabla 24. Debilidades

DEBILIDADES
Congestión y contaminación en algunos lugares (ej. Quito, Guayaquil)
Inseguridad personal interna en ciudades
Discontinuidad en políticas públicas y alianzas público- privadas enfocadas al turismo
Falta de promoción turística internacional
Algunos servicios inadecuados al turismo como la informalidad
Poco encadenamiento con otras actividades locales generando falta de atención a sectores.
Falta de infraestructura de gran alcance (ej. Parques temáticos, grandes museos)
Saturación de ciertos destinos (Como es el caso de Galápagos)
Insuficiencia de certificaciones, normas y fiscalización de los servicios turísticos.

Fuente: (CEPAL, 2013)

Elaborado por: la autora

Las debilidades en Ecuador están dadas por algunas falencias como la inseguridad, la contaminación en ciertos casos, la falta de integración de programas turísticos, también la falta de promoción, algunos servicios inadecuados y saturación de ciertos destinos, entre otros.

3.4.2 Matriz de evaluación de factores externos

Tabla 25. Oportunidades

OPORTUNIDADES
Destino turístico reconocido a nivel internacional.
Mayor biodiversidad por km ² del mundo.
Existencia de experiencias turísticas sostenibles.
Singularidad geográfica en la línea equinoccial
Marca país en proceso de posicionamiento
Incremento del turismo a nivel mundial
Recuperación de la economía mundial
Políticas en favor del turismo

Fuente: (CEPAL, 2013)

Elaborado por: la autora

Al analizar las oportunidades se puede observar que el país en este momento tiene algunas oportunidades que se pueden aprovechar como el mejoramiento de la economía mundial, el incremento del turismo, el reconocimiento que se ha dado a destinos como Galápagos y Quito a nivel mundial, singularidad geográfica al ubicarse en la línea equinoccial, así como el incremento del reconocimiento que ha logrado la marca país.

Tabla 26. Amenazas

AMENAZAS
Inestabilidad política/jurídica del Ecuador
Alto nivel competitivo de otros destinos turísticos.
Falta de inversión externa.
Avaluación del dólar.
Repercusiones de la actividad petrolera sobre el medio ambiente.
Cambio climático genera vulnerabilidad en los ecosistemas.
Desgaste de la identidad cultural por la globalización.
Baja calidad de servicios turísticos desplazando al turista al mercado internacional.

Fuente: (CEPAL, 2013)

Elaborado por: la autora

Al analizar las amenazas se observa que la competencia de destinos turísticos a nivel mundial es muy amplia y con ciudades o lugares competitivos muy importantes, así mismo la evaluación del dólar, la falta de inversión, desgaste de la identidad cultural debido a la globalización, repercusiones de la actividad petrolera en el medio ambiente y la situación inestable en el Ecuador que son factores de riesgo.

3.4.3 Resultados del análisis FODA

El Ecuador tiene fortalezas muy importantes para el turismo, las mismas se dan por características que son únicas en el planeta, a pesar de ser un país pequeño, lo cual inclusive es una fortaleza más. Esto, conjuntamente con las oportunidades existentes en el mundo en relación al turismo permitiría que se potencie el país aún en gran magnitud.

Es necesario observar también las debilidades, en las cuales es claro, aún los factores internos en los cuales se presentan las debilidades del sector turístico del país hacen difícil cambiar algunos aspectos internos, lo cual evidentemente le resta oportunidades, pero es claro que existen más fortalezas que debilidades y esto es observado por los turistas, sobre todo por la riqueza que tiene el país. (OMT, 2016) Es por ello que algunas de las debilidades es necesario que sean trabajadas y mejoradas, especialmente las que se tiene control como es el caso de la mejora de la promoción, la integración de programas turísticos, entre otros. Por otro lado se puede disminuir parcialmente las amenazas con el fortalecimiento de las potencialidades que sí tiene el país.

3.5 Matriz de ejecución

La matriz de ejecución es la base de planificación utilizada por la CEPAL(2013) en algunos de sus trabajos cuyo fin es cerrar brechas y plantear bases ejecutables para poder aprovechar las fortalezas, alcanzar las oportunidades, disminuir las debilidades y contrarrestar las amenazas; así como también fomentar la demanda y fortalecer la oferta de un sector específico.

Una vez analizada la competitividad del sector turístico tanto interno como externo por medio de un Diamante de Porter así como también con la ayuda de un análisis FODA, es indispensable el plantear una matriz de ejecución. Esta matriz tendrá 6 pilares principales y cada uno establecerá acciones ejecutables en el corto, mediano y largo plazo; como son:

- Competitividad de productos y servicios
- Calidad de productos y servicios
- Reforzar de la cadena productiva del turismo
- Fomento apoyado en experiencias diferenciadoras
- Sostenibilidad en el tiempo

- Articulación de los actores del turismo

3.5.1 Propuesta de Matriz de Ejecución

En base a la matriz de ejecución que se plantea en la siguiente tabla se podrá plantear conclusiones y recomendaciones de política pública, mismas que se describen la parte final del presente trabajo de investigación. Se construye en base a lo establecido por la CEPAL (2013). Es a partir de esta matriz de ejecución que se proponen aspectos para que de este modo se cierren las brechas tanto del análisis interno como externo previamente realizado.

Tabla 27. Matriz de Ejecución

Pilares	Corto plazo-definiciones	Mediano Plazo- Implementación	Largo Plazo
Competitividad de productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de , productos, agentes y destinos • Destinos de excelencia, circuitos y oferta complementaria <ul style="list-style-type: none"> • proveer fuentes de financiamiento • Acercamiento a mercados • Crear un índice de competitividad para cada uno de los destinos 	<ul style="list-style-type: none"> • Captación de inversiones • Reconocimiento de necesidades de infraestructura, talento humano, desarrollo empresarial • Promoción e identificación de productos, servicios y destinos innovadores <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de facilidades Y valoración de atractivos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de infraestructura secundaria • Conectividad e infraestructura • Seguridad alimentaria, servicios básicos y delincuencia
Calidad de productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una categoría que incluya criterios internacionales para servicios, productos y destinos • Instaurar normas de calidad para los servicios que brinda el turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento público de la calidad del servicio (sello verde, sello saludable) <ul style="list-style-type: none"> • Fiscalización de niveles de calidad • Combatir la informalidad y la guerra de precios • Certificación de competencias laboral 	
Reforzar de la cadena productiva del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Impulso de la organización productiva y cooperación entre empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer capacidades productivas y gerenciales • Encadenamientos productivos con incorporación creciente de valor agregado <ul style="list-style-type: none"> • Sustitución de importaciones en: alimentos y bebidas; materiales de construcción; mantelería, toallas, ropa de capa, transporte aéreo 	
Fomento apoyado en experiencias diferenciadoras	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a un sistema de información y apoyo <ul style="list-style-type: none"> • Marca basada en experiencias • Fomento a los mercados tradicionales • Distinción de operadores turísticos representativos de la renovada oferta turística • Reforzar el turismo interno vs turismo emisor 	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nuevos mercados y nichos • Integrar una promoción con una cultura turística sostenible • Creación de un portal para la promoción de oferta turística de calidad 	
Sostenibilidad en el tiempo	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer y ejecutar buenas prácticas internacionales <ul style="list-style-type: none"> • Formación de talento humano • Sensibilización sobre la importancia de la sostenibilidad a la comunidad <ul style="list-style-type: none"> • Metodología de gestión sostenible (ordenamiento territorial capital turístico, acciones de prevención y mitigación,) 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión sostenible de actividades turísticas en áreas naturales protegidas <ul style="list-style-type: none"> • Dar mayor valor al capital turístico • Acciones para aminorar la degradación del patrimonio natural <ul style="list-style-type: none"> • Ordenamiento territorial 	
Articulación de los actores del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento y reingeniería del Ministerio de Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos de coordinación: Reglamentos interinstitucionales como un "Consejo consultivo público-privado" 	

Fuente: (CEPAL, 2013)

Elaborado por: la autora

3.6 Reflexiones Capítulo III

Las estrategias establecidas en el Ecuador con relación al turismo han tenido frutos acciones que permitieron potencializar los sitios turísticos , y generaron espacios de competencias dando la oportunidad a que las empresas generen nuevas alternativas de innovación, que se capaciten, que brinden un servicio de calidad, que los turistas reciban un trato amigable y cordial. Estas estrategias han sido poner al turismo como uno de los sectores priorizados en el cambio de la denominada Matriz Productiva, el establecer un Plan Nacional de turismo al 2020, el establecer una ley nacional de feriados permitiendo la planificación, entre otros permitiendo así generar nuevos alcances y mejoras en el sector.

El análisis de competitividad está en base al diamante de Porter, el mismo que cuenta con un diagnóstico interno y externo que permite evidenciar las condiciones de los factores locales, la capacidad de servicio turístico, el personal e infraestructura, y el capital para la inversión elementos que permiten tener una visión clara de la situación turística del Ecuador desde el 2007 hasta 2015; teniendo como resultado ciertos componentes deficientes tanto en la condición de los factores (capacidad de servicios turísticos y capital para la inversión) como en industrias relacionadas del sector turístico (proveedores de servicios e industrias relacionadas).

El impacto del turismo es tan alto que permite genera fuentes de empleo (1 de cada 11 empleos en el mundo), altos nivel de exportación (7% de las exportaciones mundiales) y estimula a la inversión siendo una de las actividades de apalancamiento que contribuye a mejorar la dinámica económica (genera encadenamientos productivos en varios sectores) y fomenta la sostenibilidad de pueblos que dependían de una sola actividad.

El ingreso por turismo en América apenas alcanza el 16% del total del mundo; mientras que del total de América el ingreso por turismo en América del Sur es apenas del 9,2% del total de América ya que un 76% de ingresos los recibe América del Norte. La llegada de turistas en América de Sur representa el 16% del total de llegadas de América siendo este un porcentaje muy pequeño para el número de países que engloba entre estos Perú (1,8%), Colombia (1,5%) y Ecuador (0,8%), por lo que a pesar de la existencia de un mercado muy grande la participación de los países sudamericanos es pequeña.

El turismo es una de las fuentes de ingreso más importantes no solo para el Ecuador sino que a nivel mundial ya que está en constante crecimiento como es el caso de Colombia, Perú y Ecuador con una contribución total directa promedio al PIB entre los 3 países de 6,63% entre 2007 y 2015.

En cuanto a la contribución directa y total al empleo se evidencia que Ecuador (1,93%) tiene una menor participación de empleo en el sector turístico en comparación con el total del empleo si analizamos países como Colombia (2,49%), Perú (2,46%) e incluso muy por debajo del promedio de América (3,82%), lo que evidencia que en

comparación con América no sea dado prioridad a la generación de empleo en este sector para los países analizados.

La inversión y el Gasto público en el Ecuador para el Sector turístico han ido evolucionando de manera positiva (de 429 millones en 2007 a \$935 millones en 2015 en gasto y de \$10 millones en 2007 a \$109\$ en 2015 en inversión); pero a pesar de esta evolución tanto la inversión como el gasto publico realizado en el Ecuador en el sector turístico es mucho menor que en otros países como son Colombia (\$2.723 millones de gasto y \$142 millones de inversión en 2015) y Perú (\$2.422 millones de gasto y \$80 de inversión en 2015).

4 CONCLUSIONES GENERALES

El análisis de la competitividad no solo debe basarse en la teoría clásica y sus factores de producción como son la tierra, el trabajo, recursos naturales sino que como lo plantea Porter (1990) debe buscarse el análisis de varios elementos como la dotación de los factores, condiciones de demanda interior, sectores de apoyo, estrategia, estructura y rivalidad, el gobierno y el azar entre otros; ya que todos estos factores muestran una complementariedad en el estudio de la competitividad aplicable tanto a nivel interno como externo.

La cadena de valor del turismo reúne un conjunto de servicios simultáneos que se ajustan en función de las necesidades del consumidor, mismos que tienen una simultaneidad en cuanto a consumo y producción; por lo que las actividades relacionadas con el turismo pueden tener un elevado efecto multiplicador en la economía local, mediante externalidades del consumo directo a lo largo de cadena de valor. Los precios se convierten en un determinante en el sector turismo, ya que estos van a influir en la decisión de viajar hacia un destino u otro; ya que un destino con precios más altos le implica al turista tener que trabajar y ahorrar más para poder vacacionar en ese destino. (Nissan, Galindo y Méndez (2011, págs. 1567-1572)

Ecuador posee el 19% de su territorio (256.370 km²) compuesto por áreas protegidas, un reconocimiento por parte de la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad, la segunda reserva marítima más grande del mundo en Galápagos, el 10% de especies de plantas del mundo y es el país con mayor flora y fauna por km² del mundo; siendo todos estos atributos únicos de Ecuador los que le convierten en una potencia turística y competitiva.

Ecuador cuenta con una gran cantidad de capacidad instalada hotelera (5.189 establecimientos, 98.177 habitaciones, 223.140 plazas) dividida en plazas, establecimientos y habitaciones; estos se ubican principalmente en Guayas, Manabí y Pichincha. Es importante destacar que las actividades turísticas pueden ejecutarse en cualquier provincia por lo que debería existir mayor capacidad hotelera instalada distribuida en las diferentes provincias; además que existe mayor cantidad de capacidad hotelera instalada de segunda y tercera categoría, evidenciando la falta de un turismo de calidad y la preferencia del consumidor hacia establecimientos, habitaciones o plazas de menor precio.

Los ingresos por turismo receptor son cada vez mayores duplicando así los ingresos de \$189,0 millones 2007 a \$375,7 millones en 2015; pero si comparamos con el total de exportaciones del país este rubro es menos significativo (-1% en comparación 2007 con 2015); lo que muestra que a pesar de que el turismo sea creciente esto no es lo suficientemente significativo para la economía.

Las estrategias establecidas en el Ecuador con relación al turismo han tenido frutos acciones que permitieron potencializar los sitios turísticos , y generaron espacios de competencias dando la oportunidad a que las empresas generen nuevas alternativas de innovación, que se capaciten, que brinden un servicio de calidad, que los turistas reciban un trato amigable y cordial. Estas estrategias han sido poner al turismo como

uno de los sectores priorizados en el cambio de la Matriz Productiva, el establecer un Plan Nacional de turismo al 2020, el establecer una ley nacional de feriados permitiendo la planificación, entre otros permitiendo así generar nuevos alcances y mejoras en el sector.

El ingreso por turismo en América apenas alcanza el 16% del total del mundo; mientras que del total de América el ingreso por turismo en América del Sur es apenas del 9,2% del total de América ya que un 76% de ingresos los recibe América del Norte. La llegada de turistas en América de Sur representa el 16% del total de llegadas de América siendo este un porcentaje muy pequeño para el número de países que engloba entre estos Perú (1,8%), Colombia (1,5%) y Ecuador (0,8%), por lo que a pesar de la existencia de un mercado muy grande la participación de los países sudamericanos es pequeña.

En cuanto a la contribución directa y total al empleo se evidencia que Ecuador (1,93%) tiene una menor participación de empleo en el sector turístico en comparación con el total del empleo si analizamos países como Colombia (2,49%), Perú (2,46%) e incluso muy por debajo del promedio de América (3,82%), lo que evidencia que en comparación con América no sea dado prioridad a la generación de empleo en este sector para los países analizados.

La inversión y el Gasto público en el Ecuador para el Sector turístico han ido evolucionando de manera positiva (de 429 millones en 2007 a \$935 millones en 2015 en gasto y de \$10 millones en 2007 a \$109\$ en 2015 en inversión); pero a pesar de esta evolución tanto la inversión como el gasto publico realizado en el Ecuador en el sector turístico es mucho menor que en otros países como son Colombia (\$2.723 millones de gasto y \$142 millones de inversión en 2015) y Perú (\$2.422 millones de gasto y \$80 de inversión en 2015).

A pesar de que el país no es uno de los más grandes o competitivos a nivel económico o de nivel de vida a nivel mundial, el Ecuador se está convirtiendo en un destino turístico de renombre a nivel internacional, por lo que en el ámbito del turismo se puede concluir que es un país competitivo, con un inmenso inventario de destinos y servicios para atender de la mejor manera al turista extranjero a nivel mundial, sin embargo también es necesario reconocer que aún existe mucho por hacer, puesto que las campañas aún no tienen los resultados necesarios, no existe aún coordinación turística a nivel nacional, que favorezca al turismo y por tanto se puede hacer aún mucho más en relación a infraestructura, servicios, capacitación a los operadores y personal turístico, así como aún queda mucho por hacer en relación a campañas turísticas para promover al país desde muchos frentes. Con estos ámbitos, el país podría incrementar su PIB aportado por los diferentes ingresos que provienen del turismo, a su vez aportar al desarrollo del empleo y en general a la economía del Ecuador.

5 RECOMENDACIONES GENERALES

Se recomienda a los hacedores de política pública considerar cuán importante es el turismo en el mercado nacional y el impacto que esto genera en los diferentes sectores y segmentos de la economía del país, así como el impacto que genera este sector en el mundo con el objetivo de generar políticas que favorezcan a promover este sector y la generación de acciones en beneficio de los pequeños empresarios que han visto una idea de negocio a través del turismo, el apalancamiento es sin duda la mejor herramienta para mejorar la dinámica económica del país y fomentar la sostenibilidad.

Generar una estrategia de promoción en mercados priorizados que permita diferenciar al destino de la amplia y heterogénea oferta que existe actualmente en el mundo; y finalmente dos pilares articuladores que fortalecen dos aspectos claves: la sostenibilidad de la industria y la articulación entre los diferentes actores como son los actores públicos y privados tanto en el Ecuador como mediante alianzas estratégicas entre países vecinos de América del Sur para aumentar así el ingreso de turistas.

Articular los instrumentos que apuntan a estimular la demanda y fortalecer la oferta con el fin de desarrollar a la industria turística para que sea sostenible y competitiva aprovechando los recursos existentes en el Ecuador. Uno de los principales instrumentos para fortalecer la demanda es la diversidad, el precio y la calidad en los servicios prestados; mientras que para fortalecer la oferta se requiere de la inversión tanto de actores privados como públicos.

Realizar los mejores esfuerzos para fomentar la innovación misma que permitirá que futuros emprendedores puedan ingresar a competir en el sector cultural, social y económico. (Esto implica unificar esfuerzos con herramientas de gestión coherentes, para la superación de barreras de competitividad, consolidar los éxitos en la recuperación del mercado interno y asumir el compromiso de captar corrientes internacionales significativas de turistas, de mayor gasto y especialización.)

Ampliar las posibilidades turísticas creando fuentes de financiamiento para emprendedores en el sector turístico en áreas que aún no han sido explotadas es fundamental, ya que una de las principales debilidades que presenta el turismo es el acceso al financiamiento y que existen sitios muy saturados.

El Estado deberá incentivar el sector privado para que genere inversión y por ende empleo en el sector turístico ya que existe mucha concentración en sectores menos productivos que el turismo. Además el crear y adquirir programas de mecanismos que permitan adquirir paquetes promocionales para funcionarios públicos y privados, viajes de estudiantes y acuerdos con empresas para campañas de promoción.

El Ministerio de Turismo debe controlar y motivar a una constante preparación de todos quienes brindan un servicio turístico, las estimaciones son un referente de como las acciones están beneficiando al sector y cuáles son los aspectos que deben modificarse a largo plazo.

Finalmente el perfil competitivo se ha logrado pero se recomienda mantener acciones y estrategias a corto, mediano y largo plazo para apalancar al turismo como escenario competitivo y con un alto nivel turístico, para lo cual se involucrará a todos los sectores y los empresarios para consolidar propuesta y escenarios; esto con la finalidad del cumplimiento de los pilares de la matriz de ejecución en el corto, mediano y largo plazo. Al ser Ecuador un país tan pequeño en comparación con el mundo es importante que Ecuador genere convenios y alianzas estratégicas con países cercanos como puede ser Perú y Colombia para que puedan representar un referente turístico en el Mundo.

6 REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Anaya, G. (2012). *Neoliberalismo*. México D.F: Universidad Iberoamericana.
- Anton, S., & Gonzáles, F. (2011). *Planificación Territorial del Turismo*. Madrid: UOC.
- Artesi, L. (2011). *El desarrollo turístico*. Buenos Aires: CEPAL.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). REPOSITORIO FLACSO. *Tourism as a long-run of economic growth*. 877-884.
- Blanco, M. (2008). *Guia para la elaboración de un plan de desarrollo turístico en Latinoamérica*.
- Blanke, J., & Chiesa, T. (2009). The travel & tourism competitiveness report 2009. World.
- Bocanegra, C. (2005). *Alcances y Limitaciones del Modelo de Competencia Perfecta*. España : Universidad de Sonora .
- CEPAL. (2013). Análisis de la Cadena del Turismo.
- Chang, J. (2003). *Globalisation, Economic Development and the role of the State*. . Londres : Zed books .
- Cho, D. (1994). *A dynamic approach to international competitiveness: the case of Korea*. *Jouurnal of far eastern business*. Estados Unidos: Panamericana.
- Cho, D., & Moon, H. (2000). *From Adam Smith to Michael Porter, Evolution of competitiveness theory*. Estados Unidos: World Scientific Publishing Co.
- Cho, D., Moon, H., & Kim, M. (2009). *Des one size fit all? a dual double diamond a: roachto country-specific advantages*. . Estados Unidos: Asian Business and Management .
- Curiel, J. (2008). *Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos*. España: Universidad Rey Juan Carlos.
- Destino Ecuador. (2016). www.destinoecuador.ec. Obtenido de Ecuador turístico: <http://www.destinoecuador.ec/atractivos.php>
- Durand, M., & Giorno, C. (1988). “Indicators of International Competitiveness: Conceptual Aspects and Evaluation”.
- Ecuador Amazónico. (2016). www.ecuadoramasonico.com. Obtenido de Ubicación Geográfica: <http://www.ecuadoramasonico.com/ubicacion.htm>
- El Comercio . (30 de 09 de 2015). Siete datos claves sobre el desarrollo turístico de Ecuador. *El Comercio* , págs. 1-2.
- Fagerberg, J. (1988). “International Competitiveness”. *The Economic Journal*.
- FEM. (2011). www.weforum.org. Obtenido de El Turismo en América Latina: <https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-on-latin-america-2016>
- Forosecuador. (06 de 05 de 2013). www.forosecuador.ec. Obtenido de Listado de Aeropuertos del Ecuador: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/directorio/172-listado-de-aeropuertos-de-ecuador>
- Friedman, M., & Friedman, R. (1980). *Libertad de elegir: hacia un nuevo liberalismo económico* . Barcelona : Grijalbo.
- Fuentes, R., & Martínez, C. (2001). *Introducción a la economía* . España : ECU.
- Guerrero, C. (2013). *Competitividad turística de la ciudad de Quito - Ecuador y su sostenibilidad en el tiempo* . Quito, Ecuador.
- Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo. (2015). transport.ec. Obtenido de El transporte de turismo en el Ecuador: <http://transport.ec/actualidad/nuevo-reglamento-de-transporte-turistico-genera-opiniones-diversas-entre-miembros-del-sector/>
- Harvey, D. (1989). *The condition of posmodernity* . Oxford : Brasil.
- Henry, T., Haiyan, S., & Kevin, W. (2009). *Tourism and Hotel competitiveness research*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Estados Unidos: Panamericana.
- Keat, P., & Young, P. (2004). *Economía de Empresa* . México : Pearson .

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Fundamentos de Marketing*. México : Pearson Educación .
- León, F. (2010). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. México: Javier Vergara Editor SA.,
- Martínez, I., Santero, R., & Sánchez, L. (2009). *Factores de competitividad de la Pyme*. eSPAÑA: Área del Conocimiento y Documentación EOI.
- Ministerio de Turismo . (22 de 08 de 2016). *Turismo en Cifras* . Obtenido de Ecuador Potencia Turística : <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo. (2002). *Ley de Turismo*.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Boletín de Estadísticas Turísticas*. Ecuador: Presidencia de la República.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Indicadores Básicos para el análisis del turismo*. . Ecuador: Presidencia de la República.
- Ministerio de Turismo. (2016). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Ecuador: Presidencia de la República.
- MINTUR, & Tourism & leisure advisory services (T&L). (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador PLANDETUR*.
- Moreno Zapata, E. (2007). *El turismo en Ecuador*. Quito, Ecuador: Documento Sectorial, Oficina Economic y comercial de la Embajada de Espana en Quito.
- MTE . (31 de 12 de 2015). *Noticias* . Obtenido de Resultados del 2015, año de la calidad turista en Ecuador : <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>
- Muñoz, F. (2014). *El turismo explicado con claridad*. Madrid: Amertown International S.A.
- Naciones Unidas. (1994). *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*. Nuw York : Departamento De Información Económica y Social y Análisis de Políticas. División de Estadistias.
- Nagle, T., & Holden, R. (2010). *Estategia y Tácticas para la fijación de precios* . México : Managemente Master .
- Naranjo, P. (2014). *Marco del South American Hotel & Tourism Investment Conference* . Lima : Sahic.
- Narea, C. (23 de 05 de 2016). *Ahora el Ecuador es un destino turístico a escala mundial* . *El ciudadano* , págs. 1-2.
- Nissan, E., Galindo, M., & Mendez, M. (2011). *“Relationship between tourism and economic growth*. The Service Industries Journal, Vol. 31, N° 10.
- Novak, M. (1999). *El despertar de las sociedades democráticas* . Estados Unidos : Shurter .
- OEA. (2016). *www.oas.org*. Obtenido de Información general de la República del Ecuador: <http://www.oas.org/electoralmissions/Home/Ecuador2015/fichat%C3%A9cnica/Informaci%C3%B3ngeneralsobreecuador/tabid/241/Default.aspx>
- OMT . (2009). *Bárometro OMT del turismo Mundial* . Estados Unidos : OMT.
- OMT . (2015). *Pánorama del Turismo Internacional* . Estados Unidos : OMT.
- OMT. (2016). *www2.unwto.org*. Obtenido de Reporte anual: <http://www2.unwto.org/es/search/node/Reporte%20anual>
- Organización Mundial del Turismo OMT . (08 de 05 de 2016). *Por qué el Turismo* . Obtenido de El turismo: un fenómeno económico y social : <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Paz, R. (2007). *Atención al cliente Guía práctica de técnicas y estrategias* . España : Ideas propias .
- Peña, J. (2010). *Factores determinantes de la competitividad internacional*. . Sevilla, España: PEARSON.
- Peña, M. (2012). *Estructura, Economía, y Política Turística*. España: PEARSON.
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente* . España : Ideas Propias .

- Pontificia Universidad Católica de Chile . (12 de 05 de 2015). *La concentración de mercado* .
Obtenido de
power.sitios.ing.uc.cl/alumno09/concentra/concentracion/concentracion.htm
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations* . Estados Unidos: Harvard Business Review.
- ProEcuador . (2014). *Perfil sectorial de turismo para el inversionista* . Quito : Ministerio de Turismo .
- Pujol, L., & Serra, J. (2010). *Turismo y medio ambiente*. Madrid: Centros de Estudios Ramón Areces.
- Quezada, R. (2010). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Reglamento General a la ley de Turismo . (2015). *Ley de Turismo* . Quito : Lexis .
- REMAR. (2015). www.remar.com.ec. Obtenido de Puertos del Ecuador:
http://www.remar.com.ec/remar/es/Puertos_/Puertos%20de%20Ecuador%20
- Rivas, J., & Magadán, M. (2012). *Planificación Turística y Desarrollo Sostenible*. Oviedo-España: Septem.
- Rosales, J. (2010). *Elementos de la Microeconomía* . España : EUNED .
- Scott, B., & Lodge, G. (1985). "Us Competitiveness In The World Economy" . Harvard Business School Press.
- Segura, G. (2007). Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador(PLANDETUR 2020).
Plan de acciones transversales propuesto por PNUD-STEP-OMT.
- Smith, A. (1776). *La Naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Madrid: PEARSON.
- Troitiño, M., & García, J. (2008). *Destinos Turísticos; Viejos problemas, Nuevas soluciones*. Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha.
- Valls, A. (2010). *Desarrollo turístico y sustentabilidad*. Texas: Universidad Intercontinental.
- Vargas, B., & Herrera, Z. (2011). *Ventajas Comparativas y Competitivas*. La Paz: Fundación PIEB.
- Von, F. (1912). *Teoría Económica*. España: Licenciatura en derecho Grupo 209.
- Von, F. (1963). *The road to Serfdom* . Chicago : Chicago press .
- Von, M. (1949). *Human action: A treatise on Economics* . Estados Unidos .
- Walters, W. (2002). *El desarrollo de las agroexportaciones en el Ecuador: la primera respuesta empresarial*. Ecuador: Universidad de Postgrados FLACSO.
- World Economic Forum. (2006). Cuaderno de Economía . *Competitividad: Marco Conceptual y Analisis Sectorial*.
- World Travel & Tourism Council. (2016). The Global Summit 2016 . *Summary*.

7 ANEXOS

Anexo 1

Tabla 28. Categoría de establecimientos turísticos

Establecimientos	Detalle
Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel. • Hostal. • Pensión. • Motel. • Cabaña. • Refugio. • Albergue. • Apartamento Turístico. • Camping. • Ciudades Vacacionales.
Alimentos y Bebidas	<ul style="list-style-type: none"> • Bares. • Restaurantes. • Cafeterías. • Fuentes de Soda.
Agencia de Viajes	<ul style="list-style-type: none"> • Mayoristas. • Internacional. • Operadora. • Dual.
Recreación, Diversión y Esparcimiento o de Reuniones, Parques de Atracciones Estables	<ul style="list-style-type: none"> • Bolera. • Centro de convenciones. • Centro de recreación turística. • Discoteca. • Organizador de eventos. • Peña. • Pista de patinaje. • Sala de baile. • Sala de recepciones y banquetes. • Termas y balnearios.
Transporte Turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Líneas de Transporte Aéreo Nacional e Internacional. • Servicio de Transporte Terrestre Turístico. • Alquiler de Automóviles (Renta Car).

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Elaborado por: La autora

Anexo 2

Tabla 29. Aeropuertos del Ecuador


CIUDAD / PROVINCIA	NOMBRE
Tulcán, provincia del Carchi	Aeropuerto Teniente Coronel Luis A. Mantilla
Ibarra, provincia de Imbabura	Aeropuerto Atahualpa
Quito, Provincia de Pichincha	Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre
Latacunga, provincia de Cotopaxi	Aeropuerto Internacional Cotopaxi
Ambato, provincia de Tungurahua	Aeropuerto Chachoan
Riobamba, provincia de Chimborazo	Aeropuerto Chimborazo
Cuenca, provincia del Azuay	Aeropuerto Mariscal Lamar
Macará, provincia de Loja	Aeropuerto José María Velasco Ibarra
Catamayo, provincia de Loja	Aeropuerto Camilo Ponce Enríquez
Montalvo, provincia de Los Ríos	Aeropuerto El Carmen
Machala, provincia de El Oro	Aeropuerto General Manuel Serrano
Santa Rosa, provincia de El Oro	Aeropuerto Regional de Santa Rosa
Esmeraldas, provincia de Esmeraldas	Aeropuerto General Rivadeneira
Jipijapa, provincia de Manabí	Aeropuerto de Jipijapa
Pedernales, provincia de Manabí	Aeropuerto de Pedernales
Bahía de Caráquez, provincia de Manabí	Aeropuerto Los Perales
Manta, provincia de Manabí	Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro
Salinas, Provincia de Santa Elena	Aeropuerto Cosme Renella
Salinas, Provincia de Santa Elena	Aeropuerto General Ulpiano Páez
Guayaquil, provincia del Guayas	Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo
Gualaquiza, provincia de Morona Santiago	Aeropuerto de Gualaquiza
Macas, Provincia de Morona Santiago	Aeropuerto de Macas
Taisha, provincia de Morona Santiago	Aeropuerto Taisha
Sucúa, provincia de Morona Santiago	Aeropuerto de Sucúa
Tena, provincia del Napo	Aeropuerto Internacional Jumandy
Mera, provincia de Pastaza	Aeropuerto Río Amazonas
Tarapoa, provincia de Sucumbíos	Aeropuerto Tarapoa
Nueva Loja, provincia de Sucumbíos	Aeropuerto de Santa Cecilia
Nueva Loja, provincia de Sucumbíos	Aeropuerto de Nueva Loja
Puerto El Carmen, provincia de Sucumbíos	Aeropuerto de Putumayo
Nuevo Rocafuerte, provincia de Orellana	Aeropuerto Tiputini
Francisco de Orellana, provincia de Orellana	Aeropuerto Francisco de Orellana
Puerto Ayora, Isla Baltra, provincia de Galápagos	Aeropuerto Seymour
Puerto Baquerizo Moreno, Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos	Aeropuerto de San Cristóbal


Fuente: (Forosecuador, 2013).

Elaborado por: Ministerio de Turismo


Anexo 3

Costa

Lugar	Foto	Características/Ventajas
Playas de Esmeraldas	 An aerial photograph showing a long, narrow beach with turquoise water on the left and a coastal town on the right. The beach is lined with many blue umbrellas. The town has colorful buildings and a road running parallel to the beach.	<p>Esmeraldas es una de las ciudades de la costa ecuatoriana, en donde se alberga 6 playas, las mismas que son de agua turquesa, arena blanca, fina y caliente, estas playas comprenden la de Tonsupa, Atacames, Sua, Same, Monpiche y más alejado San Lorenzo el mismo que es un brazo de mar, en estas playas se puede encontrar varias atracciones, además de la diversidad, de platos ya sean en las covachas o en los restaurantes que se encuentran a la orilla de las playas, además de tener una amplia infraestructura para albergar a varios turistas, su clima es muy cálido durante todo el día y la noche, para la diversión en las noches dispone de varios lugares para la distracción nocturna. Para llegar a estas playas se tiene carreteras de primer orden, además de que esta ciudad posee un aeropuerto para llegar en pocos minutos, una cosa muy importante es que para trasladarse de una playa a otra se dispone de taxis ecológicos, también de autobuses o se lo puede realizar en vehículos particulares ya que se encuentran a poca distancia la una de la otra.</p>
Cascada Salto del Río Armadillo		<p>Esta cascada se encuentra en el Cantón del Carmen en la parroquia San Ramón del Armadillo, esto es en la provincia de Manabí, el clima es cálido con temperatura media que bordea los 22° C, esta cascada tiene una caída de agua de 10 metros, el ancho es de 30 a 40 metros aproximadamente.</p> <p>Este salto tiene una quebrada con laderas abruptas y cubiertas de vegetación, en algunas partes están cubiertas con vegetación propia y hacia el oeste está dominada completamente por la presencia del salto parte del lecho con grandes bloques de conglomerado.</p>

		<p>Las riberas son suavemente irregulares, continuada por pendientes abruptas hacia el este y oeste. Hacia la ribera oriental este se forma una pendiente mucho más suave de aproximadamente 20 y origina una pequeña playa, la misma que está compactada por herbáceas propias de riberas de río y árboles de raíces grandes y superficiales, los mismos que están conteniendo las orillas.</p> <p>En este lugar también tiene como atractivo en que se encuentra rodeado de montañas en donde habitan venados, tigrillos, monos y otras especies como conejos, guatusas, armadillos, guantas, cabeza de mate, culebras X, culebras mata caballo, aves como el perdiz, pili, gavián y muchas otras más.</p>
<p>Montañita</p>		<p>Montañita es una playa de la costa la misma que se encuentra ubicada a tres horas de Guayaquil, a 60 Km de la ciudad de Santa Elena, su clima es cálido pero seco, su temperatura es de 28 grados centígrados, su extensión cubre un área de 1400 metros y sus olas son apetecidas por surfistas de todo el mundo.</p> <p>En esta playa durante todo el año existe gran afluencia de turistas provenientes de todas partes del mundo, que llegan atraídos por toda la gama de posibilidades de diversión y deportes que brinda esta localidad. Es un sitio obligado de visita para la gente joven, que acuden atraídos por sus campeonatos internacionales de Surf. La diversión nocturna está asegurada con música estilo bohemia propia de la zona, con gran cantidad de actividades recreativas organizadas, como concursos de baile y de belleza.</p> <p>Además esta playa se caracteriza por tener un fuerte oleaje, el mismo que es favorable para las prácticas y competencias de surfing, también dispone de varios lugares para la gastronomía en comida nacional e internacional, además de ser conocida por sus batidos y por las pizzas que se ofrecen.</p>

<p>Puerto el Morro</p>		<p>Puerto El Morro se encuentra ubicado a 20 minutos de General Villamil y a una hora y media desde Guayaquil, su clima es bastante soleado durante los meses de diciembre a abril, teniendo un promedio de 28°C, pero para los meses de mayo a noviembre, las temperaturas son más templadas, teniendo un promedio de 26°C. Essta zona cuenta con un extenso manglar, además de aves y delfines nariz de botella (Bufeos). Puerto Morro es un pintoresco lugar habitado por pescadores, recolectores de conchas, mejillones, cangrejos y de otras personas que elaboran en camaroneras de la zona.</p> <p>Desde este lugar se extraen grandes cantidades de cangrejos para consumo local y de todo el país, así como conchas, ostiones, mejillones, entre otros moluscos, para el consumo. Además durante ciertas temporadas se puede encontrar lobos marinos, piqueros patas azules incluyendo una gran variedad de ballenas. En este lugar se puede encontrar artesanías y paseos por canoa recorriendo todo el manglar.</p>
<p>Parque Histórico de Guayaquil</p>		<p>El Parque Histórico es un refugio de vida e historia de la región y su riqueza natural, la misma se encuentra ubicada en la Cdla. Entreríos vía a Guayaquil-Samborondón, su clima es muy cálido, este lugar es ideal para realizar turismo ecológico y arqueológico, de tal manera que los visitantes pueden internarse en el exuberante verdor del bosque y caminar por un sendero de madera que lo atraviesa. El Parque Histórico de Guayaquil fue creado por iniciativa del Banco Central del Ecuador con el objetivo de preservar para las futuras generaciones lo mejor de la vida silvestre, de las tradiciones y de la antigua arquitectura urbana de esta ciudad.</p> <p>Este sitio cuenta con 8 hectáreas está rodeado de bosques de manglares y otras especies de árboles, como el platanillo, que crecen naturalmente alrededor del río Daule, además existen 28 especies de animales en cautiverio, entre las que se pueden observar al venado de cola blanca, al mapache y osito lavador, grupos de saínos, tigrillos, osos perezosos,</p>

		<p>cocodrilos, etc. Existen 90 especies de aves como papagayos, pericos, águila arpía, entre otras.</p> <p>Este lugar tiene como atractivo la zona de vida silvestre, la zona urbano arquitectónica en donde se puede encontrar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Casa de Julián Coronel (1899). • El antiguo Banco Territorial (1886). • El hospicio del Corazón de Jesús (1892). • La Casa Verde (1896). <p>También la Zona de Tradiciones.</p>
<p>Archipiélago de Jambelí</p>		<p>El Archipiélago de Jambelí se localiza frente a la costa de la provincia de El Oro, al sur del golfo de Guayaquil, y forma parte de la Zona Especial de Manejo (ZEM) definida por el Programa de Manejo de Recursos Costeros, su temperatura promedio es de alrededor de 22 grados centígrados, este archipiélago tiene una extensión de 293 km², la misma que está conformado por islas, las mismas que están rodeadas de manglares, donde se extienden pacíficas y acogedoras playas, limpias y ricas en vegetación.</p> <p>Jambelí cuenta con una buena planta hotelera, además de una buena gastronomía, en este archipiélago se puede encontrar naturaleza, mar, manglar y playa. Casi una experiencia de turismo folklórico-ecológico-comunitario.</p> <p>En este lugar se han registrado alrededor de 75 especies, entre las que se cuentan 42 acuáticas o playeras congregatorias, entre las que destacan <i>Aramides axillaris</i>, <i>Botaurus pinnatus</i> y <i>Sterna nilotica</i>. Además existe gran variedad de flora siendo ésta el coco, mangle negro, canavalia marítima, mangle rojo, muyuyo, entre otros.</p> <p>También cuenta con diversos atractivos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Museo Marino: Jambelí.

		<ul style="list-style-type: none"> • Las Islas del Archipiélago de Jambelí: Chupadores, Payana, Costa Rica, Bocas, Callejones, El Gato, De los Ojos, La Plata, Patria, Playón, Pollos, Pangol, Tembleque y Jambelí.. • Paseos Ecológicos. • Playas de Jambelí. • Puerto Hualtaco.
<p>Refugio de Vida Silvestre Pacoche</p>		<p>El Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pacoche se encuentra a 26 kilómetros de Manta, tiene un clima subtropical seco, con una temperatura que oscila entre los 24 °C en invierno y 26 °C en verano, este refugio tiene una exuberante y variada vegetación, donde se respira aire puro, su extensión del bosque supera las 4.500 hectáreas de extensión.</p> <p>Este rincón manabita, se aprecia arboles como: laurel, guaba, higuerón, caña guagua, paja toquilla, cafetal, entre otros.</p> <p>Entre las plantas propias que existen en este bosque se tiene la la paja toquilla, y otras silvestres como la caña guadua, palo santo, aramo, laurel, etc., también tiene animales como los monos, micos, conejos, venados, ardillas, tigrillos, zorros, perico ligero, culebras, guacharacas, palomas, loros, pericos y diferentes variedades de pájaros. Los atractivos de este lugar a más de su naturaleza son los acuíferos, la arqueología ancestral en bosque de Pacoche, el Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pacoche y la parroquia San Lorenzo.</p>

Parque Nacional
Machalilla





El Parque Nacional Machalilla, es una reserva ecológica y arqueológica de gran importancia, se encuentra ubicada al suroeste de la provincia de Manabí en los cantones de Jipijapa, Puerto López y Montecristi, su clima es cálido seco sin embargo, masas de aire marino producen humedad. La temperatura media anual fluctúa entre 23,5 - 24,5 °C. Hay que tomar en cuenta que es una de las áreas protegidas más extensas de la costa ecuatoriana y comprende dos zonas: una terrestre (56.184 has) y una marina (14.430 m) fue creada el 26 de julio de 1979.


Su encanto está en la combinación de desierto, las áreas bajas del parque son secas y semidesérticas, presentan hermosos paisajes, playas, bahías y acantilados. Cuenta con una infinita gama de especies marinas y terrestres.


El Parque es un verdadero museo natural de la historia precolombina del Ecuador y Sudamérica. Para varios investigadores los bosques secos son de mayor importancia del mundo por su alto grado de endemismo.


Tiene playas seguras y tranquilas, que se destacan entre precipicios rocosos de sus orillas. Estas son las islas de La Plata y Salango, varias islas menores e islotes pintorescos y un área marina de dos millas náuticas que se adentra en el mar desde la costa.

La diversidad faunística del PNM, en las áreas marinas y terrestres, está representada por 81 especies de mamíferos, 270 de aves y 143 de peces.

Lugar	Foto	Características/Ventajas
Baños		<p>Baños de Agua Santa se encuentra situada en la provincia de Tungurahua, su temperatura es cambiante durante el día es cálido y por la noche tiene un clima frío, este lugar es propicio para realizar deportes de aventura como: rafting, kayak, canyoning, escalada en roca, salto del puente, paseos a caballo, caminatas ecológicas, ciclismo de montaña, andinismo, camping, parapente, convirtiéndose este lugar ideal para las personas que aman la aventura, además dispone de varias cascadas, siendo la ciudad el punto de partida para explorar el Ecuador al aire libre.</p> <p>Baños cuenta con diversidad de atractivos turísticos, los mismos que pueden ser visitados en bicicleta, en camionetas o cualquier medio de transporte terrestre que está a disposición de las personas, además cuenta con varios hoteles y restaurantes, la vida nocturna es muy activa ya que se puede dar un paseo en chiva o en buses descapotables hacia el mirador, luego se puede tener un entretenimiento en las discotecas, por el día se puede visitar las cascadas, sus balnearios, y realizar distintas actividades que dispone este lugar.</p>
Centro Histórico de Cuenca		<p>Cuenca es una de las ciudades muy importantes del Ecuador, en donde existen grandes atractivos turísticos, uno de ellos Chordelec, que es donde sus habitantes se han dedicado a la elaboración de joyas, otro lugar es el Centro Histórico el mismo que se encuentra en las calles Bolívar, E. Toral, Lamar, B. Malo, Sangurima, Hermano Miguel, G. Colombia, Huayna Cápac, Sucre, M. Vega, Todos los Santos. Parroquia Gil Ramírez Dávalos y El Sagrario.</p> <p>El Centro Histórico, tiene áreas especiales de manejo que se alejan de los alrededores de la Plaza Central o Parque Calderón. Allí, predomina la arquitectura de característica popular y son sectores que constituyen accesos importantes hacia la ciudad, además allí se ubican la gran mayoría de los locales artesanales, en los que puede encontrar: sombreros de paja toquilla, hojalatería, joyería, cerámica, tejidos y cuero. La extensión del Centro Histórico tiene una superficie total de 224 hectáreas.</p>


		<p>En ese lugar se puede encontrar varias infraestructuras en donde las personas que la visitan pueden recorrerlas en post de conocer más de la historia de Cuenca, en donde se tiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iglesias y Conventos • Museos, entre los que está el del Banco central, el de Agustín Landívar. • Parques
<p>Complejo Arqueológico de Ingapirca</p>		<p>Ingapirca se encuentra ubicado en la estribación occidental del cerro Cubilán, a medio kilómetro del centro parroquial de Ingapirca., la misma que fue inaugurada en junio 1987 y la primera descripción del lugar fue realizada por tres ciudadanos franceses en el año 1736. Este complejo fue un importante centro religioso, político, científico, militar y administrativo para los cañarís e incas. En la actualidad es el monumento arqueológico pre-hispánico más trascendental del Ecuador.</p> <p>El complejo arqueológico de Ingapirca está conformado por un inmenso conjunto de estructuras de piedra, basamentos de vivienda, terrazas y caminos empedrados.</p> <p>Este Complejo está constituido por el Castillo o Templo del sol, Pilaloma, la Condamine y la Vaguada, el Ingachungana, la Cara del Inca, la tortuga, el Intihuayco, Escalinata del barranco y el Museo de sitio.</p> <p>Siendo la estructura mayor del Complejo de Ingapirca es el denominado templo que tiene una forma elíptica y que servía para la adoración de los dioses y como observatorio. Está conformado por el muro oval y lo que queda de los palacios, el patio interior, la gran plaza y los cuarteles.</p>


<p>El Volcán Cotopaxi</p>		<p>El Volcán Cotopaxi, se encuentra ubicado en la Cordillera Central de los Andes Ecuatorianos a 62 km al noreste de Latacunga y 75 km al sureste de Quito. Límites: Al noreste el volcán apagado Sincholagua, y el Rumiñahui al oeste; el Quilindaña al sureste, este lugar presenta una variedad y contraste propios de los efectos de la altitud y la orientación.</p> <p>El Cotopaxi encierra un paisaje que abarca la cobertura vegetal en sus laderas, se observa rasgos minerales de antiguas erupciones volcánicas, en sus faldas orientales existe un refugio donde permite a propios y visitantes una vista que abarca el valle y la laguna de Limpiopungo donde hay patos silvestres.</p> <p>Además hay que tomar en cuenta que el Cotopaxi es el volcán más alto del mundo con 5943 m s. n. m. Se ha calculado que la anchura de su cráter de este a oeste mide 500 m y de norte a sur unos 700 m.</p> <p>Se puede decir que en este lugar existen varios atractivos que cautivan a los visitantes para llegar a este lugar en donde se puede encontrar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Mirador de Sunfana. • Lagos de Cajas. • Sendero Quishuar. • Laguna de Santo Domingo.
<p>Calle de la Ronda</p>		<p>La ciudad de Quito, es la capital de los ecuatorianos y es una de las más grandes del país, en donde se puede encontrar variedad de atractivos turísticos, los cuales son el teleférico, los valles, el panecillo, el centro histórico en donde se encuentra un barrio emblemático el mismo que es la Ronda, que es una de las calles más tradicionales que se encuentran en Quito, no solo por ser una de las más antiguas, o por haber sido cuna de pintores, escritores y poetas de los años 30; fue en las casas de esta estrecha calle en donde se escribieron canciones y pasillos, además que ha albergado a políticos, románticos y bohemios. Entre los personajes que habitaron en La Ronda en el transcurso del siglo XX se encontraron Faustino Rayo o Carlos Guerra o al Taita Pendejadas.</p>

		<p>Su arteria principal es la calle Juan de Dios Morales, esta atractiva calle es el centro de la cultura quiteña en ella se pueden encontrar juegos tradicionales, centros culturales, restaurantes típicos, bares, puestos de información turística y cultural son algunas de las muchas atracciones que el sitio ofrece. Históricamente la conformación de este barrio se ubica entre los siglos XVIII y XIX. Su remodelación se inició en el año 2006, la misma se extiende desde el antiguo Terminal Cumandá hasta bulevar 24 de mayo, más exactamente se encuentra ubicada en la calle Morales, Venezuela, Guayaquil, Maldonado entre el puente de la paz y el puente nuevo en la calle Juan de Dios Morales.</p>
<p>Laguna de Cuicocha</p>		<p>La Laguna der Cuicocha se encuentra ubicada dentro de la Reserva Cotacachi-Cayapas, la misma que está a 14 km de Otavalo y 12 km al suroccidente de Cotacachi. Su clima por la topografía, vana de templado periódicamente húmedo a frío de alto andino y de tropical lluvioso a templado periódicamente seco. Esta laguna es un profundo cráter volcánico de 4 km de largo por 3 km de ancho y aproximadamente 200 m de profundidad.</p> <p>Esta laguna es conocida como laguna de los Dioses o Tsui-Cocha y es de origen cratérico. La particularidad de esta laguna es que en su centro están ubicados dos islotes que llevan los nombres de Teodoro Wolf y José María Yerovi, separados por el "Canal del ensueño". Estas islas son producto de pequeñas erupciones que siguieron a la erupción principal.</p> <p>La laguna de Cuicocha está en el interior del cráter del volcán Cotacachi que se originó tras una explosión volcánica hace miles de años, razón por la cual carece de orillas, considerada como laguna ecológica y mitológica, en medio de este lago sobresalen tres cúpulas de roca volcánica que conforman dos islotes</p> <p>En este lugar se puede observar especies como: el cuy de monte que le da el nombre a la laguna el soche, el conejo de monte, el armadillo, el zorro andino, el chucuri, y gran cantidad de aves como tórtolas, torcazas, colibríes, gorriones, mirlos, lechuzas y patos. En ciertas épocas se puede observar el cóndor.</p>

<p>Salinas de Tomebamba</p>		<p>Salinas de Tomabela (Salinas de Guaranda o Salinas de Bolívar), es un pueblo tranquilo, productivo, ganadero y turístico, el mismo se encuentra ubicado a 4 horas de Quito y a 30 minutos de la ciudad de Guaranda, su temperatura varía entre 7 y 14 °C en el páramo y entre 18 y 25 °C en el subtrópico, en este pueblo se puede encontrar un 85% de indígenas y 15% de mestizos, en esta tierra existen formaciones geológicas y extrañas de interés para la arqueología e historia, e inclusive al ir de Salinas a Simiatug se distingue en una inmensa llanura de lado y lado grupos de piedra viva que semejan famosas ciudades con castillos, farallones, torres, columnas y estatuas, así como monolitos de tiempos atrás.</p> <p>Al interior de los farallones del río Tiahua se encuentran las cuevas arqueológicas o prehistóricas que son mudos testigos de la historia por la que atravesó su población. Además se puede encontrar en este lugar artesanía y pequeña industria, la hilandería, entre otras cosas que distingue a este pueblo de la serranía ecuatoriana.</p>
<p>Cementerio de Tulcán</p>		<p>El Cementerio de Tulcán, denominado oficialmente como "José María Azael Franco Guerrero" en el 2005, es uno de los lugares más reconocidos por propios y extraños. El parque de esculturas verdes está ubicado dentro del cementerio de la ciudad de Tulcán en las Av. del Cementerio y calle Cotopaxi al noroccidente de la ciudad.</p> <p>Después del terremoto que ocurrido en 1923, la ciudad de Tulcán experimenta un rediseño urbanístico, en aquellos días el Cementerio nuevo empezaba a funcionar con vistosos mausoleos ubicados a los costados del ingreso. De tal manera que para el año 1936 el Sr. José María Azael Franco planta los primeros cipreses que años después se convertirían en la mayor herencia dejada a la ciudad de Tulcán. Luego son tallados para dar forma a los cipreses estas maravillas convierten al campo santo en un palacio donde se conjugan armoniosamente arte y belleza, y conllevan a un espectáculo único digno de ser apreciado por turistas. El mismo que deberá visitar aproximadamente ocho hectáreas que comprenden 120 figuras que engalanan este Panteón, el cual es una de las bellezas más representativas a nivel de América Latina.</p>

Amazonía

Lugar	Foto	Características/Ventajas
Las cavernas de Jumandy		<p>Las Cavernas de Jumandy, es uno de los atractivos más sobresalientes de la Provincia de Napo, está ubicada a 2 kilómetros de distancia (10 minutos) de la ciudad de Archidona, estas cavernas tiene una longitud de 1.900 m y el recorrido dura aproximadamente 1 hora. El ancho de la cueva es de unos 4 a 5 m. y de 6 a 7 m. de alto, el clima es cálido con una temperatura aproximada de 23° C.</p> <p>Dentro de la caverna se puede apreciar corrientes de agua subterránea y las espectaculares estalactitas y estalagmitas. El complejo turístico cuenta con toboganes, piscina de agua natural, espacios deportivos y cabañas para hospedaje.</p> <p>Es un sitio enclavado en el denso bosque, son formaciones naturales de rocas calcáreas permeables que con el paso del tiempo han permitido la formación de estalagmitas y estalactitas. En ellas encontramos también vertientes subterráneas.</p> <p>En este lugar Jumandy estableció su campamento en las cavernas cuando la expedición de Francisco de Orellana avanzaba con su sed de oro, por el país de la Canela. Este fue un sitio de recogimiento espiritual, acá acudían los shamanes para sus ayunos rituales o ponerse en contacto con los espíritus.</p> <p>El cacique quijo Jumandy, es considerado como uno de los máximos exponentes de los pueblos indígenas del Oriente ecuatoriano, por su audacia y valor en la lucha.</p>

<p>Cueva de los Tayos</p>		<p>La cueva de los Tayos es una formación geológica que data sus inicios hace aprox. 200 millones de años, la misma se encuentra ubicada en la provincia de Morona Santiago en el cantón San Juan Bosco. En las faldas septentrionales de la cordillera del Cóndor al margen derecho del río Huangus, Guangos o Coangos, su clima es templado, tomando en cuenta que la brisa del río permite refrescarse los días de sol, por tanto su temperatura mínima es de 19° C y la máxima de 30° C.</p> <p>Esta cueva se caracteriza por sus formaciones de piedra que por sus capas que recuerdan a terrazas contienen ángulos rectos y acabados con formas simétricas y perfectamente pulidas lo que a simple ojo da la impresión que fuese hecho por el hombre. Sin embargo se debe considerar que la formación de la cueva es por gran parte causada por el agua y posiblemente por petróleo el que se encuentra igualmente en la cueva. En la Cueva de los Tayos hay impresionantes formaciones de estalactitas, estalagmitas y estalagnatos los que sostienen la antigüedad de esta cueva.</p>
<p>Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno (RPFC)</p>		<p>El Cuyabeno es considerada como un santuario de vida silvestre e incluye áreas de altísimo valor para la conservación de la biodiversidad, en la reserva se encuentran los sistemas lacustres tropicales más grandes del país: el río Cuyabeno y el río Lagarto. Esta reserva se encuentra ubicada al noreste del país, en las provincias de Sucumbíos y Orellana, su extensión comprende 603.380 hectáreas y fue creada el 26 de Julio de 1.979</p> <p>La flora está entre la más diversa del planeta, con más de 12.000 especies distribuidas en diferentes hábitats. Entre las especies que sobresalen están: orquídeas, heliconias y bromelias entre otras, además en este lugar se estima que existe alrededor de 1 320 especies: 165 de mamíferos, 493 de aves, 96 de anfibios, 91 de reptiles y 475 de peces.</p> <p>En este lugar se encuentra un sinnúmero de actividades pero las más destacadas es visitar las comunidades Quichuas, ir por el complejo del río Lagarto, además de ir Alto y Bajo Cuyabeno, visitar la laguna Zancudococha, entre otras actividades que se realiza en esta reserva, la misma que es una de las más importantes del mundo.</p>

Parque Nacional
Yasuni



El Parque Nacional Yasuni, es una sucesión infinita de pequeñas colinas, formadas por el paso milenario de los ríos, se encuentra ubicada en el cantón Aguarico, su clima es cálido con una temperatura que oscila entre los 18 y 36 ° C con una media de 24 a 26 ° C, este parque comprende 982 000 hectáreas de Bosque.

Alberga a uno de los ecosistemas de mayor biodiversidad en el mundo, donde habitan los más variados representantes de la fauna y flora tropicales, la UNESCO lo declaró Reserva Mundial de la Biosfera. Es un laboratorio natural que ofrece la oportunidad de aprender sobre los sistemas tropicales.

El Parque comprende importantes cuencas de los ríos Napo, Yasuní, Tiputini, Nashiño, Cononaco y varios afluentes del Curaray.


Los ríos Napo, Cononaco y Curaray son navegables durante todo el invierno y constituyen las principales vías fluviales de acceso a ciertos sectores del Parque.



Las principales especies vegetales son el chontaduro, el unguahua, el palmito, el pambil y la chambira. Es fácil localizar musgos, helechos, orquídeas y bromelias en medio de hongos, lianas, trepadoras y líquenes.

A través de estudios se han determinado que existen más de 500 especies de aves, en cuanto a mamíferos, se han registrado de 173 especies, aunque se estima que existen unas 200 que corresponderían al 57% de toda la fauna existente en el país.


Se han registrado 62 especies de serpientes y más de 100 de anfibios, 43 de las cuales corresponden exclusivamente a ranas arborícolas, muchas de colores tan intensos como tóxicos. La ictiofauna compuesta por peces de agua dulce, presenta también una altísima diversidad.

La presencia de grandes predadores como el jaguar y el puma, es una muestra de que la fauna aún mantiene un equilibrio en su entorno. Se pueden encontrar en el Parque especies como la Nutria gigante, el delfín rosado, la danta, tigrillos, pecarís y otros. Uno de sus principales ríos es el río Tiputini, el cual por su espectacular flora y fauna es uno de los mayores atractivos del Parque.

		<p>El mayor atractivo del Parque Nacional Yasuní está en sus tres tipos de selva: La tierra firme no inundable que constituye el 77% del área, con especies de árboles de 30 y 50 metros de altura como el cedro, el chuncho y otras especies como la caoba, la guambula, el caimito que de acuerdo a la zona comparten hábitat con musgos, helechos, orquídeas, hierbas, enredadera y bejucos.</p> <p>El bosque estacionalmente inundado o várzea, que ocupa el 9% de la superficie del parque y en donde se puede encontrar palmas, sangre de drago y cruz caspi, así como enredaderas, lianas, musgo, líquenes y helechos.</p> <p>El bosque permanentemente inundado o igapó, tiene una vegetación sumergida parcialmente por ríos de aguas negras durante casi todo el año; una de las especies características es el guarango. Además de esto existe el moretal o bosque pantanoso de aguas mansas donde la especie que predomina es el morete, esta es una palma da alojamiento a cientos de especies de mamíferos, aves, reptiles y anfibios.</p>
<p>Cascada del Alto Macuma</p>		<p>Es un conjunto de hermosas cascadas llevan el nombre de Alto Macuma por lo que entre todas ellas y algunos riachuelos forman el Río Macuma localizadas en las estribaciones de la cordillera Cutucú en la parroquia cuchaentsa a 45 minutos de la ciudad de Macas, cuenta con una temperatura que oscilan entre los 18 y 22 grados centígrados.</p> <p>El bosque es húmedo tropical en donde se puede encontrar árboles maderables como el copal, capulí, guayacán, caoba, cedro, laurel, balsas, palmas, bromelias, heliconias, plantas medicinales, hongos, lianas.</p> <p>En cuanto a la fauna los animales más representativos son el gallo de la roca, la rupícola peruana, guatusa, saino, armadillo, pava de monte, papagayo.</p> <p>Los atractivos turísticos de este lugar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Cascada Arutam. • La Cascada Etsa. • La Cascada Tsunki. • La Cascada Sagrada. • La Parroquia Cuchaentsa.

		<ul style="list-style-type: none"> • La población Shuar. • Bosque de Copales.
El Volcán el Reventador		<p>El volcán Reventador es uno de los más activos del país, está ubicado en la zona baja de la Reserva Cayambe – Coca, esta forma parte la Provincia de Napo, Cantón El Chaco, Parroquia de Gonzalo Díaz de Pineda, a 50 km, de El Chaco, su clima que predomina en este lugar oscila entre los 17° C. como mínimo y 22° C. como máximo.</p> <p>La ascensión toma dos días, por ser una zona retirada y de difícil acceso pero rica en vida silvestre. En su base está una de tantas "cueva de los tayos", llamada así porque allí habitan unas aves nocturnas ciegas que se caracterizan por orientarse en base a ecolocación. Cuenta con un sendero de interpretación de 6 kilómetros de extensión. Entre las especies de flora existentes en la zona volcánica está la exuberante vegetación como orquídeas y flores silvestres.</p>
Ruinas Trincheras		<p>Las ruinas Trincheras se encuentran en la cima de una pequeña montaña cubierta de vegetación propia de bosque nublado, desde aquí se puede observar gran parte del valle del Río Cuyes, Ganazhuma, y las principales montañas que lo rodean. Este atractivo turístico se encuentra en la comunidad Ganazhuma, parroquia Amazonas. Existe un sendero de 2 Km. que conduce al lugar, su clima es templado con una temperatura de 17 grados centígrados. El sitio está constituido por muros de aproximadamente 2m, de altura por 0.90m, de ancho además están dispuestos alrededor de dos plataformas ovaladas de 20m de ancho por 30m de largo que poseen una puerta de acceso.</p> <p>Por su ubicación y forma de construcción se presume que fue un sitio muy importante posiblemente de origen cañari, su función aún no ha sido descubierta pero se han encontrado restos fósiles y restos de vasijas y tiestos que sin lugar a dudas muestran la presencia de una antigua civilización en este lugar.</p>

Galápagos

Lugar	Foto	Características/Ventajas
Archipiélago de Galápagos		<p>El Archipiélago de Galápagos situadas a 1000 Km de la Costa Ecuatoriana en el Océano Pacífico, fue declarado por la UNESCO “Patrimonio Natural de la Humanidad” en 1978; está formado por 13 islas grandes, 6 pequeñas y 107 rocas e islotes.</p> <p>Galápagos es famoso por su flora y la fauna endémicas, lo que hace de este sitio uno de los paraísos, a inicios del 2016 se creó el Santuario Marino de Galápagos "con el fin de proteger al tiburón martillo, una especie en extinción". El nuevo Santuario Marino está compuesto por el 33% de la Reserva Marina de Galápagos y un 59% del Parque Nacional Galápagos, ubicado entre las islas de Darwin y de Wolf.</p> <p>La Reserva Marina de Galápagos, la segunda más grande del mundo, contienen el último arrecife de coral, sus aguas poseen la mayor biomasa de tiburones del planeta y reciben la única migración de tiburones ballena en estado de gestación. La zona entre las islas de Darwin y Wolf está considerada la mejor del mundo para la práctica del buceo deportivo porque permite el avistamiento de un gran número de especies autóctonas.</p> <p>Algunos de los lugares representativos de Galápagos para visita son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El islote de las Tintorerías. • La estación científica Charles Darwin. • Los Túneles. • El parque Nacional Galápagos. • La Isla San Bartolomé • La Playa Mann entre otros atractivos.

Anexo 4

Destinos más importantes del mundo de acuerdo a LonelyPlanet

1. Los templos en Angkor, Camboya



Si hay un sitio para escoger, la editorial pone en lo más alto de su lista estos templos hindúes, erigidos durante el imperio jemer en Camboya, entre los siglos IX y XV.

3. Machu Picchu, Perú



También conocida como la "ciudad perdida" de los incas, Machu Picchu se encuentra a 2.550 metros de altura en los Andes peruanos. Según datos del Ministerio de Comercio y Turismo del país, entre 70.000 y 100.000 turistas visitan cada mes este ancestral pueblo andino.

5. Taj Mahal, India



Es un monumento al amor. El Taj Mahal fue la obra encargada por el emperador mongol Shah Jahan para su esposa Mumtaz. Fue construido entre 1631 y 1654 a orillas del río Yamuna.

7. Coliseo romano, Italia



Este anfiteatro que data de la época del Imperio romano está considerado como una de las nuevas Siete Maravillas del Mundo Moderno. Se construyó en el siglo I y está en medio de la ciudad de Roma.

2. La Gran Barrera de Coral, Australia



Es sencillamente el mayor arrecife de coral del mundo. Se estima que en sus 2.600 kilómetros de extensión hay más de 1.800 especies marinas.

4. La Gran Muralla China



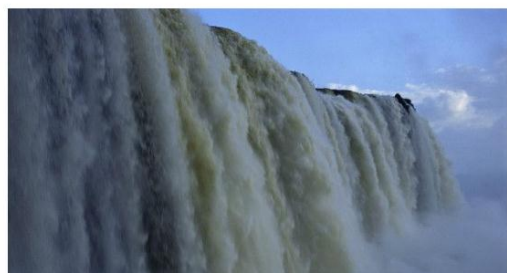
De 21.196 kilómetros de largo, esta antigua fortificación china va desde la frontera con Corea hasta el desierto de Gobi. En 1987, fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

6. Parque Nacional Gran Cañón, Estados Unidos



El Gran Cañón del Colorado, con sus vistas espectaculares, fue declarado Patrimonio de la Humanidad en 1979 por la UNESCO.

8. Las cataratas de Iguazú, Argentina-Brasil



En la frontera de Argentina y Brasil, sobre el río Iguazú, se encuentra este conjunto de 275 cataratas, la mayoría en territorio argentino. Son unas de las siete maravillas naturales del mundo.

9. La Alhambra, España



Fue en la Alhambra, en 1492, donde el último foco de resistencia musulmana se rindió a los cristianos de la península Ibérica. Esta ciudad, formada por palacios, jardines y fortalezas recibe a millones de visitantes al año.

11. Medina de Fez, Marruecos



Esta gigantesca medina (la más grande de Fez y del mundo) es un intrincado laberinto repleto de tiendas y talleres. Aún conserva sus estructuras medievales y, sin un guía, es muy fácil perderse entre sus callejuelas.

13. Petra, Jordania



Esta ciudad histórica y arqueológica del sur de Jordania se distingue por la arquitectura tallada directamente en la roca.

15. Museo Británico, Londres, Inglaterra



Uno de los imperdibles si el plan es visitar los mejores museos de Londres. Allí se exhiben momias, esculturas, armaduras, frisos... La colección alberga más de siete millones de objetos del mundo entero. Tantos, que muchos están almacenados por falta de espacio para exhibirlos.

10. Aya Sofya, Turquía



Antiguamente este edificio en Estambul fue una basílica patriarcal ortodoxa, luego fue una mezquita y en la actualidad es un museo. Es reconocida por su gigantesca cúpula y, hasta que se completó la Catedral de Sevilla, en 1520, fue la catedral más grande del mundo.

12. Los Doce Apóstoles, Australia



Este grupo de piedras caliza, en la costa sureste australiana, es una curiosidad e importante atracción turística debido a su proximidad. No obstante, el viajero frecuente debe apurarse, pues la constante erosión de las olas ya ha derrotado a varias de estas formaciones rocosas.

14. Tikal, Guatemala



Tikal contiene algunos de los restos arqueológicos más impresionantes de la civilización maya. Es la reserva natural y cultural más conocida de Guatemala.

16. Sagrada Família, Barcelona, España



Diseñada por Antonio Gaudí, esta basílica católica comenzó a construirse en 1882 y aún no está terminada. Es uno de los monumentos más visitados de España.

17. Parque Nacional Fiordland, Nueva Zelanda



El Parque Nacional Fiordland es uno de los destinos más espectaculares de Nueva Zelanda. Se calcula que fue esculpido por glaciares durante 100.000 años. En el lugar se mezclan cascadas, bosques y montañas.

19. Islas Galápagos, Ecuador



Las islas Galápagos conforman el archipiélago más diverso y complejo del mundo. Las especies de plantas y animales propias de las islas no tuvieron predadores durante miles de años, razón por la cual los animales no demuestran temor alguno ante la presencia humana. Además es el más importante destino de buceo del mundo.

18. Santorini, Grecia



Santorini es conocida como la joya de las islas Cícladas. El lugar tomó la forma de una media luna tras hundirse la caldera de un enorme volcán. Se puede visitar las playas o acantilados, además de excursionar entre las poblaciones que allí están.

20. Museo de Arte Nuevo y Antiguo de Australia



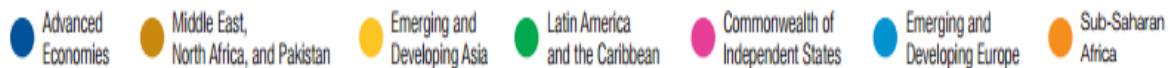
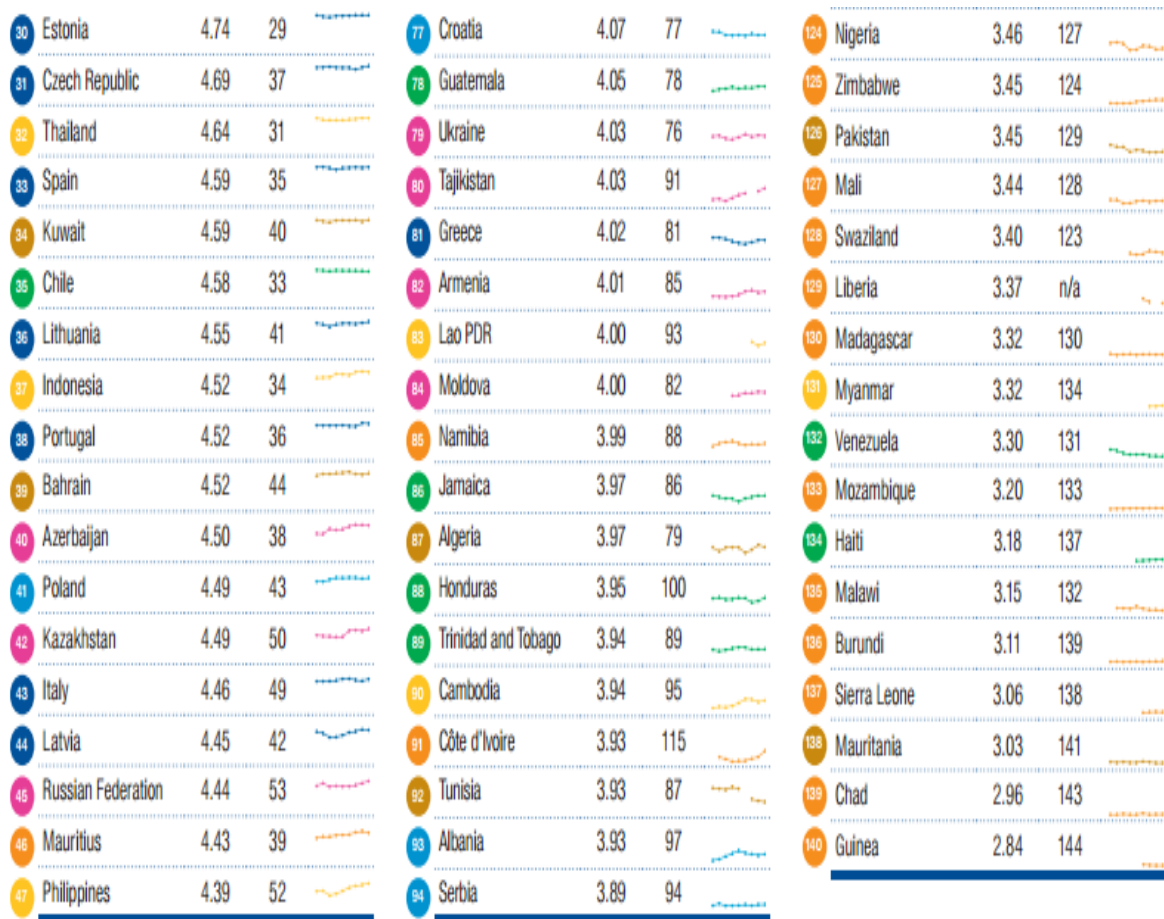
Este museo, en Tasmania, se inauguró en enero de 2011. Es el museo privado más grande de Australia. No tiene ventanas y el ambiente es deliberadamente inquietante y ominoso.

Fuente: BBC, 2015

Anexo 5

The Global Competitiveness Index 2015–2016 Rankings

Economy	Score ¹	Prev. ²	Trend ³	Economy	Score ¹	Prev. ²	Trend ³	Economy	Score ¹	Prev. ²	Trend ³
1 Switzerland	5.76	1		48 Malta	4.39	47		96 El Salvador	3.87	84	
2 Singapore	5.68	2		49 South Africa	4.39	56		98 Zambia	3.87	96	
3 United States	5.61	3		50 Panama	4.38	48		97 Seychelles	3.86	92	
4 Germany	5.53	5		51 Turkey	4.37	45		98 Dominican Republic	3.86	101	
5 Netherlands	5.50	8		52 Costa Rica	4.33	51		99 Kenya	3.85	90	
6 Japan	5.47	6		53 Romania	4.32	59		100 Nepal	3.85	102	
7 Hong Kong SAR	5.46	7		54 Bulgaria	4.32	54		101 Lebanon	3.84	113	
8 Finland	5.45	4		55 India	4.31	71		102 Kyrgyz Republic	3.83	108	
9 Sweden	5.43	10		56 Vietnam	4.30	68		103 Gabon	3.83	106	
10 United Kingdom	5.43	9		57 Mexico	4.29	61		104 Mongolia	3.81	98	
11 Norway	5.41	11		58 Rwanda	4.29	62		105 Bhutan	3.80	103	
12 Denmark	5.33	13		59 Slovenia	4.28	70		106 Argentina	3.79	104	
13 Canada	5.31	15		60 Macedonia, FYR	4.28	63		107 Bangladesh	3.76	109	
14 Qatar	5.30	16		61 Colombia	4.28	66		108 Nicaragua	3.75	99	
15 Taiwan, China	5.28	14		62 Oman	4.25	46		109 Ethiopia	3.75	118	
16 New Zealand	5.25	17		63 Hungary	4.25	60		110 Senegal	3.73	112	
17 United Arab Emirates	5.24	12		64 Jordan	4.23	64		111 Bosnia & Herzegovina	3.71	n/a	
18 Malaysia	5.23	20		65 Cyprus	4.23	58		112 Cape Verde	3.70	114	
19 Belgium	5.20	18		66 Georgia	4.22	69		113 Lesotho	3.70	107	
20 Luxembourg	5.20	19		67 Slovak Republic	4.22	75		114 Cameroon	3.69	116	
21 Australia	5.15	22		68 Sri Lanka	4.21	73		115 Uganda	3.66	122	
22 France	5.13	23		69 Peru	4.21	65		116 Egypt	3.66	119	
23 Austria	5.12	21		70 Montenegro	4.20	67		117 Bolivia	3.60	105	
24 Ireland	5.11	25		71 Botswana	4.19	74		118 Paraguay	3.60	120	
25 Saudi Arabia	5.07	24		72 Morocco	4.17	72		119 Ghana	3.58	111	
26 Korea, Rep.	4.99	26		73 Uruguay	4.09	80		120 Tanzania	3.57	121	
27 Israel	4.98	27		74 Iran, Islamic Rep.	4.09	83		121 Guyana	3.56	117	
28 China	4.89	28		75 Brazil	4.08	57		122 Benin	3.55	n/a	
29 Iceland	4.83	30		76 Ecuador	4.07	n/a		123 Gambia, The	3.48	125	



Note: The Global Competitiveness Index captures the fundamentals of an economy. Recent developments, including currency (e.g., Switzerland) and commodity price fluctuations (e.g., Azerbaijan, Qatar, Saudi Arabia), geopolitical uncertainties (e.g., Ukraine), and security issues (e.g., Turkey) must be kept in mind when interpreting the results.

1 Scale ranges from 1 to 7.

2 This shows the rank out of the 144 economies in the GCI 2014–2015.

3 The trend line shows the evolution in percentile rank since 2007; breaks in the trend line reflect years when the economy was not included in the GCI.