

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

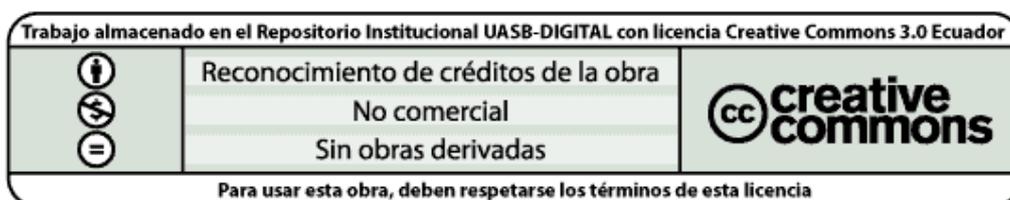
Área de Estudios Sociales y Globales

Programa de Maestría en Relaciones Internacionales
Mención en Negociaciones Internacionales y Manejo de
Conflictos

**Política pública enfocada al sector turístico: lecciones
aprendidas aplicables al Ecuador**

Vanessa I. Salvador Vicuña

Quito, 2016



CLAUSULA DE CESION DE DERECH O DE PUBLICACION DE TESIS

Yo, Vanessa Salvador Vicuña, autora de la tesis intitulada “*POLÍTICA PÚBLICA ENFOCADA AL SECTOR TURÍSTICO: LECCIONES APRENDIDAS APLICABLES AL ECUADOR*” mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Master en Relaciones Internacionales con mención en negociaciones internacionales y manejo de conflictos en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

SEDE ECUADOR

ÁREA DE ESTUDIOS SOCIALES Y GLOBALES

MAESTRÍA EN RELACIONES INTERNACIONALES
MENCIÓN EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
Y MANEJO DE CONFLICTOS

*POLÍTICA PÚBLICA ENFOCADA AL SECTOR TURÍSTICO:
LECCIONES APRENDIDAS APLICABLES AL ECUADOR*

VANESSA I. SALVADOR VICUÑA

TUTOR DE TESIS: ECON. MARCO ROMERO

QUITO, ECUADOR

2016

RESUMEN

Sobre la base de que la política pública y el modelo de desarrollo aplicado a nivel local generan importantes impactos en términos económicos, sociales y ambientales, y tomando en consideración las tendencias globales y los diferentes modelos aplicados en la región, el objetivo de este estudio es determinar cuáles son los límites y oportunidades de la política del Estado ecuatoriano frente al sector turístico. El mirar las acciones más relevantes de países con realidades socioeconómicas y ambientales similares permite al Ecuador convertir sus debilidades en oportunidades para aprovechar la conciencia ambiental y social que de alguna manera está marcando la decisión de muchos viajeros al momento de escoger su destino.

Los modelos a revisar son diversos: México y el Caribe han basado su modelo de desarrollo turístico en el turismo de masas (sol y playa); Costa Rica y Honduras son países con un enfoque turístico sostenible e incluyente; Argentina por su parte fomenta el turismo de reuniones como una alternativa para incrementar el gasto del turista y Colombia se enfoca en el turismo de aventura y salud. El Ecuador por su parte presenta un potencial casi único en su oferta turística en donde se realza la importancia de la naturaleza y las comunidades. Sin embargo aún evidencia limitantes importantes en su política turística como la falta de institucionalidad, calidad del servicio, recursos económicos y acciones conjuntas con el sector privado, por mencionar algunas.

A nivel mundial, existen grandes perspectivas de crecimiento para el sector turístico en los próximos años y los motivos de viaje evolucionan a la misma velocidad que lo hace la tecnología. Esta realidad genera nuevas oportunidades de desarrollo para todos los países, pero también trae retos importantes para la política pública

DEDICATORIA

A los amores de mi vida, Santiago y José Rafael, por ser mi motor y la fuerza de mi alma.

AGRADECIMIENTOS

A Santy y José Rafael por su paciencia, sus abrazos, sus risas y sonrisas; a mis padres y hermano por sus palabras de aliento y sus miradas de amor; a Fer y Grace por su tiempo y apoyo incondicional; y sobretodo a Dios, por nunca soltar mi mano en el camino de mi crecimiento personal.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO UNO: MARCO TEÓRICO	14
CAPITULO DOS: EL TURISMO EN LA GLOBALIZACIÓN	20
1. Tendencias y situación actual mundial	20
a) Cifras del turismo mundial	21
b) Dinámica del turismo en el continente americano y América del sur	28
c) Tendencias globales.....	32
d) Tendencias recientes del turismo en América Latina.....	34
2. Política pública en torno al turismo	35
a) Rol de los gobiernos en materia de turismo	35
b) Iniciativas regionales para el desarrollo del turismo	42
CAPITULO TRES: POLITICA PÚBLICA APLICADA EN LATINOAMERICA EN MATERIA DE TURISMO	45
1. Modelos de desarrollo turístico	45
a) Turismo tradicional o convencional	45
b) Turismo alternativo	47
2. Modelos de desarrollo turístico en la región y políticas estatales aplicadas	50
a) México y El Caribe.....	50
b) Costa Rica.....	52
c) Honduras.....	54
d) Argentina	55
e) Colombia	56
3. Resultados de los diferentes modelos	58
CAPITULO CUATRO:EL SECTOR TURISTICO EN EL ECUADOR Y LA POLÍTICA PÚBLICA APLICADA EN EL PERÍODO 2006-2014	62
1. Situación actual	62

a) Turismo como sector prioritario y estratégico.....	65
b) Potencial turístico del ecuador.....	71
c) Portafolio de productos turísticos del ecuador	73
2. Límites y oportunidades de la política pública del gobierno frente al sector turístico en el período 2006-2014.....	75
CONCLUSIONES	86
BIBLIOGRAFIA	94
ANEXOS	98

LISTA DE TABLAS GRÁFICOS Y ANEXOS

Tabla 1:	Evolución llegadas turistas internacionales en el mundo
Tabla 2:	Ingreso por turismo internacional en el mundo
Tabla 3:	Contribución total del PIB
Tabla 4:	Contribución directa del PIB
Tabla 5:	Contribución total del turismo en el empleo
Tabla 6:	Proporción de personas que viajaron en familia
Tabla 7:	Presupuesto destinado a Turismo (países analizados)
Tabla 8:	Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal en Ecuador
Tabla 9:	Balanza Turística 2010 al 2014 - Ecuador
Tabla 10:	Contribución del turismo en el empleo del Ecuador (directo y total)
Tabla 11:	Líneas y Variedad de Productos Específicos del Ecuador
Tabla 12:	Presupuesto destinado a Turismo
Gráfico 1:	Número de llegadas en el mundo
Gráfico 2:	Evolución mensual llegadas internacionales en el mundo
Gráfico 3:	Evolución del gasto de turistas en los destinos (2006-2014)
Gráfico 4:	Turismo internacional 2014
Gráfico 5:	Evolución llegadas internacionales en América
Gráfico 6:	Entrada de extranjeros al Ecuador 2010 al 2014
Gráfico 7:	Ingreso por turismo sobre las exportaciones de servicios totales
Gráfico 8:	Trade Turístico
Anexo 1:	Llegada de Turistas América Latina (2005-2014)
Anexo 2:	Desglose presupuesto MINTUR 2016
Anexo 3:	Peso del comercio sobre el PIB (2005-2014)
Anexo 4:	Objetivos de Desarrollo Sostenible
Anexo 5:	Detalle de entradas de extranjeros al Ecuador 2014
Anexo 6:	Cuadro comparativo países analizados

INTRODUCCIÓN

La economía ecuatoriana, al ser en esencia extractivista, depende principalmente de los ingresos provenientes de las exportaciones petroleras y de la demanda por parte de las economías emergentes de productos tradicionales y no tradicionales, sin dejar de lado la importancia que han adquirido en las últimas dos décadas las remesas de trabajadores ecuatorianos en el extranjero y en mucha menor proporción la inversión extranjera. Esta dependencia hace evidente la necesidad de fortalecer el mercado interno a través de una adecuada distribución de la riqueza y del ingreso; incentivar la generación de encadenamientos de producción y consumo; controlar y normar un aparato financiero eficiente que pueda impulsar la capacidad innovadora del segmento empresarial. En general, es urgente la diversificación de las actividades económicas, dentro de las cuales una de las opciones es la generación de servicios turísticos.

A nivel mundial, a pesar del crecimiento que el turismo local e internacional ha presentado desde 1950, aún existen barreras que limitan este crecimiento, y que tienen su mayor impacto en los países en desarrollo: transporte aéreo con costos altos sin creación de redes regionales; falta de infraestructura que incluya el acceso a las áreas rurales y carencia de recursos para la generación de energía sustentable; baja capacidad hotelera; estrategias y recursos para promoción y limitaciones en financiamiento¹. Este último podría representar uno de los obstáculos más importantes, lo que obliga a la búsqueda de inversión extranjera que cuente con el capital necesario para el desarrollo de la industria turística a través de la diversificación de la oferta y la mejora del servicio local. La información disponible señala que la inversión tanto local como extranjera en turismo es

¹World Tourism Organization. *Policy And Practice for Global Tourism*(España. 2011), 8.

aún muy poca y se concentra en actividades puntuales como hospedaje y alimentación, que están lejos de los puntos estratégicos del turismo: tour operadores, aerolíneas y sistemas de reserva².

Por su parte, las empresas pequeñas desempeñan una función fundamental en el conjunto del sector, pues emplean a cerca de la mitad de la mano de obra, y representan entre el 80 y el 90 por ciento de las empresas. Sin embargo, la calidad de los empleos depende de inversiones en capacitación y en capital humano³.

En muchas economías de América Latina y el Caribe, los eslabonamientos entre el sector turístico y los demás sectores siguen siendo débiles y no se aprovechan lo suficiente. En consecuencia, la mayor parte del valor añadido creado por el sector turístico suele quedarse con los inversores extranjeros, operadores turísticos internacionales y compañías aéreas extranjeras, y son muy pocas las ganancias que llegan a los pobres en forma directa y a través de las cadenas de suministro⁴. El turismo de masas adoptado por países como, República Dominicana, México, ha sido criticado por la concentración de las ganancias en las grandes cadenas de hoteles y agencias de viajes, dejando pocos beneficios para la población local⁵. Sin embargo también han existido casos de turismo sostenible e incluyente en otros países como Costa Rica.

A nivel de país, aunque el Código de la Producción ecuatoriano publicado en el Registro Oficial 351 del 29 de diciembre del 2010, contempla beneficios e incentivos para mejorar la capacidad productiva, aún presenta condiciones menos favorables que otros países en materia tributaria, facilidades de financiamiento, capacitación, promoción

²UNCTAD. *The contribution of tourism to trade and development*. Trad. Por Vanessa Salvador (Ginebra 2010)

³Ventura-DiasVivianne. *El Turismo, su cadena productiva y el desarrollo incluyente. Casos Brasil y México*” *Red Latinoamericana de Política Comercial* (Brasil 2011), 15

⁴Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. *Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y desarrollo sostenible*(Ginebra 2013)

⁵ *Ibíd.* 18

y diversidad en infraestructura y servicios, lo que pone al Ecuador en una posición de desventaja competitiva frente a países como Colombia, Argentina, que cuentan con estrategias claras para su desarrollo turístico considerándolo una de las fuentes más importantes de ingresos para sus economías. Inclusive a nivel regional, el Ecuador no cuenta con una posición que le permita tomar el liderazgo en iniciativas de integración turística, como sí sucede con otros países en desarrollo, por ejemplo, aquellos que conforman el Mercosur, que han creado estrategias conjuntas efectivas que permitan atraer turistas a la región y así dinamizar las economías locales.

Sobre la base de que la política pública y el modelo de desarrollo aplicado a nivel local generan importantes impactos en términos económicos, sociales y ambientales, y tomando en consideración las tendencias globales y los diferentes modelos aplicados en la región, el objetivo de este estudio es determinar cuáles son los límites y oportunidades de la política del Estado ecuatoriano frente al sector turístico.

El análisis de las experiencias de otros países a nivel global y regional y su articulación con las políticas de para el desarrollo turístico resulta un aporte relevante a la literatura disponible ya que pretende consolidar en un solo documento acciones concretas en torno a la política turística en el Ecuador. La investigación es definitivamente un aporte directo a la literatura académica, ya que en el caso ecuatoriano el turismo fue considerado recientemente como sector prioritario en la agenda nacional, por lo que las estrategias para dinamizarlo tienen aún un amplio campo de análisis. Se inscribe además en un marco interdisciplinario enfocado en el campo de turismo y desarrollo y que parte del análisis de experiencias internacionales en la materia.

Este trabajo incluye cuatro capítulos en los que, en primera instancia se describe el marco teórico que sustenta el análisis, posteriormente se busca entender el lugar que

ocupa el turismo en la globalización, a través de la investigación de las tendencias mundiales y el rol de las políticas públicas en el sector. En una tercera parte, la investigación examina los modelos y políticas estatales para el sector turístico en latinoamericana. En el cuarto capítulo se analiza la política pública adoptada por el Ecuador en materia de turismo, en el período 2006-2015, con el fin de identificar los límites y fortalezas del país e impulsar efectivamente al sector; finalmente, a partir de la investigación realizada se identifican las conclusiones que se presentan en el tercer capítulo de este documento.

CAPITULO UNO:MARCO TEÓRICO

Los temas relacionados al turismo han adquirido cada vez más importancia debido a su rol como un instrumento de desarrollo económico-social y de reducción de la pobreza. El turismo como inductor del desarrollo ha sido ampliamente discutido por importantes organismos internacionales en la materia; y por los gobiernos principalmente de países en vías de desarrollo. Además existen autores que reconocen tanto los beneficios como los impactos del turismo en el desarrollo económico, social y ambiental de un país y del mundo.

El análisis se realizará dentro del marco de turismo como parte de una estrategia de desarrollo sostenible, tomando como una de las referencias el informe Brundtland, elaborado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU, que a más de introducir el concepto de Desarrollo Sostenible como “el desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas”⁶, también establece que, más allá de las necesidades básicas, las personas tienen aspiraciones legítimas por una mejor calidad de vida. En esencia, el desarrollo sustentable es el proceso de cambio en el cual la explotación de recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional están en armonía y contribuyen a satisfacer las necesidades y aspiraciones. La Comisión considera que los niveles actuales de pobreza no son inevitables, y que el desarrollo sostenible exige precisamente comenzar por distribuir los recursos de manera más equitativa en favor de quienes más los necesitan. Esa equidad

⁶ONU. “Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo” (s.l 1987). <<http://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>>

requiere del apoyo de los sistemas políticos que garanticen una más efectiva participación ciudadana en los procesos de decisión. Además asegura que el desarrollo involucra una transformación progresiva de la economía y la sociedad.

Desde hace un tiempo, numerosos académicos como Mathieson & Wall (1982), Eber (1992), Bramwell & Lane (1993) and Butler (1999) afirman que el logro de la sostenibilidad turística es posible únicamente cuando involucramos a la mayor cantidad de actores o representantes de grupos relacionados con la actividad (stakeholders) en el proceso de toma de decisiones y gestión del destino⁷.

Por su parte, Bernard Lane, experto en turismo rural de la Universidad de Bristol, Reino Unido, sostiene que el turismo sostenible abarca una relación triangular entre los destinos con su hábitat y su gente, los turistas y la industria. Hoy en día el turismo sostenible busca reconciliar las tres partes del triángulo y mantener el equilibrio a largo plazo. Además, su objetivo principal es minimizar el impacto del medioambiente y el daño a la cultura, optimizar la satisfacción del visitante y maximizar el crecimiento económico de la región. De esta manera, el turismo sostenible permite obtener el balance entre el potencial de crecimiento del turismo y la conservación del medioambiente⁸

El crecimiento de la riqueza en el mundo, y la capacidad de la economía mundial de producir mucho más, aunque con una distribución muy desigual, ha transformado el mercado de los consumidores⁹. Para autores como JhonUrry, no existe un país que no sea un importante receptor o emisor de turistas. Esta movilidad es enormemente costosa para

⁷ Turismo Sostenible “La Teoría de los Stakeholders” <http://www.elturismosostenible.com/la-teoria-de-los-stakeholders/>

⁸ Lane Bernard *Sustainable Strategies: A Tool for Development and Conservation*. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Volumen 1, número 1 (Agosto 2005)

⁹Hobsbawn en Filardo Verónica *Impactos Socio-territoriales del Turismo*. Tesis Doctoral.Universidad de Granada (s.l. 2006), 191.

el medio ambiente, ya que el transporte que se utiliza representa un tercio de las emisiones de CO₂.

En este contexto los gobiernos están obligados a plantear políticas de estado, que permitan generar una imagen de destino turístico y ofrecer la infraestructura y los servicios necesarios, sin afectar al medio ambiente y beneficiando a las comunidades. De acuerdo a Dimitrios Buhalis, de la Universidad de Westminster, en ocasiones el sector público es débil para controlar y manipular el desarrollo debido a su necesidad de satisfacer la industria local, los votantes o inclusive por carecer de recursos para definir el desarrollo regional, lo que hace inmensamente difícil el manejo racional del turismo¹⁰ Esto interfiere con la política de estado en torno a los parámetros para controlar inclusive la presencia de inversión extranjera como estrategia de desarrollo turístico. Sin embargo existen ejemplos como el caso de España, en donde la intervención del gobierno mediante el desarrollo de distintos instrumentos es un factor importante para que el desarrollo turístico del país pueda calificarse de manera positiva.¹¹

Organismos internacionales como la CEPAL consideran que la industria del turismo ha crecido una vez y media más rápido que cualquier otro sector. Hoy en día el turismo se considera la mayor industria del mundo y una de las más dinámicas, a pesar de haberse producido varios conflictos políticos y económicos, epidemias y desastres naturales en distintos lugares del mundo, el sector muestra una dinámica expansiva y una notable capacidad de recuperación ante condiciones adversas. Por otro lado, la acentuada dispersión geográfica del turismo lo convierte en una actividad progresivamente globalizada, otorgando a los potenciales turistas un número creciente de opciones “En este escenario, con turistas cada vez más informados, selectivos y exigentes, la atracción

¹⁰ “Buhalis Dimitrios *Tourism Business Frontiers*. Trad por Vanessa Salvador. Routledge, Londres (2006)

¹¹ Velasco María. *Sobre el turismo y la política turística*. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid. (Madrid 2002)

de IED se ha convertido en una prioridad para muchos países, sobre todo en los países en desarrollo, para poder insertarse en los circuitos turísticos internacionales”¹²

Por otro lado, la CEPAL, en el 2006 explica que la tendencia mundial es avanzar hacia marcos de política cada vez más sofisticados, en los cuales ya no solo es importante el monto de las corrientes, sino también el tipo de inversión, es decir, su calidad en materia de aportes y coherencia con los objetivos de desarrollo económico de los países. Si bien hay múltiples estrategias y enfoques con respecto a la inversión, los países que han tenido mejores resultados son los que han adoptado políticas más activas y focalizadas. Desde luego que la definición de tales políticas está marcada definitivamente, por el tipo de desarrollo turístico que se propugna, en el marco general del modelo de desarrollo adoptado; en tales modelos se asigna un determinado papel a la participación del capital extranjero, identificando, en ocasiones en forma implícita, las funciones que puede cumplir.

En este contexto, de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo el turismo sostenible se define como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Además menciona que las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental,

¹² CEPAL “La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe” (s.l 2008), 109. <<http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2009/03630.pdf>>

económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo¹³.

CONCEPTOS NUCLEARES

TURISMO:El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros¹⁴

TURISMO SOSTENIBLE: “En los años noventa los analistas empezaron a construir el concepto de un desarrollo basado en un turismo sostenible: un turismo que puede garantizar su propia sostenibilidad porque no degrada o altera el ambiente humano y físico en el cual existe hasta el grado de impedir el avance de otras actividades y procesos y de impactar negativamente el bienestar de las poblaciones. La OMT define turismo sostenible como un desarrollo que llena las necesidades de los turistas y de las regiones de destino en el presente, mientras protege y mejora las oportunidades para el futuro”¹⁵

DESARROLLO ECONOMICO: “Se puede definir el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región. Cuando la comunidad local es capaz de liderar el proceso

¹³ UNWTO Sustainable Development of Tourism <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

¹⁴ UNWTO. *Introducción al Turismo*. 1994

¹⁵ Ventura Dias Vivianne. *El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México* Banco Interamericano de Desarrollo (2011)

de cambio estructural, la forma de desarrollo se puede convenir en denominarla desarrollo local endógeno”¹⁶

POLÍTICA PÚBLICA:“Política pública es un proceso integrador de decisiones, acciones, inacciones, acuerdos e instrumentos, adelantado por autoridades públicas con la participación eventual de los particulares, y encaminado a solucionar o prevenir una situación definida como problemática. La política pública hace parte de un ambiente determinado del cual se nutre y al cual pretende modificar o mantener”¹⁷

TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA: De acuerdo a la SENPLADES (2012), la transformación productiva se trata de un proceso de cambio del patrón de especialización productiva de la economía que permita generar mayor valor agregado a la producción. La forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. A ese conjunto, que incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos, denominamos matriz productiva.

¹⁶ Vázquez Barquero en CEPAL *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo*(2000)

¹⁷ Velázquez Gavilanes Raul, *Política Pública Guía Didáctica*.Uruguay (2013)

CAPITULO DOS: EL TURISMO EN LA GLOBALIZACIÓN

1. Tendencias y situación actual mundial

El desarrollo de los medios de comunicación y la tecnología permite una mayor interrelación entre los habitantes del mundo en aspectos culturales, económicos, políticos, por lo tanto el turista puede tener acceso a más y mejor información sobre destinos, experiencias y posibilidades para hacer turismo lo que genera una demanda de servicios y experiencias de la más alta calidad y a un precio más competitivo.

Existen tendencias marcadas en diferentes partes del mundo como veremos más adelante, sin embargo el factor predominante para los turistas actuales es que la calidad de la experiencia este directamente relacionada a vivencias únicas que integren servicios personalizados y eficientes y una real interacción con la cultura y la comunidad.

A partir de esta demanda de experiencias únicas, la captación del turista por parte de los países, ciudades, operadoras o negocios turísticos ahora depende del entorno natural y auténtico, como el atractivo principal. El desarrollo del turismo en este contexto influye tanto en los turistas, como en determinadas localidades que constituyen la oferta de este tipo de lugares turísticos, en donde además de captar ingresos, pueden mantener viva su identidad.

a) Cifras del turismo mundial

El crecimiento económico mundial es incierto, con un escenario geopolítico agitado que afecta directamente algunos destinos de Medio Oriente, África del Norte, Europa. Se suma un incremento en las tasas de interés de EEUU, la volatilidad en los precios del petróleo, la crisis en la zona del euro y la caída en la bolsa de valores de China. Sin embargo el turismo continúa presentando resultados positivos¹⁸.

Para 2016 se espera que las tasas de crecimiento de las economías emergentes aumenten, alcanzando los niveles del 2014, de un 4,3%. Por su parte, las tasas de crecimiento de los países desarrollados se incrementarían hasta un 2,2%. En 2015 el crecimiento de la economía mundial fue del 2,4%, dos décimas menor que el de 2014, y para 2016 se espera una aceleración hasta el 2,9%, sustentada por los países desarrollados y en desarrollo, con la excepción de China.¹⁹

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), durante los años 2012 y 2013, el turismo representó el 9% del PIB mundial, el 5% de las inversiones a escala global y el 5% de las exportaciones globales. Para el 2014 la participación del turismo en el PIB mundial alcanzó el 9.8%. En economías industrializadas como Inglaterra, Australia, Italia, Estados Unidos y Francia, el turismo generó más del 5% del total de las exportaciones, en el 2014²⁰.

¹⁸World Travel Market “Global Trends Report” Trad por Vanessa Salvador (London 2015)
<<http://blogs.wtmlondon.com/wp-content/uploads/2015/11/Global-Trends-Report-2015.pdf>>

¹⁹ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe* 2015 (Santiago 2015)

²⁰ World Travel and Tourism Council. “Benchmarking Travel and Tourism” Tradpor Vanessa Salvador (Mayo 2015)
<<http://www.wttc.org//media/files/reports/benchmark%20reports/trade%20summary%202015.pdf>>

El turismo ha mantenido un crecimiento sostenido en el último medio siglo pasando de 25 millones de llegadas en 1950, hasta más de 1000 millones en los últimos años²¹. Existen algunos factores que explican este crecimiento: las personas reciben en promedio tres semanas al año pagadas para tomar vacaciones y las personas jubiladas permanecen activas durante más tiempo. Existe mayor información de lugares para visitar, cada vez más personas buscan destinos ecológicos o inusuales para sus vacaciones. Finalmente y como uno de los factores más importante están los avances tecnológicos que hacen que el viajar sea mucho más rápido y accesible, existen diferentes y múltiples rutas, medios de transporte y sistemas en línea.

Sin embargo, dicho crecimiento no ha sido fácil ya que se han presentado retos importantes como la caída de la economía en el 2009 año en el que el número de llegadas de turistas disminuyó dramáticamente en todo el mundo, debido a factores como la crisis crediticia, crisis financiera, el aumento de los precios de las materias primas y del petróleo y las grandes fluctuaciones de los tipos de cambio. Todo aquello deterioró la confianza tanto de las empresas como de los consumidores, contribuyendo a la recesión económica de ese entonces²².

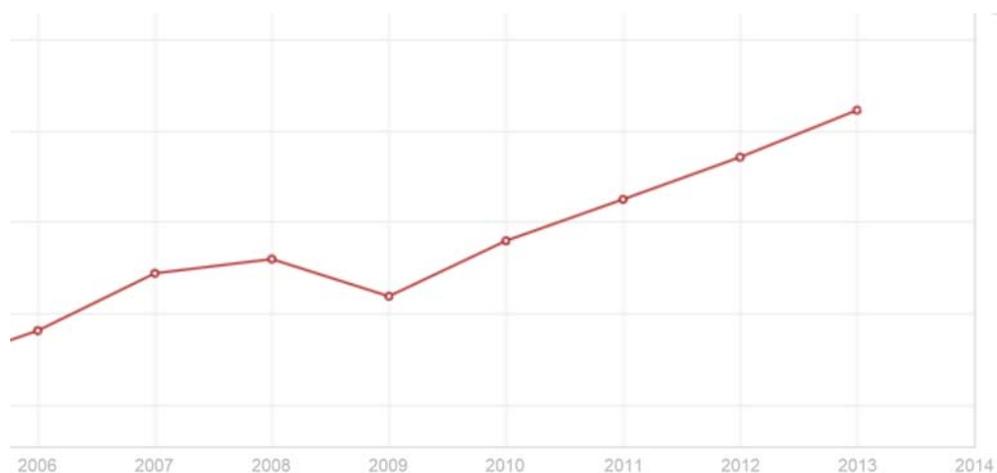
Según el barómetro²³ de la Organización Mundial de Turismo, las llegadas internacionales crecieron un 4,3% en el 2014, alcanzando un record de 1,133 millones de llegadas. La tendencia es creciente ya que en el 2013 se dio un crecimiento del 5% respecto al 2012, alcanzando los 1,087 millones de llegadas.

²¹United Nations World Travel Organization *Policy and Practice for Global Tourism* Tradpor Vanessa Salvador (España 2011), 2

²²Organización Mundial del Turismo *Barómetro del Turismo Mundial*(España. 2009)

²³El barómetro de la OMT es una publicación periódica realizada por el Programa de Tendencias Turísticas y Estrategias de Marketing de la OMT, cuyo objetivo es el monitoreo de la evolución del turismo en el corto plazo, para proveer al sector de información relevante y oportuna.

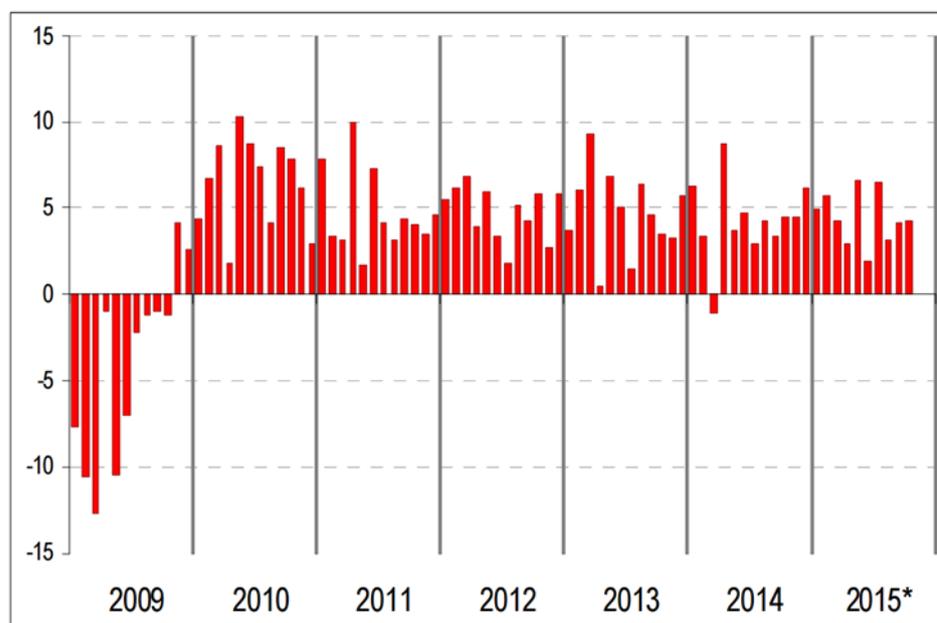
Grafico 1 - Número de llegadas en el mundo



Fuente: Data - Banco Mundial Elaborado por: Banco Mundial

Grafico 2 – Evolución mensual llegadas internacionales en el mundo

LLEGADAS INTERNACIONALES EN EL MUNDO
EVOLUCIÓN MENSUAL (% de variación)



Fuente: Barómetro OMT 2015 Elaborado por: OMT

América registró el crecimiento más fuerte en el 2014, con un 8% en llegadas internacionales, seguida por Asia y el Pacífico y el Medio Oriente, ambas con un

incremento del 5% respecto al 2013. En Europa el crecimiento en llegadas internacionales fue de 3% mientras que en África del 2%.²⁴

De acuerdo al siguiente cuadro, en número de llegadas de turistas en todo el mundo, Europa representa el 51.4% del mercado, seguido por Asia y el Pacífico y América, con un 23,2% y 16% respectivamente.

Tabla 1 – Evolución llegadas turistas internacionales en el mundo

	Llegadas de turistas internacionales (millones)							Cuota de mercado (%)	Variación (%)			Crecimiento medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2013	2014*		2014*	12/11	13/12	
Mundo	435	527	674	809	949	1.087	1.133	100	4,2	4,6	4,3	3,8
Economías avanzadas	296	336	420	466	513	586	619	54,7	4,0	4,7	5,8	3,2
Economías emergentes	139	191	253	343	435	501	513	45,3	4,4	4,5	2,4	4,6
Por regiones de la OMT:												
Europa	261,5	304,7	386,4	453,0	488,9	566,4	581,8	51,4	3,9	4,9	2,7	2,8
Europa del Norte	28,7	36,4	44,8	59,9	62,8	67,4	71,3	6,3	1,5	2,9	5,9	2,0
Europa Occidental	108,6	112,2	139,7	141,7	154,4	170,8	174,5	15,4	3,6	2,8	2,2	2,3
Europa Central/Oriental	33,9	58,1	69,3	95,1	98,4	127,3	121,1	10,7	9,1	7,7	-4,9	2,7
Europa Meridional/Medit.	90,3	98,0	132,6	156,4	173,3	201,0	214,9	19,0	1,9	5,6	6,9	3,6
- de los cuales UE-28	230,1	268,0	330,5	367,9	384,3	433,8	455,1	40,2	3,0	4,0	4,9	2,4
Asia y el Pacífico	55,8	82,1	110,3	154,0	205,4	249,8	263,3	23,2	6,9	6,8	5,4	6,1
Asia del Nordeste	26,4	41,3	58,3	85,9	111,5	127,0	136,3	12,0	6,0	3,4	7,3	5,3
Asia del Sudeste	21,2	28,5	36,3	49,0	70,5	94,3	96,7	8,5	8,7	11,3	2,6	7,9
Oceania	5,2	8,1	9,6	10,9	11,4	12,5	13,2	1,2	4,2	4,6	5,7	2,1
Asia Meridional	3,1	4,2	6,1	8,1	12,0	16,0	17,1	1,5	5,9	11,4	6,8	8,6
Américas	92,8	109,1	128,2	133,3	150,1	167,5	181,0	16,0	4,5	3,1	8,0	3,5
América del Norte	71,8	80,7	91,5	89,9	99,5	110,2	120,4	10,6	4,1	3,6	9,2	3,3
El Caribe	11,4	14,0	17,1	18,8	19,5	21,1	22,4	2,0	3,1	2,8	6,2	2,0
América Central	1,9	2,6	4,3	6,3	7,9	9,1	9,6	0,8	7,3	2,6	5,6	4,8
América del Sur	7,7	11,7	15,3	18,3	23,1	27,1	28,6	2,5	6,3	1,5	5,4	5,1
África	14,7	18,7	26,2	34,8	49,5	54,4	55,7	4,9	4,8	4,7	2,4	5,4
África del Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	18,8	19,6	19,8	1,7	8,7	6,0	0,9	4,0
África Subsahariana	6,3	11,5	16,0	20,9	30,8	34,7	35,9	3,2	2,8	4,1	3,3	6,2
Oriente Medio	9,6	12,7	22,4	33,7	54,7	48,4	51,0	4,5	-5,3	-3,1	5,4	4,7

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, mayo de 2015)

Fuente: Organización Mundial de Turismo Elaborado por: OMT

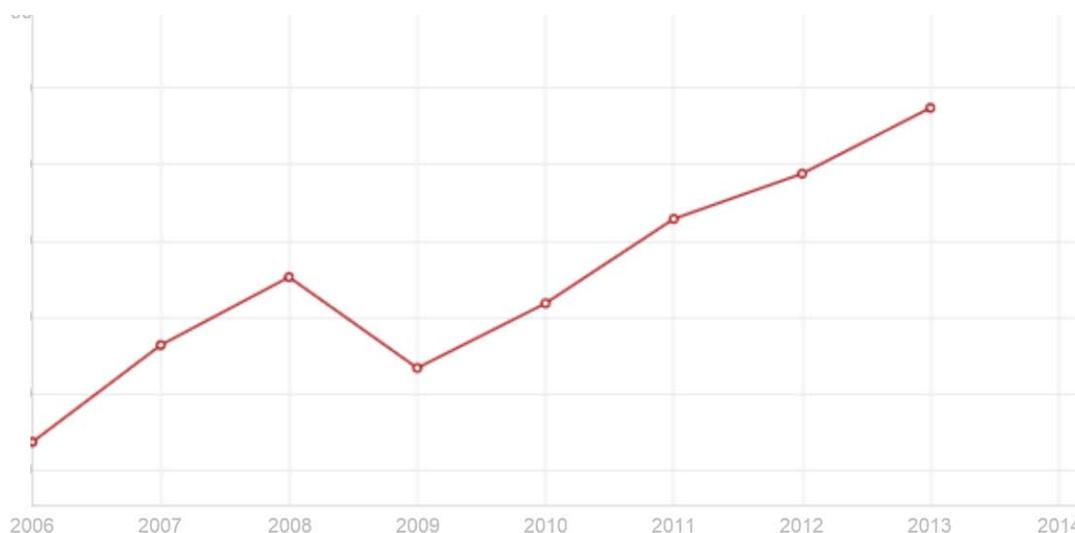
La gran mayoría de los viajes internacionales tienen lugar en la propia región de origen de los viajeros, y cuatro de cada cinco llegadas en el mundo tienen su origen en la misma región. Los principales mercados emisores de turismo internacional, se han concentrado tradicionalmente en las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico.

²⁴Organización Mundial de Turismo “Panorama del Turismo Internacional” (España 2015), 3 <<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>>

Francia, Estados Unidos, España y China continúan siendo los principales países receptores. En el 2014 México entró a la lista en posición 10 y China fue el principal país emisor de turistas quienes han incrementado su gasto en un 27% hasta alcanzar un total de US\$ 165 mil millones.

Según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en Tourism Towards 2030 (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones. Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de llegadas a economías avanzadas (+2,2% al año). La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 45% en 2014 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivaldrá a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales²⁵.

Gráfico 3 – Evolución del gasto de turistas en los destinos (2006-2014)



Fuente: Data - Banco Mundial Elaborado por: Banco Mundial

Al 2014, los ingresos por turismo internacional en destinos de todo el mundo aumentaron en 48.000 millones de dólares, alcanzando los US\$1.245 mil millones y

²⁵Organización Mundial de Turismo “Panorama del Turismo Internacional” (España 2015) <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>

superando los US\$1.197 mil millones registrados en 2013. Europa, que recibe el 41% de los ingresos por turismo internacional de todo el mundo, registró el mayor crecimiento, 17.000 millones de dólares más, hasta alcanzar la cifra de 509.000 millones de dólares (383.000 millones de euros). Asia y el Pacífico registró un incremento de 16.000 millones de dólares, hasta los 377.000 millones de dólares. En las Américas los ingresos aumentaron en 10.000 millones de dólares hasta un total de 274.000 millones de dólares. En Oriente Medio los ingresos por turismo se incrementaron en una cifra estimada de 4.000 millones de dólares, hasta los 49.000 millones de dólares y en África los ingresos aumentaron en 1.000 millones de dólares hasta los 36.000 millones de dólares²⁶.

Tabla 2 – Ingreso por turismo internacional en el mundo

	Ingresos por turismo internacional				Cuota de mercado (%)	Ingresos (\$EEUU)			Ingresos (euro)		
	Monedas locales, precios constantes (variación %)					(miles de millones)	por llegada	(miles de millones)	por llegada		
	11/10	12/11	13/12	14*/13						2013	2014*
Mundo	4,6	3,9	5,1	3,7	100	1.197	1.245	1.100	902	937	830
Economías avanzadas¹	5,8	3,7	5,7	3,2	65,5	784	815	1.320	590	614	990
Economías emergentes¹	2,5	4,4	4,0	4,6	34,5	413	430	840	311	324	630
Por regiones de la OMT:											
Europa	5,0	1,9	4,2	3,6	40,9	491,7	508,9	870	370,2	383,1	660
Europa del Norte	2,6	3,3	7,6	5,3	6,5	74,8	80,8	1.130	56,3	60,9	850
Europa Occidental	4,0	2,9	2,2	1,5	13,7	167,1	171,1	980	125,8	128,8	740
Europa Central/Oriental	6,5	4,4	3,5	-0,8	4,6	60,3	57,7	480	45,4	43,5	360
Europa Meridional/Medit.	6,2	-0,4	4,8	6,2	16,0	189,5	199,2	930	142,7	150,0	700
- de los cuales UE-28	4,2	1,5	3,9	3,7	33,9	405,3	422,6	930	305,2	318,1	700
Asia y el Pacífico	8,6	6,7	8,6	4,1	30,3	360,7	376,8	1.430	271,6	283,6	1.080
Asia del Nordeste	9,2	8,0	9,3	5,1	15,9	184,9	198,1	1.450	139,2	149,1	1.090
Asia del Sudeste	13,3	10,7	10,8	0,4	8,6	108,2	106,8	1.100	81,5	80,4	830
Oceania	-3,6	-1,9	2,4	7,2	3,6	42,9	44,8	3.390	32,3	33,7	2.550
Asia Meridional	11,9	-0,6	6,4	7,8	2,2	24,7	27,2	1.590	18,6	20,5	1.200
Américas	4,6	4,7	4,7	3,1	22,0	264,2	274,0	1.510	198,9	206,2	1.140
América del Norte	5,1	5,0	5,1	2,2	16,9	204,5	210,9	1.750	154,0	158,8	1.320
El Caribe	-0,8	1,6	4,0	6,1	2,2	25,4	27,1	1.210	19,1	20,4	910
América Central	7,4	8,3	3,4	7,5	0,8	9,4	10,2	1.060	7,1	7,7	800
América del Sur	5,3	4,0	3,2	5,7	2,1	24,9	25,8	900	18,7	19,4	680
África	2,3	6,0	2,6	2,9	2,9	35,5	36,4	650	26,7	27,4	490
África del Norte	-5,5	8,2	-1,0	3,4	0,8	10,2	10,6	530	7,7	8,0	400
África Subsahariana	5,8	5,1	4,0	2,8	2,1	25,3	25,9	720	19,1	19,5	540
Oriente Medio	-15,6	0,9	-6,9	5,7	4,0	45,2	49,3	970	34,1	37,1	730

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, mayo de 2015)

Fuente: Organización Mundial de Turismo Elaborado por: OMT

²⁶Organización Mundial de Turismo “Panorama del Turismo Internacional” (España 2015), 5 <<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>>

Gráfico 4: Turismo internacional 2014



Fuente: Organización Mundial de Turismo Elaborado por OMT

La recreación y otras formas de ocio fueron los motivos del 53% de las llegadas internacionales de turistas en el 2014 a nivel mundial. El 14% reportó haber viajado por negocios, el 27% por otros motivos como visitar familia y amigos, religión y salud y el 6% viajó por motivos no especificados.²⁷

Más allá de las estadísticas es importante tomar en cuenta que el sector turístico incide enormemente en la Ayuda para el Comercio. Por primera vez en el 2013 la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) consideraron al turismo como uno de los cinco sectores con gran potencial para incidir ampliamente en la Ayuda para el Comercio. “el turismo representa una categoría comercial fundamental en los países en desarrollo, con un 56%

²⁷UNWTO. *Tourism Highlights 2015 Edition* Trad por Vanessa Salvador (España 2015) 4

del total de exportaciones de servicios en los países menos adelantados y, por ello, guarda un elevado potencial para incidir en gran medida en la Ayuda para el Comercio”²⁸

b) Dinámica del turismo en el continente americano y América del sur

La contribución total del turismo al PIB americano fue de 8.4% en el 2014, generando 16.509,000 empleos.²⁹El más alto en los últimos 10 años.

Como lo indica el gráfico siguiente, en el 2005 en América las llegadas internacionales alcanzaron 133,3 millones, al 2010 se incrementaron en un 13% alcanzando los 150 millones, al 2012 esta cifra se incrementó en 8%. En el 2013 y 2014 las llegadas aumentan en un 3% y 8% respectivamente en relación al año anterior.

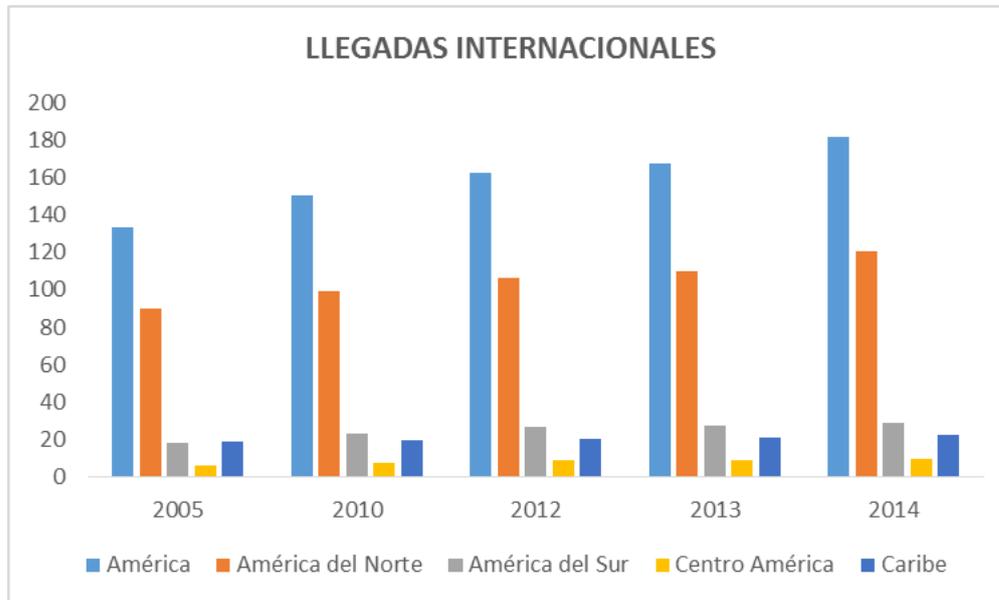
En el periodo 2010 – 2014 todas las regiones presentan un crecimiento sostenido. El mayor crecimiento promedio anual tuvo lugar en los destinos de América del Sur con un 5.1% y América del Central con un 4.8% respectivamente, seguidos por Norte América con 3.3% y el Caribe con 2%.³⁰

²⁸Organización Mundial de Turismo *Se considera que el sector turístico incide enormemente en la Ayuda para el Comercio*(Julio 2013)<<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-07-18/se-considera-que-el-sector-turistico-incide-enormemente-en-la-ayuda-para-el>>

²⁹Organización Mundial de Turismo “Panorama del Turismo Internacional” España 2015) <<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>>

³⁰Ibíd.

Gráfico 5 - Evolución llegadas internacionales en América



Fuente: Barómetro OMT 2015 Elaborado por OMT

En el 2014 América contó con 13 millones de turistas internacionales adicionales, alcanzando un total de 181 millones de llegadas, US\$ 274 mil millones en ingresos y el 16% de participación en el mercado³¹.

El crecimiento de la región en el 2014 respecto al 2013 fue liderado por Norte América en donde México tuvo un 20% de incremento en llegadas, Estados Unidos 7% y Canadá 3%. El Caribe está liderado por República Dominicana con un crecimiento del 10%, mientras que Cuba y Jamaica registraron incrementos del 5% y 4% respectivamente. Por su parte Puerto Rico creció un 1%, mientras que destinos más pequeños llegaron a los dos dígitos (Islas Cayman, Haití, entre otras). Centro América también creció de manera importante respecto al 2013 con Guatemala y Belice en un 9%, Nicaragua 8%, Panamá y El Salvador 5% y Costa Rica 4%. En lo referente a América del Sur, el mayor crecimiento se registra en Ecuador con un 14%, superando a Argentina con

³¹Ibíd.

un 13%, Colombia 12%, mientras que Paraguay Chile y Perú crecieron pasos moderados.³²

Se estima que en el 2015, la contribución total del turismo en el PIB de América Latina alcanzó el 9.1%, el porcentaje más alto en los últimos 10 años. El país de la región con mayor impacto directo del turismo en el PIB es Honduras con un 16%, seguido por República Dominicana. Para el 2025 las proyecciones de mayor crecimiento se presentan en Honduras, Costa Rica y México.

Tabla 3 – Contribución total del PIB

CONTRIBUCION TOTAL DEL TURISMO EN EL PIB								
PORCENTAJE %	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
Mundo	9,7	9,6	9,4	9,2	9,2	9,2	9,4	9,8
Norte América	8,6	8,7	8,0	7,9	8,2	8,3	8,4	8,6
América Latina	9,7	8,8	9,0	8,6	8,5	8,7	9,1	9,5
Caribe	15,0	13,8	13,6	13,1	13,5	13,8	14,3	14,4
PORCENTAJE %	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
Honduras	13,7	15,5	15,3	15,2	14,9	15,3	16,0	17,0
República Dominicana	17,6	16,2	16,0	14,9	14,4	14,5	14,8	13,8
Costa Rica	17,1	15,9	14,2	12,8	12,0	12,2	12,9	13,3
México	15,4	14,2	13,9	13,3	12,5	12,5	12,6	13,3
Nicaragua	9,4	9,1	10,0	9,9	10,5	10,6	11,0	11,6
Argentina	12,3	11,6	11,0	10,4	9,8	9,9	10,3	10,8
Perú	9,8	9,9	10,2	9,3	8,8	8,8	9,0	9,5
Ecuador	5,2	5,7	5,9	5,6	5,3	5,3	5,5	5,8
Colombia	6,1	5,5	5,7	5,5	5,2	5,3	5,3	5,3

Fuente: WTTC, World Travel and Tourism Council (E: Estimado , F: Proyección)

Elaborado por: Vanessa Salvador

³²Ibíd.

Tabla 4 – Contribución directa del PIB

CONTRIBUCION DIRECTA DEL TURISMO EN EL PIB								
PORCENTAJE %	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
Mundo	3,1	2,9	2,9	2,8	2,8	2,8	2,9	3,0
Norte América	2,9	2,8	2,5	2,6	2,6	2,7	2,7	2,8
América Latina	3,6	3,2	3,3	3,1	3,1	3,2	3,3	3,4
Caribe	4,9	4,3	4,2	4,1	4,2	4,3	4,4	4,5
PORCENTAJE %	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
Honduras	5,5	5,9	5,9	5,8	5,6	5,8	6,0	6,4
México	6,9	6,6	6,1	6,0	5,7	5,7	5,7	6,0
Costa Rica	7,1	6,5	5,6	5,0	4,7	4,8	5,1	5,3
Nicaragua	4,2	4,1	4,4	4,3	4,7	4,8	5,0	5,3
República Dominicana	5,6	5,0	4,9	4,6	4,4	4,4	4,5	4,2
Argentina	4,7	4,1	3,9	3,8	3,5	3,5	3,7	3,8
Perú	3,7	3,6	3,7	3,4	3,3	3,3	3,4	3,6
Ecuador	1,9	2,0	2,0	2,0	1,9	1,9	2,0	2,1
Colombia	1,9	1,7	1,9	1,8	1,7	1,6	1,7	1,7

Fuente: World Travel and Tourism Council (E: Estimado , F: Proyección)

Elaborado por: Vanessa Salvador

De acuerdo al cuadro que sigue, la contribución del turismo en el empleo de la región alcanzó un estimado del 8.2% en el 2015, presentando una tendencia creciente en los últimos 6 años, sin embargo el porcentaje sigue siendo menor que el de Caribe y América del Norte.

Tabla 5 – Contribución total del turismo en el empleo

CONTRIBUCION TOTAL DEL TURISMO EN EL EMPLEO								
PORCENTAJE %	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
Caribe	13	12,4	12,2	10,8	11,1	11,2	11,5	12,0
Norte América	11,5	11,5	10,6	10,4	10,5	10,4	10,5	10,9
Mundo	9,5	9,2	8,9	8,6	8,7	8,7	8,9	9,5
América Latina	8,7	7,9	8,1	7,7	7,6	7,8	8,2	8,6

Fuente: World Travel and Tourism Council (E: Estimado , F: Proyección)

Elaborado por: Vanessa Salvador

c) Tendencias globales

Se espera que los mercados emergentes se conviertan en el mayor mercado emisor para el 2020. Con los incrementos salariales anuales, los consumidores de la clase media de estas economías crean necesidades más sofisticadas lo cual incrementa la demanda de hoteles de lujo a nivel mundial. El crecimiento económico del Medio Oriente y el Asia está incentivando la inversión en la hotelería por lo que grandes cadenas ya han construido sus primeros hoteles especialmente en países de la región del África del Este como Mozambique, Tanzania y Etiopía.

Existen 5 procesos que definen hoy en día el turismo global: 1) una intensificación del turismo (lowcost) de bajo costo. 2) una multiplicación de tipos de turismo diferentes: el turismo de supervivencia, el turismo del miedo, el turismo enológico y el turismo cultural en todas sus variedades, entre otros. 3) estos nuevos tipos de turismo significan una progresiva segmentación del mercado de consumo turístico 4) el turismo pasa de ser algo puntual u ocasional en el tiempo, a hacerse claramente habitual y constante. 5) la experiencia del turista debe conectarse con sus emociones a través de historias y paisajes³³.

Por otro lado, el reporte anual de WTM³⁴ presenta tendencias a nivel mundial que podrían presentar retos para la industria:

- Alrededor del 1% de empresas en EE.UU han implementado una política de días libres ilimitados, en busca de mejorar la productividad de los

³³ El País, *El desafío del turismo masivo* (9 de agosto 2015)

<http://internacional.elpais.com/internacional/2015/08/07/actualidad/1438950084_479140.html>

³⁴World Travel Market. *Global Trends Report* Trad por Vanessa Salvador(London 2015)<<http://blogs.wtmlondon.com/wp-content/uploads/2015/11/Global-Trends-Report-2015.pdf>>

empleados³⁵. Esta política permite mayor cantidad de viajes no planificados que requieren paquetes turísticos definidos y que serán utilizados en diferentes momentos, no necesariamente en feriados, como ha sido lo usual en los últimos años.

- La economía compartida³⁶ en alojamiento continúa en expansión, poniendo a los hoteles en una situación difícil durante los próximos años.
- Los turistas necesitarán información en tiempo real: guías turísticas e información en relación a transporte, accesibilidad y facilidades turísticas. Lo cual implica la implementación de zonas con Wifi ilimitado y sistemas tecnológicos adaptables a todos los dispositivos electrónicos.

Según EUROMONITOR, a nivel global, el perfil del turista que marcará las tendencias en los próximos años se concentra en los llamados “millennials”, 36% de la población mundial al 2030. Son personas nacidas entre 1980 y 2000, para quienes el factor determinante al momento de viajar es el precio, buscan buenos servicios a bajo costo, presentan gran afinidad a la digitalización y reducción del uso del papel, cuentan con alto conocimiento tecnológico, por lo tanto la búsqueda de atractivos turísticos es de fácil acceso y su elección depende de la percepción del destino en redes sociales.

Por su parte, los viajeros de lujo buscan opciones sostenibles por ejemplo, hoteles de lujo que usan productos cultivados localmente y ofrecen experiencias ecológicas a los huéspedes.

³⁵La política busca ofrecer alternativas para equilibrar el trabajo y otras actividades de los empleados.

³⁶Se define como un sistema de acceso a bienes, servicios, información y talento de manera no duradera y sin que exista noción de propiedad. Entre los ejemplos más aterrizados de este concepto está...el modelo de hospedaje Airbnb, que reúne a una comunidad de usuarios dispuestos a alquilar sus casas por una o varias noches a cambio de una paga modesta, el cual ya funciona en 192 países (Forbes México) <http://www.forbes.com.mx/la-verdad-sobre-el-share-economy/>

d) Tendencias recientes del turismo en América Latina

En América Latina existe una definición clara del turismo comunitario y de aventura, como una actividad basada en la comunidad y que involucra a la población local en los procesos de toma de decisiones, en función de las prioridades de cada lugar.

En cuanto a las tendencias, entre el 2006 y el 2014, los viajes en familia se han convertido en la manera más común de viajar al exterior para los latinoamericanos. Por ejemplo, desde el 2010, los viajes en familia son la forma de viaje más común entre los turistas brasileños que viajan al exterior. En Perú y en Colombia, los viajes en familia representaron casi la mitad del total de viajes de ocio al exterior en 2014³⁷.

Tabla 6: Proporción de personas que viajaron en familia³⁸

País	2006	2014
Argentina	15%	30%
Brasil	24%	35%
Perú	38%	43%
Colombia	41%	45%

Fuente: World Travel Market / Euromonitor Internacional - Elaborador por WTM

Por otra parte, los viajes para múltiples generaciones son un segmento en crecimiento. Los cruceros y safaris acostumbran a ser altamente organizados, muchas veces con actividades especializadas, adecuadas para cada generación.

³⁷World Travel Market. *Informe de Tendencias WTM Latin America 2015*

³⁸En relación al total de viajes de ocio al Exterior 2006/2014

2. Política pública en torno al turismo

Los efectos crecientes del turismo no solo sobre la economía sino también sobre las comunidades y la naturaleza, obligan a los gobiernos a integrar este fenómeno global dentro de la política pública estatal y las agendas regionales e internacionales para el desarrollo.

Existe un amplio acuerdo respecto a los objetivos esenciales que se encuentran detrás de toda política turística de estado, que pueden resumirse en: propiciar el crecimiento de la renta nacional, generar empleo, aumentar los ingresos por divisas y progresaren el desarrollo y equilibrios regionales³⁹.

a) Rol de los gobiernos en materia de turismo

Entre los principales impactos positivos del turismo están los relacionados con el ingreso por divisas, la contribución al ingreso privado y público, la generación de empleo, el incentivo a la creación de tecnologías y a la formación de capital humano y las oportunidades de negocio que puede generar en una economía. Estos beneficios han llevado al sector económico a ganarse un puesto protagónico en el ámbito mundial y desplazar a sectores tradicionales en diversos destinos⁴⁰

Sin embargo, hoy en día los gobiernos, agencias internacionales de desarrollo, instituciones académicas y organizaciones no gubernamentales están al tanto de que sin

³⁹Monfor Vicente. *La Política Turística: Una aproximación*. Universditat Jaume, Cuaderno de Turismo No 6, 2000

⁴⁰Brida Juan Gabriel, Pablo Daniel Monterubbianesi, Sandra Zapata-Aguirre. *Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia*. Revista PASOS, volumen 9, 2011, 292

sostenibilidad,⁴¹ que recoge no solo lo relacionado al medio ambiente sino también lo social, económico y cultural, no existe un desarrollo que beneficie a todas las partes, que resuelva problemas serios y urgentes como la pobreza extrema y que preserve los recursos necesarios para la vida.

En este sentido, uno de los principales debates frente al turismo como catalizador de la economía gira en torno a los tipos de modelos de desarrollo turístico. Se plantean tres posibilidades básicas:

Una primera conformada como un predominio del capital turístico transnacional que podríamos llamar «enclaves turísticos transnacionalizados». Una segunda posibilidad sería la opuesta a la anterior y más bien se podría entender como un modelo de predominio de la participación local en la oferta turística. Finalmente, una tercera posibilidad sería un equilibrio relativo entre el modelo de enclave y el de participación local. Gráficamente⁴²:

Tipología de modelos de desarrollo turístico según la correlación de fuerzas entre capital turístico transnacional y fuerzas locales		
Modelo A «de enclave»	Modelo C «combinado»	Modelo B «de participación local»
Características centrales		Características centrales:
<ul style="list-style-type: none"> * Predominio económico, social y cultural del capital transnacional en la oferta de servicios * La fuerza de trabajo local participa básicamente como mano de obra no calificada * Expropiación de los espacios turísticos locales. 	Una combinación relativamente equilibrada de características de ambos modelos	<ul style="list-style-type: none"> * Predominio económico, social y cultural de actores locales en la oferta de servicio * Participación de la fuerza de trabajo con negocios propios * El pueblo y otros actores locales conservan acceso y pertenencia de espacios territoriales bellos, por ende, de disfrute turístico

Si bien la IED es fuente de importantes cantidades de capital, las empresas transnacionales repatrian sus ganancias, suelen estar verticalmente integradas con proveedores exteriores a la economía local y a menudo reservan los puestos directivos a personal internacional calificado. Esto puede limitar las posibilidades de acumulación de capital, de integración de los proveedores locales, de transferencia de tecnología y las

⁴¹La sostenibilidad está vinculada indisolublemente a las cuestiones básicas de la equidad, es decir, a la imparcialidad, la justicia social y una mejor calidad de vida.
<http://www.un.org/es/sustainablefuture/sustainability.shtml>

⁴²Cordero Allen, *El turismo y la dependencia norteamericana* Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe Nro. 6, Flacso, Caracas, 2003.

posibilidades del personal local de perfeccionar sus conocimientos y aspirar a empleos con mayor valor añadido⁴³.

El turismo es también una de las actividades de mayor impacto sobre los recursos naturales y el bienestar de ciertas poblaciones y culturas, genera afectación directa sobre ecosistemas frágiles, y produce grandes cantidades de contaminación a nivel global. La proliferación de compañías aéreas de bajo costo y el incremento de la demanda de viajes de ocio y de trabajo contribuyen al aumento del tráfico aéreo y al calentamiento del planeta. Al 2007 las emisiones de gases con efecto invernadero de los aviones suponían el doble que en 1990⁴⁴.

Los impactos sobre el medio ambiente local y las comunidades pueden ser más evidentes que el daño a nivel global, por lo que se hace más fácil conseguir apoyo para crear políticas dirigidas a los impactos locales que aquellas a nivel global. Sin embargo, un desarrollo sostenible del turismo debe prestar igual atención a los impactos globales en especial en lo referente a contaminación y la utilización de recursos no renovables, debido principalmente a que esos impactos tienen efectos directos sobre el desarrollo del turismo.

Es por esto que la política pública en los países , juega un papel crucial en el desarrollo del turismo sostenible, garantizando beneficios para las diferentes partes: empresas de turismo que mientras generan réditos económicos, deben preocuparse de su imagen corporativa, la relación con sus empleados y el impacto sobre el medioambiente; las comunidades locales que buscan prosperidad sin que implique la explotación de sus recursos naturales, ni daños a la calidad de vida de las comunidades; los medioambientalistas, que se preocupan por los daños del turismo pero que también están

⁴³Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. *Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y desarrollo sostenible* (Ginebra 2013)

⁴⁴Parlamento Europeo “La clave del debate” 2007 <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do>>

conscientes de su potencial para la conservación del medioambiente; los turistas que cada vez buscan más experiencias de alta calidad en ambientes atractivos y seguros, que preserven la naturaleza y la cultura local.

El Estado debe influenciar directamente en el desarrollo y manejo del turismo, lo que implica asociaciones formales con el sector privado y el fortalecimiento y trabajo conjunto con las estructuras democráticas locales, asignando los recursos necesarios para una planificación a largo plazo.

Los gobiernos además son responsables de muchas funciones que son de gran importancia para el desarrollo sustentable del turismo como la planificación del uso del suelo, regulaciones laborales y ambientales, y prestación de infraestructura y servicios sociales y ambientales.

A menudo tener servicios para el turista, tecnología, vías de acceso rápido y transporte poco costoso a un destino es un componente clave en la viabilidad de empresas de turismo, sin embargo en muchas ocasiones la construcción de infraestructura y el acceso masivo de turismo afectan directamente a la calidad de vida de las comunidades y a la preservación de la naturaleza. Este tema es particularmente importante en muchos países en vías de desarrollo, donde las carreteras de acceso son escasas y existen opciones de transporte muy limitadas. La accesibilidad abarca también la generación de rutas aéreas que permitan la llegada de grandes flujos de turistas lo que está en conflicto directo con la necesidad de minimizar la contaminación medioambiental de los medios de transporte turísticos.

Para aumentar el flujo de turistas y su gasto en un destino, el rol del gobierno es fundamental, no solo en las acciones directas de promoción nacional e internacional de los atractivos turísticos sino también en la definición de los lineamientos para lograr la

intervención y participación activa del resto de los actores del sector. La gestión y promoción directa por parte de las empresas privadas como concedores principales de los productos turísticos de un país permite llegar al consumidor final de una manera más eficiente y destinar una mayor cantidad de recursos públicos a la implementación de servicios e infraestructura turística de calidad.

Uno de los mayores retos en los últimos años ha sido el lograr un posicionamiento, que garantice que la calidad de la experiencia coincida con la imagen del destino. La gestión de medios de comunicación, entre los que están las redes sociales, debe fomentar la percepción de seguridad de los turistas en relación a un destino. Para lograrlo, es necesario poner especial atención en los sistemas de seguridad, atención médica, información y servicios de apoyo para los visitantes.

Para que un destino se beneficie del turismo en términos económicos no es suficiente generar mayores flujos de visitantes, es necesario el planteamiento de estrategias para atracción de turistas que cuenten con un poder adquisitivo alto y que aporten al aumento del gasto en los destinos a donde viajan. En este sentido los gobiernos locales pueden implementar acciones que aumenten el tiempo de estadía y que refuercen todo el proceso de ventas minoristas así como la calidad, precio, distribución y exhibición de productos locales como alimentos, bebidas y artesanías.

En términos de desarrollo local, en muchos lugares, los negocios son MIPYMEs, y las políticas en su beneficio pueden apuntar a programas de generación de capacidad y apoyo financiero que sea diseñado para ayudar a los negocios y proyectos a alcanzar la autosuficiencia. Es necesario además fomentar la contratación de trabajadores locales y promover las fuentes locales de abastecimiento. Los operadores turísticos deben fomentar la contratación de proveedores locales de servicios y productos que beneficien en mayor

medida a las comunidades. Por otro lado, lograr un suministro constante de bienes locales de alta calidad puede suponer un desafío, pero es necesario si se quiere reducir la necesidad de bienes importados y sobre todo lograr que los beneficios del turismo se distribuyan de la forma más amplia posible y no se queden sólo en las grandes cadenas internacionales. Se debe fomentar conglomerados y redes de negocios que permitan solventar la demanda de productos y servicios.

El PNUMA sostiene que es fundamental dar alta prioridad a la creación de plazas de trabajo estable, permanente y a tiempo completo, con salarios y beneficios justos. Una de las principales razones por las cuales el sector turístico no puede proporcionar empleo de calidad es debido a la naturaleza estacional de la demanda en muchos destinos. Esta situación requiere de políticas claras para extender la temporada. Aunque no se pueda emplear a personal a tiempo completo durante todo el año existen varias alternativas que pueden hacerlo posible. Por ejemplo, se pueden adaptar las horas de trabajo para acoplarse con los patrones de temporada manteniendo los beneficios, o los trabajadores de temporada pueden asegurar sus empleos con el mismo empleador cada temporada. Es importante además fomentar la creación de oportunidades para gente discapacitada, lo que implica vincularlas más directamente en el suministro de bienes y servicios y; apoyar el desarrollo de empresas administradas por personas con discapacidad.

El proceso de definición de estrategias para el desarrollo turístico debe involucrar por completo a la comunidad en el establecimiento de políticas y planes de turismo; facultar a las comunidades locales para influencias las decisiones referentes al desarrollo del turismo en sus áreas y brindar las habilidades y el conocimiento que la gente necesita para participar de manera efectiva en la toma de decisiones a nivel local. Las políticas en esta área deberían aspirar a reforzar la capacidad de los órganos del gobierno local y

mejorar sus conocimientos de turismo y su sostenibilidad; concientizar al público sobre las maneras en las que el turismo puede afectar a las comunidades, abordar la posición específica de comunidades indígenas y tradicionales con respecto al control local.

La diferencia entre una reacción positiva o negativa de la comunidad frente al turismo depende en gran medida del volumen de visitantes en un área en un momento dado y cómo esto se relaciona con el volumen de la población local. El concepto de la capacidad de acogida social⁴⁵ de un destino es relevante ya que busca garantizar la sostenibilidad de un recurso turístico y la autogestión de las comunidades⁴⁶.

Los patrimonios históricos y culturales importantes son un principal atractivo turístico en muchos países. A pesar de que estos patrimonios a menudo dependen de los ingresos de los visitantes para su gestión y conservación, muchos sufren también de la presión de visitantes que amenazan con dañar su estructura y devaluar la calidad de la experiencia del visitante. Por lo que se hace indispensable la gestión efectiva de visitantes que implica el uso de técnicas como la dispersión y desviación de la demanda, gestión física de un sitio, etc. Además es necesario promover un mejor uso, manejo de los ingresos de admisión, establecimiento de tiendas minoristas bien administradas y el fomento de las donaciones voluntarias.

La identificación y gestión de áreas protegidas brinda la oportunidad de fortalecer un turismo sustentable que incremente la concientización y apoyo de los visitantes hacia la conservación. En muchos países, las autoridades responsables por los parques nacionales y áreas protegidas se han interesado enormemente en el turismo, y lo consideran una fuente de ingresos, una oportunidad para lograr el bienestar sustentable

⁴⁵Los límites de un recurso para su explotación turística

⁴⁶En muchos destinos turísticos naturales las comunidades son aquellas que proveen de servicios como alimentación y transporte. El definir la cantidad de visitantes permite una organización de la comunidad sin romper sus tradiciones ni alterar su calidad de vida.

para comunidades que giran en torno a un parque y como una actividad que necesita de una cuidadosa gestión.

En este sentido, para el establecimiento de política pública se plantea extender la cobertura de las áreas protegidas marítimas y terrestres; preparar directrices locales de turismo sustentable en áreas protegidas; establecer estructuras para trabajar conjuntamente en turismo con todas las partes, incluyendo preparar estrategias de turismo sustentable que se integran con planes de gestión de parques, vinculados a estrategias nacionales y regionales; garantizar la disponibilidad y el uso de recursos financieros para la gestión de parques; optimizar el nivel y uso de la admisión al parque para respaldar una variedad de objetivos, incluyendo la conservación de la biodiversidad; desarrollar acuerdos de colaboración y relaciones basadas en concesiones a las comunidades locales y operadores del sector privado en donde sean ellos quienes se encarguen de la preservación del atractivo turístico lo cual ofrece beneficios reales para la conservación y gestión de hábitats, así como a comunidades y usuarios⁴⁷.

b) Iniciativas regionales para el desarrollo del turismo

En América del Sur existen importantes iniciativas en el marco de desarrollo turístico a nivel de los organismos regionales como la CAN y MERCOSUR.

En los últimos años las llegadas de turistas a los países de la Comunidad Andina pasaron de 2 millones 655 mil llegadas en 2002 a 7 millones 100 mil llegadas en el año 2012. La CAN cuenta con el Comité de Autoridades de Turismo (CAATUR) y con un Régimen para el Desarrollo e Integración del Turismo que promueve el desarrollo del

⁴⁷Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente *Making Tourism More Sustainable. A guide for policy makers*, Trad por Vanessa Salvador (Paris, 2005)

turismo en la CAN como un destino común. En este marco se han realizado diferentes proyectos, entre los que destacan el proyecto de Cuenta satélite de Turismo; la implementación de la Agenda para el Desarrollo del Turismo en la Comunidad Andina 2011-2015 que tiene como resultado el Estudio de Benchmarking del Producto Turístico Andino y un sistema de información sobre el mercado de demanda y oferta turística que sustenta el Observatorio Andino de Turismo de la Comunidad Andina (OBATUR)⁴⁸.

Hasta el 2012, se registran acciones conjuntas para la estandarización de tres componentes de la oferta turística: servicios de alojamiento, servicios de restaurantes y recursos turísticos. Además se realizaron acciones para lograr la Armonización de las Encuestas de Ocupación Hotelera (EOH), en coordinación con el Programa de Estadística de la Secretaría General de la CAN.⁴⁹ No existen datos recientes que evidencien la continuidad de los proyectos conjuntos en pro del desarrollo turístico regional.

Asimismo, el MERCOSUR ha llevado a cabo políticas concretas en materia de cooperación conjunta para el desarrollo turístico de la región. Durante la XVI Reunión de Ministros de Turismo del MERCOSUR en octubre 2015, se declaró de interés turístico la zona de las “Tres Fronteras” entre Argentina, Brasil y Paraguay. La declaración tiene por objetivo la consolidación de espacios de articulación regional que permitan promover el desarrollo integral, enfrentar la pobreza y la expulsión social. Durante la reunión, Argentina propuso la creación de una Oficina de Promoción Turística del MERCOSUR en Beijing⁵⁰. El Mercosur cuenta con oficinas de Turismo en varios mercados estratégicos como Japón.

⁴⁸ Comunidad Andina de Naciones

<<http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=85&tipo=TE&title=turismo>>

⁴⁹ *Ibíd.*

⁵⁰ MERCOSUR “Paraguay es sede de Reunión de Ministros de Turismo y Seminario Internacional de Rutas Multidestinos” <<http://www.mercosur.int/innovaportal/v/7151/5/innova.front/paraguay-es-sede-de-reunion-de-ministros-de-turismo-y-seminario-internacional-de-rutas-multidestinos>>

En el 2013 los países de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) propusieron la creación de una Conferencia Sudamericana de Turismo con el fin de coordinar acciones que lleven a establecer una política turística que consolide al turismo como un vector de desarrollo regional⁵¹. En marzo del 2015 los países reforzaron la necesidad de dicha conferencia y de la Red Suramericana de Turismo. “Esta última está integrada por los representantes designados quienes coordinarán sus trabajos a través de una plataforma virtual para acordar acciones, proyectos y programas en seis ejes temáticos: gobernanza, promoción, gestión de la Oferta y la demanda, comunicación y conectividad”⁵²

⁵¹ Ecuador inmediato “Ecuador participa en la II Reunión de Autoridades de Turismo de Suramérica (23 de agosto del 2013)

<http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=202995&umt=una_sur_busca_afianzar_una_vision_turistica_regional>

⁵² Impulso negocios. “Los países miembros de UNASUR formarán una red sudamericana de turismo” (29 de marzo del 2015)

<http://www.impulsonegocios.com/desarrollo/desarrollo/contenidos/2013/04/02/Editorial_24823.php>

CAPITULO TRESPOLÍTICA PÚBLICA APLICADA EN LATINOAMERICA EN MATERIA DE TURISMO

1. Modelos de desarrollo turístico

A nivel general y con especial énfasis en la región, existen dos modelos de desarrollo turístico que engloban las tendencias actuales: el turismo tradicional o convencional y el turismo alternativo.

a) Turismo tradicional o convencional

El modelo de turismo tradicional se basa en una alta participación en el mercado, con una temporalidad muy marcada, es un modelo comercial que favorece los servicios de alojamiento a gran escala y la concentración en determinadas zonas turísticas. Está controlado principalmente por la iniciativa privada y se basa en la ideología de las fuerzas de libre mercado, con beneficios en el corto plazo (De Esteban, 2007). Dentro de esta rama se engloban los modelos de turismo de sol y playa, negocios, cultural, social, deportivo, náutico, entre otros⁵³.

El turismo de sol propicia los mayores flujos de pasajeros a escala internacional. El atractivo del mar y las condiciones climáticas subtropicales constituyen la motivación principal para los viajes vacacionales. En países cuyo modelo de desarrollo turístico es el de sol y playa, los impactos ambientales son ocasionados por el avance de las ciudades sobre las áreas costeras y el desarrollo de las actividades económicas, ya sean

⁵³Gutiérrez Torres Alejandra y otros. *Análisis Del Sector Turístico Como Clave Para La Definición De Estrategias De Mitigación Y Adaptación Al Cambio Climático En La Costa De Nayarit* Universidad Autónoma de Nayarit(México 2013), 35

industriales, portuarias y/o turísticas; los recursos costeros son sometidos a una explotación continua y a medida que los cambios en el medio natural ocurren, se ve limitada su capacidad de respuesta alterándose el equilibrio preexistente.

Por su parte el turismo cultural refiere al movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visita a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación (Fernández *et al.*, 2010). Este modelo a su vez engloba el turismo arqueológico; el turismo religioso, entendido como los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa (Robles, 2001) y la visita a las ciudades, centros históricos y pueblos típicos⁵⁴.

Otro de los tipos de turismo perteneciente al modelo convencional es el de negocios, actualmente denominado turismo de reuniones de negocios que incluye las convenciones, congresos, viajes de incentivos, ferias y exposiciones. Las actividades relacionadas al turismo de negocios son conocidas por permitir la transferencia de conocimientos y un mayor gasto a nivel local debido al poder adquisitivo que suele caracterizar a los viajeros que asisten a estos eventos.

El modelo de turismo social o accesible, también forma parte del turismo convencional. Las características que identifican al turismo social son los precios bajos, la carencia de fines de lucro y el objetivo de alcanzar el bienestar humano. Nace en Francia después de la segunda guerra mundial, como una alternativa para que la clase obrera pudiera acceder a los espacios de ocio y recreación⁵⁵.

En América del Sur, el turismo social es promovido por el Estado brasileño a partir del año 2005, como parte de un conjunto de medidas impulsadas para

⁵⁴ *Ibíd.*

⁵⁵ *Ibíd.*

mitigar la desigualdad y la exclusión social. En Uruguay, el Ministerio de Turismo y Deporte, lanza el “Sistema Nacional de Turismo Social” con el propósito de hacer accesible el derecho al ocio en sectores sociales vulnerables. Argentina por su parte, lanza políticas públicas de turismo social desde 1945, siendo pionera en la región. En la actualidad, el Ministerio de Turismo de la Nación impulsa el “Programa de turismo social”, entendiendo al turismo como un factor de bienestar y de ciudadanía⁵⁶.

b) Turismo alternativo

El segundo gran modelo es el turismo alternativo, se fundamenta en la participación local de la comunidad en los proyectos, en pro de la estabilidad y el bienestar; no se caracteriza por una temporalidad y se basa en pequeños establecimientos dispersos (De Esteban, 2007). Este modelo es definido como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales; este grupo engloba el turismo rural, ecoturismo, el turismo de aventura y agroturismo⁵⁷.

Según la OMT, turismo rural se define como “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”. Dentro de la

⁵⁶SchenkelErica. *El turismo social como política estatal en Sudamérica*. Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural (Argentina 2013), 177-179

⁵⁷Gutiérrez Torres Alejandra y otros. *Análisis Del Sector Turístico Como Clave Para La Definición De Estrategias De Mitigación Y Adaptación Al Cambio Climático En La Costa De Nayarit* Universidad Autónoma de Nayarit(México 2013), 35

modalidad de turismo rural se encuentra el Turismo Rural Comunitario TRC, el cual tiene como uno de los fines principales el involucramiento de las comunidades en la actividad turística.

La oportunidad de formar parte de la cadena de valor del sector turístico hace partícipes a las comunidades anfitrionas, que intervienen de forma activa en el proceso de desarrollo. De esta forma, el turismo se convierte en un catalizador de la cohesión social y va más allá de la repercusión inmediata en la creación de empleo y sus consecuencias económicas positivas. El turismo contribuye a mejorar la capacidad de gobernanza local⁵⁸ a través de los esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico.⁵⁹

El agroturismo según la Secretaría de Turismo de México es la actividad turística en áreas agropecuarias con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupada por una sociedad campesina, que muestra y comparte no solo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural, cultural y socio-productivo. Se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer las actividades agropecuarias e involucrarse en ellas, lo que puede dar origen a otras actividades ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo.

El modelo de ecoturismo se refiere a los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza, en estrecho

⁵⁸Ibíd.

⁵⁹Flores Madrid en Barbini, Bernarda y otros *Gobernanza turística y desarrollo local. Mar del Plata frente a estrategias de reconversión incluyentes* Universidad Nacional del Mar del Plata (Argentina. 2013)

contacto con la misma.⁶⁰ El ecoturismo incluye actividades como observación de la naturaleza, observación de fósiles, proyectos de investigación biológica, senderismo interpretativo, rescate de flora y fauna, safaris fotográficos y talleres de educación ambiental. Tiene bajo impacto negativo en lo ambiental o cultural, y propicia un involucramiento de las poblaciones locales.

Finalmente el turismo de aventura son los viajes que tienen como objetivo actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza en tierra, aire y agua.

No parece que haya un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente ya que el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y su contexto. En cambio, si hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales sean las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles: el turismo masificado, el turismo sexual, turismo a pequeña escala controlados por agentes foráneos, etc. (Gascón & Cañada, 2005)⁶¹.

⁶⁰Gutiérrez Torres Alejandra y otros. *Análisis Del Sector Turístico Como Clave Para La Definición De Estrategias De Mitigación Y Adaptación Al Cambio Climático En La Costa De Nayarit* Universidad Autónoma de Nayarit(México 2013), 35

⁶¹ De Esteban, Javier. *La Demanda Del Turismo Cultural Y Su Vinculación Con El Medio Ambiente Urbano: Los Casos De Madrid Y Valencia* (Madrid 2007), 124

2. Modelos de desarrollo turístico en la región y políticas estatales aplicadas

La región cuenta con políticas turísticas diversas dentro de los países que la componen. En este trabajo se busca presentar y analizar las más relevantes.

a) México y El Caribe

En la región latinoamericana, el turismo de sol y playa es el modelo de excelencia, debido a que propicia los mayores flujos de pasajeros a escala internacional. El atractivo del mar y las condiciones climáticas constituyen una motivación para los viajes vacacionales.

En México, como estrategia para el fomento de este modelo de turismo, se implementó la creación de los centros integralmente planeados (CIP). Los cuales surgieron con el apoyo del Fondo Nacional para el Fomento del Turismo (FONATUR), como una alternativa para el crecimiento y la atracción de inversión para la actividad turística. Los primeros centros fueron: Cancún e Ixtapa en 1974, Los Cabos y Loreto en 1976 y Huatulco en 1984.⁶²

El Caribe por su parte, presenta una alta dependencia económica respecto de la actividad turística y poca diversificación del sector. Al analizar los impactos de centros turísticos de sol y playa, ya consolidados, como el caso de Cozumel, se evidencia que el fenómeno de terciarización de la economía local⁶³ ha generado un fuerte proceso de urbanización, el cual abarca al 99.8% de la población total. Lo mismo sucede con Playa del Carmen, en donde además, se identificó existe una polarización laboral, ya que por

⁶²Gutiérrez Torres Alejandra y otros. *Análisis Del Sector Turístico Como Clave Para La Definición De Estrategias De Mitigación Y Adaptación Al Cambio Climático En La Costa De Nayarit* Universidad Autónoma de Nayarit(México 2013), 35

⁶³La población ocupada en el sector servicios (terciario) pasa a ser más numerosa que las del sector secundario.

un lado se hallan trabajos de alta calidad y bien remunerados y por otro, trabajos de baja calidad y mal remunerados, que caracterizan a los fenómenos del subempleo y de la economía informal. El 75.6% de la población económicamente activa en Cozumel está empleada en el turismo, lo que ha generado fuertes procesos de migración, haciéndose notar que el 60.5% de la población de Cozumel, son inmigrantes procedentes de otros estados⁶⁴.

La República Dominicana es un claro ejemplo de país en vías de desarrollo que ha experimentado un extraordinario crecimiento turístico. Con un incremento anual promedio del 9% en visitantes extranjeros y una expansión agresiva de la capacidad hotelera casi 65 mil habitaciones en 2008. Las inversiones en el sector turístico superaron los 11 mil millones de dólares en 2009 y ese mismo año se duplicó el presupuesto nacional destinado a la promoción exterior de República Dominicana como destino turístico (de 22 a 44 millones de dólares)⁶⁵.

Otro sector turístico estratégico en México y el Caribe es el turismo de reuniones, según datos del Centro de Estudios Superiores de Turismo en México, en el 2011 este modelo generó un gasto directo por 18,120 millones de dólares americanos en la economía mexicana, de los cuales 51% se gastó en conceptos turísticos.

Dentro de los sectores principales hacia donde se enfocan la atracción de inversiones en México, no se encuentra el turismo. Sin embargo la República Dominicana garantiza la conversión total y los derechos a repatriación del 100% de los dividendos de inversionistas, luego de haberse pagado los impuestos correspondientes aplicables. Las

⁶⁴Gutiérrez Torres Alejandra y otros. *Análisis Del Sector Turístico Como Clave Para La Definición De Estrategias De Mitigación Y Adaptación Al Cambio Climático En La Costa De Nayarit* Universidad Autónoma de Nayarit(México 2013), 35

⁶⁵Giorgio Trucchi. ALBASUD “República Dominicana: un desarrollo turístico a la medida del capital transnacional (s.l 2010) <www.albasud.org/noticia/es/116/rep-blica-dominicana-un-desarrollo-tur-stico-a-la-medida-del-capital-transnacional>

inversiones generalmente están protegidas de manera significativa contra los riesgos políticos, de conversión y expropiación, garantizadas por la Corporación de Inversión Privada para el Exterior (OPIC por sus siglas en inglés). Además República Dominicana otorga a aquellas empresas domiciliadas en el país exenciones a impuestos y aranceles de importación, impuestos sobre la renta, activos y a la transferencia de bienes industrializados y servicios o de valor agregado, por un periodo de 10 años⁶⁶.

b) Costa Rica⁶⁷

En Costa Rica la industria turística es uno de los principales dinamizadores de la economía del país. Su Plan Nacional de Turismo sostenible 2010-2016, está enfocado a grupos de productos turísticos centrados en la naturaleza, que se comercializan bajo formas o tipos de ecoturismo, aventura, vivencial y sol y playa no tradicional, imprimiendo una dirección que privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio tanto natural como cultural que acoge a los viajantes.

Dentro del Plan de Desarrollo Nacional de Costa Rica, se enmarcan acciones relevantes en términos de turismo, las mismas que señalan una dirección clara para la política pública en este sector, entre las que se encuentran: el diseño e integración de circuitos y rutas temáticas, que integran a las comunidades locales en las diversas categorías de productos ofrecidas, sol y playa, turismo de naturaleza, cultural, bienestar, cruceros, ecoturismo, deportivo, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo con los criterios de la política turística nacional; el diseño y operación de un

⁶⁶Russin, Vecchi & Heredia Bonett “Como invertir en República Dominicana” <<http://rvhb.com/wp-content/uploads/2013/06/Como-invertir-en-RD.pdf>>

⁶⁷VISITCOSTARICA.

<http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/modEst/estudios_estadisticas.asp?ididioma=1>

programa de apoyo para el desarrollo de ofertas competitivas para el turismo rural comunitario, que incorpore los programas de asistencia técnica existentes en el país para medianas y pequeñas empresas, con reglas de operación congruentes con las orientaciones y prioridades de la política turística nacional. Además el Plan fomenta el establecimiento de una asociación o club de producto⁶⁸ en la categoría de turismo de bienestar que integre la oferta nacional bajo conceptos estandarizados de operación, calidad, responsabilidad y seguridad para los turistas.

El plan turístico de Costa Rica busca posicionar al país como destino atractivo en otros segmentos turísticos más diferenciados, como es el caso del turismo médico, turismo rural, pesca deportiva y turismo de convenciones, entre otras modalidades, cuyo objetivo es incluir más cultura costarricense en la experiencia de los visitantes, así como mejorar la infraestructura para recibirlos.

Costa Rica cuenta con un sistema de incentivos a la inversiones turísticas bien establecido que contempla: la exención de tributos aplicables a la importación o compra de artículos locales, necesarios para el funcionamiento de empresas nuevas o ya establecidas que vayan a ofrecer nuevos servicios, así como para la construcción, ampliación o remodelación de su edificio; depreciación acelerada de bienes; obtención de patentes locales en un plazo máximo de 30 días naturales, exoneración de impuestos en el transporte aéreo nacional e internacional de turistas, suministro de combustible a precio competitivo en transporte aéreo.⁶⁹

⁶⁸ Los Clubes de Producto son los programas que agrupan a diversas empresas y entidades del sector turístico, en este caso, en el ámbito del turismo de bienestar

⁶⁹ Confederación de Empresarios de Andalucía. “Invierta en Iberoamérica” <http://www.cea.es/porta/novedades/2012/GuiaInversiones/america/costarica/incentivos_nacionales_inversion.html>

c) Honduras

Honduras por su parte ha implementado iniciativas de desarrollo sostenible del turismo basadas en sus espacios naturales e historia. Se han creado comités de turismo que involucran al Presidente de la República y a los secretarios de turismo, medioambiente, recursos naturales, finanzas, justicia, seguridad, transporte, y cultura. A nivel local, se han establecido aproximadamente 60 comisiones municipales de desarrollo turístico, en todos los casos bajo el liderazgo del Alcalde e involucrando a ONGs y sector privado. Dichas comisiones reciben capacitación y asistencia técnica por parte del gobierno central en temas como desarrollo turístico y aplicación de la legislación en medio ambiente. En Honduras, las municipalidades se han unido para sacar adelante proyectos auto sostenibles en lugares como la costa norte y las áreas alrededor de Copan.

Los beneficiarios de los incentivos para la inversión en Honduras son los comerciantes individuales o sociales cuya actividad o giro esté vinculada directamente al turismo y presten servicios turísticos. Uno de los incentivos es la exoneración del pago del impuesto a la renta por 10 años a partir del inicio de operaciones. Este incentivo se otorga solo a proyectos nuevos. Además se exonera del pago de impuestos y demás tributos a las importaciones de bienes y equipos nuevos necesarios para la construcción e inicio de operaciones del proyecto; material impreso y promocional del país como destino turístico; vehículos o automotores nuevos y aeronaves o embarcaciones para el transporte turístico⁷⁰.

⁷⁰ CEPAL, *Política Tributaria para mejorar la inversión y el desarrollo en América Latina*. Santiago de Chile, 2013.

d) Argentina

Una de las estrategias principales de desarrollo turístico de Argentina es el turismo de reuniones. Este segmento, que incluye la realización de congresos, ferias, convenciones, eventos deportivos y viajes de incentivo, ha demostrado un crecimiento exponencial en los últimos años. A partir de la implementación del Plan de Marketing Estratégico para el Turismo de Reuniones se ha consumado, entre otras acciones, la puesta en marcha del Primer Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (desde el año 2010) y la primera base de datos estadísticos del Segmento que involucra a todos los destinos sede de eventos del país, orquestada entre organismos privados y académicos (OMT 2013). Argentina ocupa el puesto número 18 a nivel mundial el cuarto en América y el segundo en América del Sur, en el desarrollo de turismo de reuniones⁷¹

El segundo pilar del desarrollo turístico argentino es el turismo rural. Como una medida para fortalecerlo, en Argentina se creó el proyecto de Rutas Alimentarias donde los alimentos regionales son productos representativos de cada tierra y clima, que mantienen una identidad territorial y calidad gastronómica. Por otra parte, desde el 2013, para incentivar y descentralizar el desarrollo local, Argentina ha desarrollado campañas de promoción de turismo interno con el fin de lograr niveles importantes de movimiento turístico local y apoyar a las poblaciones más alejadas.

Dentro de los sectores principales hacia donde se enfocan la atracción de inversiones en Argentina, no se encuentra el turismo.

⁷¹International Congress and Conventions Association *Statistics Report 2014*. Ranking respecto al número de eventos internacionales desarrollados en el país

e) Colombia

Dentro del Plan Sectorial de Colombia se establecen lineamientos para mejorar la coordinación en el nivel nacional mediante la creación de una comisión intersectorial que articule las iniciativas de diferentes ministerios y entidades, coordinada y liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como rector de la política turística. A escala regional, y en el marco de las Comisiones Regionales de Competitividad, se promueve la creación de comités de coordinación de turismo que tienen la responsabilidad de asegurar la articulación entre actores regionales y entre éstos y organismos del orden nacional.

Con respecto a la calidad de la prestación de servicios turísticos, el gobierno colombiano trabaja en la elaboración de reglamentos técnicos para actividades de turismo de aventura donde la existencia de riesgo para la salud, la integridad y el bienestar de los usuarios justifique este tipo de medidas.

De otra parte y como una expresión de las alianzas público-privadas, el Gobierno nacional promueve la ejecución de proyectos conjuntos donde los recursos del Presupuesto General de la Nación se puedan complementar con recursos del Fondo Nacional de Turismo⁷², con el fin de cofinanciar proyectos de infraestructura turística. Entre los beneficios para la inversión en este sector, se destaca la exención del impuesto a la renta por un período de 30 años, la cual entra en vigencia a partir del inicio de la operación para servicios hoteleros prestados en nuevos proyectos, pero también para los que se remodelen y/o amplíen desde el año 2003 hasta diciembre de 2017. Servicios de ecoturismo, por 20 años.⁷³

⁷²El Fondo Nacional de Turismo, que es un Patrimonio Autónomo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, creado para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal, la cual se debe destinar a la promoción y competitividad del turismo.

⁷³PROCOLOMBIA. “Otros incentivos para invertir en Colombia” <<http://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos/otros-incentivos.html>>

Los productos turísticos hacia los cuales Colombia dirige sus esfuerzos son turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, náuticos, de congresos, eventos e incentivos, y de salud y bienestar. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, incluyó el turismo de naturaleza y al de salud y bienestar en el Programa de Transformación Productiva, para que sea objeto de apoyo y asistencia técnica. Esto permite generar una dinámica de trabajo coordinado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, en lo que tiene que ver con el aprovechamiento turístico sostenible de los Parques Naturales Nacionales y de las áreas protegidas. Además, para potencializar el turismo de naturaleza y salud Colombia continúa con el programa de concesiones de las instalaciones turísticas bien sea a empresas privadas especializadas o a proyectos asociativos entre éstas y las comunidades.

Una de los esfuerzos colombianos por ganar competitividad internacional ha sido la conformación de clusters turísticos⁷⁴, con especial énfasis en la industria de eventos.

Dentro de los países analizados, República Dominicana es el país que destina el mayor presupuesto para turismo, evidenciando su modelo de desarrollo nacional. México presenta el menor porcentaje según datos de WTTC. Para el 2025 la tendencia se mantiene.

⁷⁴ Agrupaciones de empresas y/o organizaciones de un mismo territorio especializadas en el turismo que comparten características muy similares. Se trata de una concentración geográfica de empresas interconectadas, que tienen relación tanto de competencia como de cooperación mutua

Tabla 7 – Presupuesto destinado a Turismo (países analizados)

PORCENTAJE %	PRESUPUESTO DESTINADO A TURISMO							
	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
República Dominicana	20,9	21,2	21,3	21,4	21,5	21,6	21,9	22,5
Costa Rica	6,1	6,1	6,1	6,1	6,2	6,2	6,2	6,4
Honduras	3,9	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,1	4,2
Argentina	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,5
Colombia	2	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
México	1,1	1,1	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2

Fuente: World Travel and Tourism Council (E: Estimado , F: Proyección)

Elaborado por: Vanessa Salvador

3. Resultados de los diferentes modelos

Como se evidencia en las tablas precedentes, la actividad económica del sector turístico en los países en donde predomina el turismo de sol y playa como es el caso de México y República Dominicana registra signos de desaceleración en relación con su participación en la actividad económica nacional. Podría ser que esa desaceleración este directamente relacionada al agotamiento del modelo de desarrollo turístico vigente o que esté llegando a su nivel máximo de crecimiento. Tanto República Dominicana como México son reconocidos por sus playas y su clima, en donde predomina el modelo de alojamiento “todo incluido”. Sin embargo hoy en día el turista busca una serie de actividades complementarias que pueden estar relacionadas entre otras con turismo cultural, turismo de salud, turismo ecológico, que han permitido la paulatina diversificación de la oferta turística tradicional de sol y playa.

Además, en los últimos años se observa en los destinos de sol y playa una tendencia en la que son los meses cercanos a la “temporada alta” los que registran los mayores crecimientos de ocupación. Este hecho viene explicado por la preferencia creciente por fraccionar las vacaciones que se observa en la demanda, pero también por el

hecho de que los meses centrales del verano han alcanzado unos volúmenes de turistas, que los ha situado cerca del máximo de carga aceptable lo que conlleva al deterioro del medio ambiente y de los servicios públicos y privados prestados a los turistas.⁷⁵

Las iniciativas de diversificación y desestacionalización de la oferta turística en los destinos de sol y playa aportan a reducir la inestabilidad laboral, ya que permite que se prolongue el período de tiempo durante el que pueden estar empleados. Esto genera efectos positivos sobre los ingresos de los trabajadores, mayor estabilidad en el empleo y significativas mejoras en la cualificación y productividad del trabajo.

En este contexto, en México ya se incluyen visitas culturales fuera de los resorts y en República Dominicana se están fortaleciendo las rutas de eco turismo como complemento al atractivo principal de sol y playa. Sin embargo aún estas iniciativas no representan un aporte significativo a la realidad socioeconómica y ambiental de los países.

Existe una codependencia de los destinos de sol y playa con la naturaleza. Los destinos de sol y playa tiene como principales resultados la emisión de gases efecto invernadero, debido principalmente a la producción de desechos, el uso de energía y el cambio de uso del suelo, los cuales están directamente relacionados a la actividad del turismo de masas. Al mismo tiempo estos destinos turísticos son vulnerables a los impactos del cambio climático al sector turístico: reducción de la afluencia turística tanto nacional como extranjera en el mediano plazo, debido a que existe una fuerte relación entre el clima y la llegada de turistas.

Según reportes del PNUD en relación a la gestión turística de República Dominicana:

⁷⁵García Sánchez Antonio *El Turismo Cultural y el de Sol Y Playa: ¿Sustitutivos o Complementarios?*Cuaderno de Turismo Universidad Politécnica de Cartagena. 2003

Aunque constituya una importante alternativa para la economía nacional en términos de generación de recursos y divisa, la actividad turística no ha generado un desarrollo que involucre a la comunidad, a la economía, para que contribuya a dinamizar el aparato productivo. Además, no ha producido un aumento importante en el nivel de empleo”. Entre los factores que generan esta situación, está el modelo turístico de enclave, basado en grandes complejos turísticos que son ajenos a la realidad social que les rodea, y la ausencia de políticas públicas que fortalezcan los servicios sociales y el involucramiento de las poblaciones que viven cerca de dichas localidades turísticas⁷⁶.

Costa Rica por su parte es reconocido a nivel mundial por los esfuerzos que realiza en pro de la conservación y el manejo sostenible de los recursos naturales. A través del crecimiento endógeno de su sector turístico, el país ya posee una de las marcas turísticas más conocidas del mundo turístico.

Estudios realizados por el INCAE (como “Encadenamientos globales de producción: consumidores del norte, productores del sur y sostenibilidad” publicado por el PNUMA 7 en 1998), han demostrado que aproximadamente el 40% de todo el dinero que gastan los turistas se queda en Costa Rica. Es importante señalar que el 40% que queda es un promedio que incluye también destinos de turismo “masivo”. El ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros, generan más ingresos que este promedio dentro de la economía nacional. Esto es casi cuatro veces mayor que la cifra para los principales destinos turísticos del Caribe y de México⁷⁷.

Tanto Argentina como Colombia han diversificados su oferta turística procurando favorecer a las comunidades aprovechando de los recursos alimentarios y naturales.

⁷⁶ Giorgio Trucchi. “República Dominicana: un desarrollo turístico a la medida del capital transnacional. ALBASUD 2010 <www.albasud.org/noticia/es/116/rep-blica-dominicana-un-desarrollo-tur-stico-a-la-medida-del-capital-transnacional>

⁷⁷ Lawrence Pratt. *Logros y Retos del Turismo Costarricense* (San José, 2002)

Además al contemplar al turismo de negocios como una de las estrategias principales garantiza el incremento del gasto turístico. No obstante, se debe tomar en cuenta que el mayor gasto turístico promovido por las convenciones y congresos se concentra todavía en las ciudades más grandes. La capacidad de interrelación público privada también ha sido uno de los pilares del desarrollo de los dos países dando como resultado un modelo que no se soporta en su mayoría en el apoyo estatal.

En cuanto a las inversiones “la tendencia mundial es avanzar hacia marcos de política cada vez más sofisticados, en los cuales ya no solo es importante el monto de las inversiones, sino también el tipo de inversión, es decir, su calidad en materia de aportes y su coherencia con los objetivos de desarrollo económico de los países”⁷⁸. Si bien hay múltiples estrategias y enfoques con respecto a la inversión, los países que han tenido mejores resultados son los que han adoptado políticas de equilibrio entre los intereses del inversionista y los beneficios al desarrollo económico y social de los países.

⁷⁸Sistema económico Latinoamericano y del Caribe *Análisis de las relaciones económicas de América Latina y el Caribe con el Mundo Árabe*(Venezuela 2014) 26

CAPITULO CUATRO EL SECTOR TURISTICO EN EL ECUADOR Y LA POLÍTICA PÚBLICA APLICADA EN EL PERÍODO 2006-2014

1. Situación actual

Según datos del Ministerio de Turismo, en el 2014 el ingreso por turismo a Ecuador reportó un total de 1.487 millones de dólares. En 2013, la cifra fue de 1.251 millones de dólares, lo que representó un aumento del 17% en comparación con el 2012⁷⁹.

Tabla 8 - Ingresos por turismo y por exportaciones según producto principal en Ecuador

INGRESOS POR TURISMO Y POR EXPORTACIONES SEGÚN PRODUCTO PRINCIPAL¹
AÑO: 2010-2014

Millones de dólares

AÑOS	TURISMO*	BANANO Y PLÁTANO ²	CAMARÓN	OTROS ELABORADOS PRODUCTOS DE MAR	MANUFACTURAS DE METALES ³	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e industrializados)
2010	786,5	2.032,8	849,7	622,5	707,6	607,8	17.489,9
Ubicación	3	1	2	5	4	6	
2011	849,7	2.246,5	1.178,4	895,0	695,9	675,7	22.322,4
Ubicación	4	1	2	3	5	6	
2012	1.038,7	2.078,4	1.278,4	1.147,1	896,5	713,5	23.764,8
Ubicación	4	1	2	3	5	6	
2013	1.251,2	2.354,6	1.784,9	1.393,9	514,7	808,1	24.847,8
Ubicación	4	1	2	3	6	5	
2014	1.487,2	2.607,6	2.571,8	1.296,2	515,7	798,4	25.732,3
Ubicación	3	1	2	4	7	5	

Nota: Ubicación hace referencia al puesto que ocupa en función del ingreso de divisas

* Turismo: Tomado de Servicios de la Balanza de Pagos - Cta. Viajes más transporte de pasajeros

¹Las cifras hasta el año 2010 son definitivas, desde 2011 son provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

²Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador

³Incluye exportaciones de vehículos.

Fuente: Bases de datos Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2010-2014.

Estimación Ministerio de Turismo.

Fuente: Boletín estadísticas turísticas 2010 – 2014. MINTUR – Elaborado por: MINTUR

⁷⁹Organización Mundial del Turismo. *Panorama del Turismo Internacional 2015* (Madrid, 2015)

Si se toma en cuenta la cantidad de divisas que ingresan al país por diferentes conceptos, el turismo ocupó en 2014 el tercer lugar después de las exportaciones de banano y camarón. Además el ingreso de divisas ha sido superior a la salida de las mismas por concepto de turismo, lo que ha generado desde el 2012 una balanza turística positiva.

Tabla 9 – Balanza Turística 2010 al 2014⁸⁰ - Ecuador

**BALANZA TURISTICA INGRESO Y EGRESO POR CONCEPTO DE TURISMO
AÑO: 2010-2014**

AÑOS	INGRESO	EGRESO	SALDO
2010	786,6	863,4	-76,8
2011	849,7	916,5	-66,8
2012	1.038,8	943,6	95,1
2013	1.251,2	987,1	264,1
2014	1.487,2	1.020,4	466,8

Fuente: Boletín Trimestral - Balanza de Pagos Nro. 51 - Banco Central del Ecuador

Fuente: Boletín estadísticas turísticas 2010 – 2014. MINTURElaborado por: MINTUR Ecuador

Por otra parte se evidencia que en Ecuador, el turismo aún no tiene relevancia económica, pues desde el 2005 mantiene una participación directa no mayor al 2% del PIB⁸¹, una de las más bajas de la región y no mayor a la participación del comercio⁸² en el PIB nacional.

Por su parte, se estima que al 2015 la contribución del turismo en el empleo fue del 1,8%, lo cual se mantiene en porcentajes similares durante los últimos 10 años.

⁸⁰El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.487.2 millones de dólares durante el año 2014, valor que comparado con los recursos provenientes de las exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el tercer rubro de aporte en ingresos, después del banano y plátano y camarón (Ver Cuadro N° 36). Al relacionar el ingreso (de 1.487.2 millones de dólares) y el egreso (1.020.4 millones de dólares) de divisas por concepto de turismo se concluye –según la información del Banco Central del Ecuador- que la balanza tiene un saldo positivo de 466.8 millones de dólares; es decir, que el gasto realizado por los residentes en el exterior es menor al gasto efectuado por los no residentes en el país

⁸¹ Información expuesta en la Tabla 3 de este documento.

⁸² Revisar Anexo 3

Tabla 10 - Contribución del turismo en el empleo del Ecuador (directo y total)

CONTRIBUCION DIRECTA DEL TURISMO EN EL EMPLEO								
PORCENTAJE %	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
Ecuador	1,7	1,7	1,8	1,8	1,7	1,7	1,8	1,9

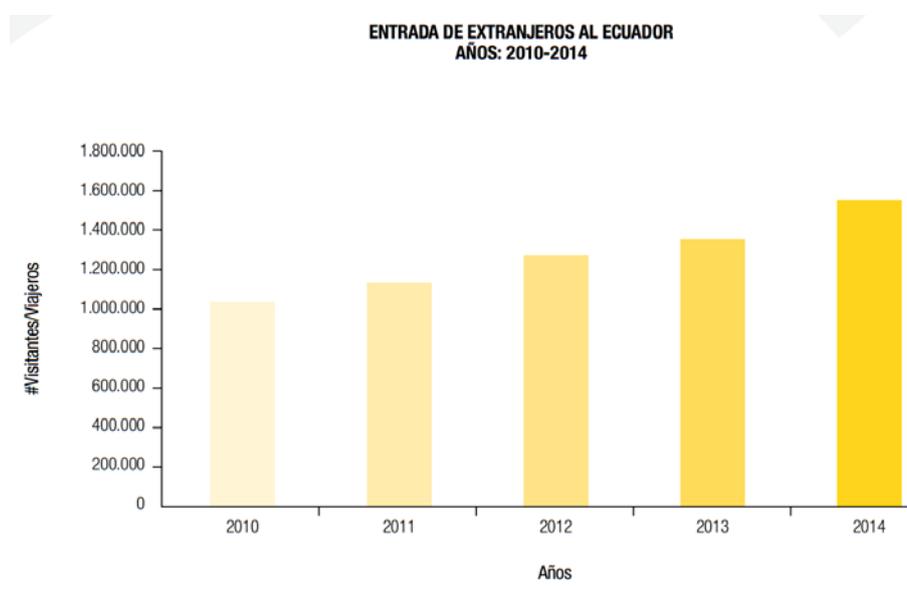
CONTRIBUCION TOTAL DEL TURISMO EN EL EMPLEO								
PORCENTAJE %	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2015E	2025F
Ecuador	4,6	5,0	5,2	5,0	4,7	4,7	4,9	5,2

CONTRIBUCION DIRECTA DEL TURISMO EN EL EMPLEO (número de empleos)								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015E	2025F
Ecuador	102,2	105,5	105,9	111,2	119,3	127,5	126,8	165,4

Fuente: WorldTravel and Tourism Council (E: Estimado , F: Proyección)- Elaborado por: Vanessa Salvador

En cuanto a la llegada de turistas, en cifras del Ministerio de Turismo, en 2014 ingresaron al Ecuador 1.557.000 turistas, lo que representó un 14 % más que en el 2013⁸³.

Grafico 6 – Entrada de extranjeros al Ecuador 2010 al 2014



Fuente: Boletín estadísticas turísticas 2010 – 2014. MINTUR Elaborado por: MINTUR

⁸³ El Universo *Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014* (9 de abril del 2015) <<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/09/nota/4749676/turismo-dejo-14872-millones-ingresos-ecuador-2014>>

a) Turismo como sector prioritario y estratégico

Procesos liderados por los acuerdos multilaterales internacionales como la Agenda 21⁸⁴, han permitido que el Ecuador incorpore al desarrollo sostenible como parte de sus políticas y estrategias.

Este es el caso de la Estrategia Ambiental para el Desarrollo Sustentable del Ecuador, publicada por el Ministerio del Ambiente del Ecuador en octubre del 2000, cuyo Capítulo II sobre Políticas para el Desarrollo Sostenible del Ecuador contempla en el ámbito de Conservación y aprovechamiento sostenible del capital natural, el Turismo de Naturaleza, las siguientes políticas. 1. Impulsa la identificación y promoción de las potencialidades turísticas de las áreas protegidas, los bosques protectores, las playas y bahías, nevados y otros recursos escénicos. 2. Estimula la inversión turística en áreas protegidas, particularmente en el mejoramiento de los servicios 3. Impulsa el establecimiento de sistemas de certificación de actividades turísticas sustentables. 4. Desarrolla sistemas de información y capacitación en actividades de turismo de naturaleza, encaminadas a fortalecer la participación de las poblaciones locales. 5. Impulsa la reinversión de beneficios generados por el turismo en actividades que aporten al sostenimiento de las áreas protegidas, los bosques protectores, las playas y otros recursos escénicos.

Por su parte, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 menciona que los primeros esfuerzos para el cambio de la matriz productiva se enfocan en la potenciación de las capacidades productivas existentes y en la emergencia de un modelo productivo socialmente inclusivo y afirma que para 2030, el Ecuador exportará un 40% de servicios,

⁸⁴ Acuerdo de las Naciones Unidas para promover el desarrollo sostenible

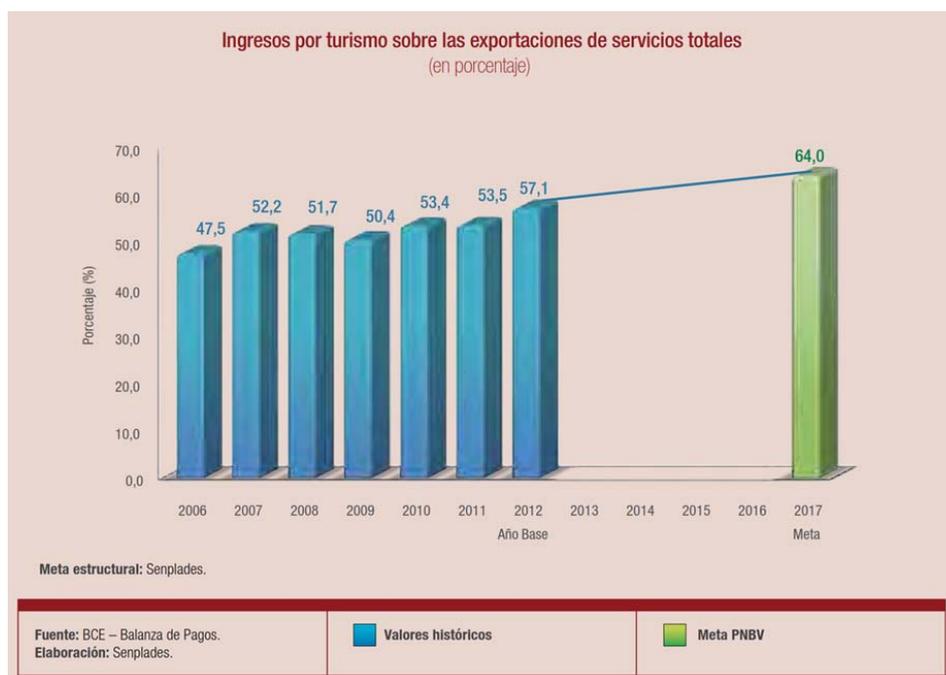
en su mayor parte de alto valor agregado y con una participación relevante del turismo, 30% de bienes industrializados y 30% de productos primarios.

Dentro de sus lineamientos estratégicos y metas para diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicio, el Plan Nacional del Buen Vivir contempla el fomento del turismo comunitario y del turismo social y el impulso al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera además del posicionamiento del turismo consciente⁸⁵ como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente. Como parte del objetivo de *Impulsar la transformación de la Matriz Productiva* del Plan Nacional del Buen Vivir se buscará aumentar a 64% los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales⁸⁶.

⁸⁵Propuesta del Ministerio de Turismo del Ecuador al mundo en el 2012. Se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida como la esencia de la práctica turística.

⁸⁶ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017* (Ecuador 2013)

Gráfico 7: Ingreso por turismo sobre las exportaciones de servicios totales



Fuente: PNBV 2013-2017. Elaborado por: SENPLADES

Por otra parte, el turismo ha sido reconocido como prioridad nacional con el establecimiento de las políticas de Estado para el sector en la Estrategia de Desarrollo del país (Decreto No. 1424 de Abril del 2001) y presentado por el gobierno como una de las fuerzas motrices dentro de los cinco ejes fundamentales de desarrollo económico y social.

En el 2011 toma fuerza el mencionado Turismo Consciente como “un pacto de convivencia y de respeto mutuo entre los turistas y las comunidades con el patrimonio natural y cultural”⁸⁷, “un concepto vivo, dinámico y en constante construcción, una experiencia del dar y recibir, que se sustenta en los principios de responsabilidad, sostenibilidad y ética”⁸⁸ Este concepto y propuesta ecuatoriana obtuvo un reconocimiento

⁸⁷Concejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador “Ecuador: Viviendo el turismo consciente” <<http://blog.cemdes.org/noticias/item/819-ecuador-viviendo-el-turismo-consciente.html>>

⁸⁸OMT “Turismo Consciente, una propuesta para amar la vida” 2011. <<http://americas.unwto.org/es/node/29619>>

especial por parte de la Organización Mundial del Turismo en el marco de la XIX Asamblea General de la OMT.

Desde el 2013 el Ministerio de Turismo concentra su gestión en 5 pilares fundamentales que buscan ubicar a Ecuador como potencia turística: seguridad, calidad, destino y productos, conectividad y promoción.

En el ámbito de seguridad, hasta mayo del 2015, se activaron botones de seguridad instalados en 280 establecimientos turísticos. Por otra parte se implementó el proyecto Chip Turista como apoyo y seguimiento en la gestión de emergencias de turistas extranjeros. Entre otras acciones están la cartilla de seguridad en aeropuertos, la realización de mesas técnicas de seguridad turística y la articulación con ECU911 para atención de alertas y emergencias de turistas.

Para garantizar calidad en los servicios turísticos se otorgó, a través del Sistema Nacional de Calidad Turística del MINTUR, la Marca Q a 728 empresas. En el 2015, 5.532 personas recibieron la Certificación de Competencias Laborales, con diploma de excelencia. Se impulsó el concurso Premios a la Calidad en siete categorías, cuyos ganadores fueron elegidos por voto ciudadano: Ciudad más amable, Ciudad más segura, Playa Limpia, Estación de Servicios, Alojamiento Preferido, Restaurante Preferido, y Mejor Anfitrión. Su impulsó el Concurso Retos Turismo, en las categorías: Artesanías, Alimentos, Merchandising POP y Merchandising textil. Adicionalmente se creó la campaña de responsabilidad social “Baños Limpios”⁸⁹

En cuanto a conectividad aérea, American Airlines, United Airlines, Aeroméxico, KLM, Copa Airlines, Lufthansa, en el último año han ratificado su decisión de mejorar la conectividad aérea hacia Ecuador, con nuevas rutas, más frecuencias, mejores equipos o

⁸⁹ MINTUR. “Resultados del 2015, año de la Calidad Turística en Ecuador”. 2015 <<http://www.turismo.gob.ec/?s=calidad>>

mayor capacidad. En febrero del 2016 Jet Blue Airways inició su operación con vuelos a 38 destinos de Estados Unidos. Según la aerolínea, “la decisión de operar hacia Ecuador se debe, principalmente, a que la demanda ha crecido fuertemente en EE.UU., especialmente luego de los grandes esfuerzos de promoción realizados por las autoridades ecuatorianas en los últimos años”⁹⁰.

El gobierno ecuatoriano ha destinado recursos económicos para la operación de la aerolínea nacional TAME. Sin embargo, la empresa acumuló a fines del 2015, un déficit de 10 millones dólares⁹¹. A esto se suma la presencia de aerolíneas más competitivas que le han obligado a reducir rutas a nivel nacional e internacional.

Con el fin de explotar el potencial turístico del país, el gobierno central a través del Ministerio de Turismo, ha promovido campañas como All you need is Ecuador, Feel Again y Viaja Primero Ecuador, esta última, con el fin de fomentar el turismo interno con islas en los principales centros comerciales. El enfoque en la promoción del país como destino turístico sostenible sumada a la gestión de las empresas turísticas privadas, permitió que Ecuador reciba varios reconocimientos de gran prestigio a escala internacional, entre los que están: Ecuador mejor Destino Verde del Mundo 2014; Quito Destino Líder de Sudamérica; Finch Bay Eco Hotel galardonado como Mejor Hotel Verde del Mundo; Pacari gana 14 premios en los International Chocolate Awards 2014; Cuenca, Mejor Destino de Aventura 2014; el Mejor Tren de Lujo Líder de Suramérica 2014; y, The New York Times declaró a Ecuador como un paraíso por descubrir en el 2014. Cabe mencionar que muchos de los premios logrados han sido producto de los

⁹⁰MINTUR. “JetBlue Airways, línea aérea estadounidense llega a Ecuador”. 2016<<http://www.turismo.gob.ec/?s=jet>>

⁹¹El Comercio. “Tamecanceló la ruta Quito – Fort Lauderdale”. 18 de febrero del 2016<<http://www.elcomercio.com/tag/tame>>

esfuerzos realizados por las empresas privadas tanto en el desarrollo de su producto turístico como en su propia promoción.

En términos de inversión, a través de PROECUADOR se han gestionado convenios con países como España, con el fin de lograr un trabajo conjunto y coordinado para ser más efectivos en el apoyo de promoción comercial y de inversiones entre ambos países. Sin embargo, no ha existido una gestión diplomática específica para promocionar al Ecuador como destino de inversión turística a nivel internacional, esto se evidencia ya que dentro del listado de sectores a los que PRO ECUADOR invita a invertir no se encuentra el turismo⁹².

Actualmente, Ecuador a través de su Código de la Producción impulsa cinco tipos de incentivos: Incentivos Generales, Sectoriales, Incentivos para las Zonas Económicas de Desarrollo Especial (ZEDE), Incentivos para el Desarrollo de Zonas de Mayor Pobreza y Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas y Actores de la Economía Popular y Solidaria e Incentivos para la Innovación y Exportación de Medianas Empresas⁹³[...]

En el marco de la Ley de Turismo, “las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de incentivos como: exoneración total de los impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión; exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de

⁹²Dentro de la página web de PROECUADOR, como sectores para inversión ,únicamente se menciona a metalmecánica, forestal, petroquímica, biotecnología, farmacéutica, alimentos procesados, agroindustria y servicios (software y logística)

⁹³ MINTUR. “Ecuador Tierra de Oportunidades para la Inversión Turística” <<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-tierra-de-oportunidades-para-la-inversion-turistica>>

turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo(...)Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales; acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio de Turismo. Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones”.⁹⁴

b) Potencial turístico del Ecuador

El turismo en Ecuador se basa en su alta diversidad cultural, paisajística, histórica y natural. La fortaleza radica en la riqueza natural y los valores culturales de los habitantes⁹⁵

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos. El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca.

Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la

⁹⁴ LEY DE TURISMO (Quito 2002), 5 < www.lexis.com.ec>

⁹⁵ MINTUR y BID *Plan de Turismo 2020 (PLANDETUR)* (Quito 2007)

diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afroecuatorianas.⁹⁶

Según datos del Ministerio de Turismo, el Ecuador tiene el potencial de posicionarse como el país más megabiódico del planeta, ya que cuenta con la mayor biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial. Esta megabiódico se expresa en la variedad de atractivos naturales y culturales, ubicados en sus cuatro mundos o regiones turísticas: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía. Esta diversidad resulta más atractiva por ser un país de dimensiones comparativamente reducidas que permiten desplazamientos internos relativamente cortos en sus aproximadamente 256.000 Km². El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su megabiódico. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60 y el 70% de la biodiversidad del planeta⁹⁷.

Dentro del PLANDETUR 2020, elaborado en el año 2007 por el MINTUR con la cooperación técnica del BID, se establecen como políticas principales de Estado para el turismo, lideradas por el Ministerio de Turismo de Ecuador, a las siguientes: “El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio”⁹⁸; la gestión del turismo en Ecuador busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente; se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo

⁹⁶ *Ibíd.*

⁹⁷ *Ibíd.*

⁹⁸ Al ser una cita textual no es posible actualizarla. Se debe tomar en cuenta que en el 2015 en la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, los Estados Miembros de la ONU aprobaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que incluye 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

equilibrado del territorio; Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto; Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo [...]

c) Portafolio de productos turísticos del Ecuador

Dentro de los productos turísticos del país, el Ministerio de Turismo ha definido con mayor potencial al turismo de sol y playa realizado por familias; el turismo comunitario⁹⁹ en el que se proyectan más grupos definidos por su etnia, religión o estructura social que exigirán ser reconocidos y considerados importantes con sus propios derechos especiales; el crecimiento del turismo cultural a medida que madure la generación de los babyboomers¹⁰⁰; mayor popularidad en el segmento del ecoturismo; despunte del turismo de deportes y aventura en el mercado orientado a los solteros, al igual que las parejas no casadas y sin hijos; interés por el turismo de salud especialmente en lo relacionado al termalismo; expansión en agroturismo en donde los agricultores establecerán mercados para vender sus productos a sus habitantes; expansión geográfica y de la actividad relacionada al turismo de reuniones, lo que fomenta el establecimiento de empresas en lugares de destino de vacaciones, prolongando las temporadas y manteniendo el empleo a tiempo completo en los destinos turísticos.

⁹⁹ La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) concibe el turismo comunitario como “toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales (PLANDETUR)

¹⁰⁰Personas que nacieron durante el “baby boom” entre los años 1940 y fines de la década de los 1960 especialmente en los países anglosajones.

Hasta el 2017 el Gobierno Nacional planteó incentivar el turismo de negocios y aumentar del 40% al 50% de eventos. Generar 57 millones de dólares de impacto directo, y \$30 millones de dólares de impacto indirecto por eventos. Ubicar al Ecuador en la posición número 45 del mundo y en la posición número 6 en América Latina. (2014 Ecuador está en el puesto 57 en el mundo y 10 en América Latina)¹⁰¹.

Tabla 11: Líneas y Variedad de Productos Específicos del Ecuador

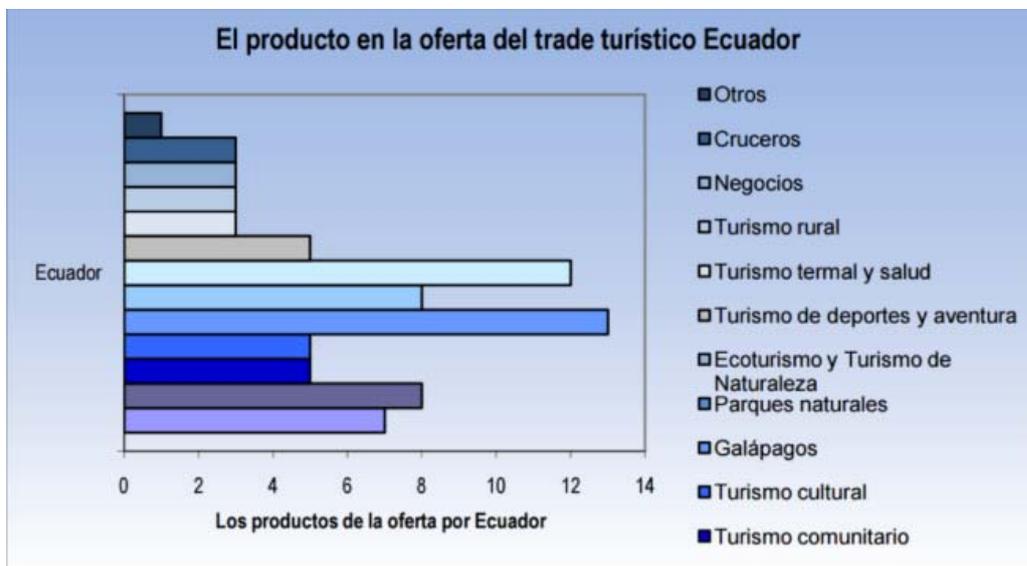
Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales
Sol y playa	Sol y playa		Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales		Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	Haciendas históricas		Turismo de convenciones y congresos

Fuente: PLANDETUR 2020 - Elaborado por: MINTUR

De acuerdo a cifras del Plan de Marketing Turístico del Ecuador, a nivel local, productos turísticos de preferencia para los turistas internacionales son Galápagos en primer lugar, seguido por ecoturismo y turismo de naturaleza.

¹⁰¹ MINTUR. “Ecuador es reconocido como un excelente destino para inversiones”. 2015 <<http://www.turismo.gob.ec/?s=destino>>

Grafico 8: Trade Turístico



Fuente: PLANDETUR 2020. Elaborado por: MINTUR

2. Límites y oportunidades de la política pública del gobierno frente al sector turístico en el período 2006-2014

No cabe duda que las fortalezas del Ecuador como potencia turística son evidentes: cuenta con diferentes climas, ambientes (urbano, rural), reservas ecológicas, parques nacionales, áreas protegidas; se trata de un país multiétnico y pluricultural con variedad de recursos naturales y biodiversidad además de su diversidad gastronómica y cultural. El nivel de hospitalidad es alto y existe una competitividad en costos frente a otros destinos más lejanos. Su localización geográfica es estratégica y su extensión permite recorrer el país en poco tiempo.

Por otra parte, el sector turístico aún presenta debilidades que no ha podido superar por completo. Existe una deficiente calidad de los servicios especialmente en

zonas rurales y muy poca preparación en idiomas extranjeros. La falta de continuidad en las políticas turísticas es evidente al igual que la deficiente infraestructura turística. Los operadores turísticos facilitan el acceso de turistas a los atractivos más explotados en lugar de diversificar la oferta fomentando la gran concentración de la demanda en un número limitado de destinos. No hay una estandarización de tarifas en ninguno de los servicios turísticos. No existe agua potable ni disposición adecuada de desechos en la mayoría de los puntos turísticos del país. La comercialización de los atractivos turísticos es insuficiente.

El desarrollo turístico sobre todo en las poblaciones pequeñas aún se ve afectado por la desarticulación de los actores privados y público y la carencia de gestión directa por parte de los gobiernos locales en materia de turismo. Únicamente las ciudades grandes como Quito, Guayaquil y Cuenca cuentan, o están en proceso de creación de empresas de gestión turística, lo que permite potencializar de manera directa los atractivos turísticos propios.

Si tomamos en consideración los recursos para las acciones necesarias vemos que, a pesar de que el turismo es considerado como uno de los ejes de desarrollo nacional, el Ministerio de Turismo aún no logra una posición protagónica en la política pública ecuatoriana. Los recursos destinados en el 2014 fueron de apenas el 4% del presupuesto del Consejo Sectorial de la Producción, Empleo y Competitividad y el 0,2% del presupuesto general del Estado¹⁰², el presupuesto más bajo entre los países analizados en este documento¹⁰³, lo cual limita visiblemente la ejecución de acciones estructurales como la creación de facilidades turísticas, gestiones en conectividad e innovación, entre otros.

¹⁰² Ministerio de Finanzas *Proforma del Presupuesto General del Estado para el 2014*(Quito 2013).

¹⁰³ Referirse a la Tabla 6 de este documento

Tabla 12 – Presupuesto destinado a Turismo

PRESUPUESTO DEL ESTADO (millones de dolares)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL	18.833,80	20.894,50	24.749,10	27.579,40	33.890,40	37.735,60	35.745,10	29.835,00
TURISMO	18,90	18,00	37,40	46,40	36,60	68,10	45,00	15,63
% sobre el total	0,10%	0,09%	0,15%	0,17%	0,11%	0,18%	0,13%	0,05%

Fuente: Ministerio de Finanzas y Observatorio de la Política Fiscal

Elaborado por: Vanessa Salvador

En Ecuador, el presupuesto para la gestión turística está financiado por el Estado, siendo vulnerable a la definición de prioridades en donde se destinen los recursos a otras acciones según las necesidades del país. En este sentido, se podría tomar como referencia modelos como el de Colombia en donde el gobierno nacional promueve la ejecución de proyectos conjuntos y complementa su presupuesto con recursos del Fondo de Promoción Turística, en donde la participación del sector privado va más allá del aporte parafiscal ya que incluye la propuesta de proyectos para ser implementados si cumplen con las condiciones necesarias. Los proyectos pueden contar con asesoría del fondo como otro de sus beneficios al sector privado.

Si bien es cierto, Ecuador cuenta con un Fondo de Promoción Turística, el mismo que se financia con la tasa Ecu Delta que es un aporte por salida del país¹⁰⁴, es destinado únicamente para compañías de promoción. Además, el gobierno a través del Ministerio de Turismo creó “Potencia Turística”, un nuevo impuesto de 10 dólares por la emisión de cada pasaje aéreo que se emita en el exterior y tenga como destino Ecuador¹⁰⁵. En este contexto se evidencia la continuidad de estrategias centradas en lo impositivo más allá de la búsqueda de gestión público privada para financiar la promoción del destino Ecuador.

¹⁰⁴MINTUR *Reglamento General del Fondo de Promoción Turística* (Quito. 2005), 18

¹⁰⁵El Mercurio. “Ajuste de Tarifas en cada pasaje aéreo” (Quito 2015) <<http://www.elmercurio.com.ec/466241-ajuste-de-tarifas-en-cada-pasaje-aereo/#.Vj-FZrcvfBQ>>

Por otra parte, existe el compromiso político de “trabajar para que la actividad turística sea el eje fundamental del cambio de la matriz productiva”¹⁰⁶, sin embargo en los últimos 10 años de gestión, no se han evidenciado acciones ni estrategias específicas en este sentido, lo contrario sucede en Colombia, en donde se incluyó al turismo de naturaleza y al de salud y bienestar puntualmente en el Programa de Transformación Productiva para que sea objeto de apoyo y asistencia técnica en coordinación con otros Ministerios.

En el Ecuador, en los últimos años no se ha evidenciado una articulación con actores privados y públicos a través de espacios de opinión o consulta, lo que incide en problemas de gestión en aspectos claves para las actividades turísticas como la seguridad, la identidad cultural, el servicio de transporte, la capacitación turística de la policía, creación de corredores peatonales y facilidad de accesos a los potenciales atractivos, estandarización de tarifas, mejoramiento y acceso a la tecnología, entre otros.

Por último, pero sin ser menos importante, es necesario tomar en cuenta el escaso desarrollo del mercado interregional para los servicios turísticos, debido en muchos casos a las dificultades de acceso o simplemente a la falta de coordinación de estrategias conjuntas.

En este escenario, el Ecuador todavía cuenta con una amplia gama de oportunidades para su desarrollo turístico, partiendo de la necesidad de mantener el enfoque en un modelo similar al de Costa Rica: consciente, comunitario, de naturaleza y aventura, evitando así la explotación innecesaria de los recursos naturales, como lo que sucede en destinos como el Caribe y México.

¹⁰⁶MINTUR “El turismo será el eje del cambio de la matriz productiva” <<http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-sera-el-eje-del-cambio-de-la-matriz-productiva-en-ecuador/>>

Por otra parte, el turismo de reuniones es uno de los sectores de mayor desarrollo. Al igual que Argentina, Ecuador puede generar una estrategia de país y aprovechar la infraestructura en desarrollo como es el caso del centro de convenciones a ser construido en el 2016 en Quito, así como la Fábrica Textil Imbabura¹⁰⁷ lugar en el que se ha realizado una inversión importante y que requiere mayor gestión ya que actualmente se potencializa el museo, mas no el centro de convenciones que la compone.

Sin embargo, dicha estrategia va de la mano de la atracción de inversiones turísticas nacional y extranjera para incrementar la capacidad hotelera en las ciudades principales del país y desde ahí generar oportunidades para las zonas rurales cercanas de acuerdo a sus capacidades propias. La inversión en infraestructura atada al turismo de negocio garantiza poca dependencia sobre un sector económico definido ya que el turismo de negocios abarca cualquier sector que requiera el intercambio de conocimiento o intereses comerciales, lo que permite que siempre exista la posibilidad de atraer congresos o convenciones de gran magnitud que incrementen el gasto del turista y aporten a la economía local.

El Ministerio Coordinador de la Producción presentó en el mes de octubre del 2015, el mecanismo de alianzas público privadas, el mismo que tiene el fin de incorporar la participación del sector privado en proyectos públicos “El proyecto tiene por objetivos atraer inversión nacional y extranjera para la implementación de obras públicas prioritarias; fomentar el financiamiento externo de empresas, bancos y otras instituciones y facilitar el financiamiento interno y del mercado de valores”¹⁰⁸. Una vez

¹⁰⁷ Antigua Fábrica Textil Imbabura. Con más de 16 millones de dólares en restauración, el lugar cuenta con auditorio, museos, centro de convenciones, centro de fomento productivo y servicios turísticos, mediante el financiamiento conjunto entre el Gobierno Central y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Antonio Ante.

¹⁰⁸ El Comercio. “Proyecto de Ley Alianza Público Privada”(Quito Octubre 2015) <<http://www.elcomercio.com/actualidad/rafaelcorrea-proyectodeley-alianzas-inversion-negocios.html>>

implementado y evidenciados sus beneficios, el Ecuador podría contar con nuevas oportunidades de crecimiento en el sector, a través de la inversión en proyectos turísticos que guarden coherencia con el modelo de desarrollo turístico actual.

En cuanto al desarrollo turístico comunitario del país, al 2007 el Ecuador contaba con más de 30 proyectos de turismo comunitario entre los cuales están: el Centro Turístico Runa Huasi, Alukus, Machacuyaku, Chuva Urco, Río Negro, Galeras, Salazar Aitaca, Capirona, Pacto Sumaco, Huasila Talag, Valle Hermoso Pavacachi, Curaray “Liquino”, Cotococha Sharayi, registrados como miembros de la FEPTCE. Algunos de los proyectos de turismo comunitario exitosos en la Amazonía son Ricancie, Napo Lodge, Kapawy, y Pavacachi¹⁰⁹. Al 2010 la lista de los programas de turismo comunitario ya había aumentado considerablemente en busca de atender a un mercado de 10.000 turistas en el país; solo en la FEPTCE registró 101 comunidades con programas de diferentes etapas de implementación, 16 comunidades en la Costa, 33 en la Amazonía y 52 en la Sierra. En otro portal de turismo comunitario, de la Redturs (Red de Turismo Comunitario de América Latina), se presenta una lista de 52 comunidades, muchas de las cuales no están incluidas en la lista de la FEPTCE.¹¹⁰

Esta realidad hace imprescindible que los inversionistas tanto locales como extranjeros se identifiquen con este tipo de iniciativas productivas para canalizar los recursos que fomenten el turismo comunitario. Es importante además tomar en cuenta que el turismo no es una fuente única de generación de ingresos para las comunidades y que estas dependen de la articulación de productos complementarios en las cadenas de valor.

Existen proyectos exitosos como Napo Wildlife Center, parte del parque Nacional Yasuní, en la provincia de Orellana, que tuvo su inicio en el año 1998 con la

¹⁰⁹ MINTUR y BID *Plan de Turismo 2020 (PLANDETUR)* (Quito 2007), 95

¹¹⁰ De la Torre Stella, *Turismo comunitario, ¿otro sueño inalcanzable?* USFQ y Fundación VIHOMA, 2010

participación de ocho socios, líderes comunitarios, que buscaban, a través del turismo comunitario, beneficiar a sus 170 habitantes. En el 2004 se dio inicio a las operaciones internacionales del Napo Wildlife Center. Hasta el momento tiene más de una docena de reconocimientos internacionales por el manejo de sostenibilidad.

Desde hace algunos años el Ecuador ha contado con clusters turísticos especializados en rutas de avistamiento de aves o turismo de aventura. En este tiempo, en el que el estado ecuatoriano cuenta con menos recursos para apoyar a la competitividad de las empresas, se presenta la necesidad de generar clusters especializados en otras variantes, por ejemplo en turismo de reuniones, turismo gastronómico y otros.

Dentro del marco de gestión empresarial también se encuentra la Responsabilidad Social Corporativa en donde los negocios tienen la obligación de proteger a los que trabajan para ellos y a las comunidades y respetar el medio ambiente¹¹¹, entre otros, lo cual bien canalizado, puede significar una gran oportunidad para que las empresas tanto nacionales como extranjeras generen compromisos y acciones precisas en el marco de una normativa de turismo sostenible promovida por el Estado.

Desde el ámbito de promoción turística, la ejecución de las campañas promocionales, permite contar con una imagen de país y con cierto posicionamiento en la mente de los turistas especialmente estadounidenses y europeos. La generación de oferta turística debe estar acompañada por la continuidad en promoción del destino en los principales mercados. En este sentido, las acciones de promoción deberían ser siempre coordinadas con el sector privado para abaratar costos y generar mayor impacto por ejemplo en ferias.

¹¹¹Hall Mickael, Gosslin Stefan, Daniel Scott *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability* (s. l y s.f)

Una de las acciones más importante de desarrollo turístico y que integra el turismo de lujo, el de reuniones, el comunitario, el agrario entre otros, se da a través de las rutas del Tren (Ferrocarriles Ecuador), ya que dicho medio de transporte es una herramienta para lograr el acceso de los turistas a espacios poco desarrollados. El reto es lograr la autosostenibilidad de la operación del tren y de los lugares que ofrecen servicios al turista en las diferentes paradas.

Ecuador tiene lo necesario para aprovechar las nuevas tendencias a nivel mundial en donde el viajero busca experiencias e historias en los destinos que visita (gastronomía, paseos en bicicleta, vida comunitaria, entre otros). Es importante aprovechar además del crecimiento de la demanda del turismo rural y ecoturismo para la generación de nuevos productos turísticos exclusivos y diferentes.

Es de vital importancia revisar la situación actual del país en donde la limitante más grande es la escasez de recursos económicos. Al 2016, el presupuesto general del Estado es 17% menor al 2015 y el presupuesto destinado a turismo es apenas del 0,05% (detalle en el Anexo 2). En este escenario es imprescindible la gestión conjunta con el sector privado y la generación de acciones coordinadas entre países vecinos en el marco de los organismos regionales.

3. Experiencia en desarrollo turístico de la ciudad de Quito

En concordancia con los ejes de desarrollo de la ciudad de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico –Quito Turismo, a través de su Plan Estratégico (2012-2015), ha planteado objetivos y estrategias que han permitido alcanzar logros importantes para la ciudad, algunos se detallan a continuación:

- Uno de los logros principales es la gestión con los empresarios privados que cuentan con las herramientas e implementación para productos turísticos innovadores pero que requieren el aval y la gestión de Quito Turismo como Municipio para poder implementarlos. A través de esta cooperación entre entidades públicas y privadas se han llevado a cabo con éxito proyectos como: Quito Tour Bus, Bucket Pass y en marcha se encuentra la reactivación de la Cervecería Franciscana,
- Desde el Municipio de Quito se coordinan, comercializan y promueven 14 rutas turísticas hacia las zonas rurales y áreas protegidas cercanas a la ciudad en donde los servicios de alimentación y hospedaje son entregados únicamente por las comunidades.
- Por otra parte, Quito ha implementado el Producto Culinario a través del cual se preservan las tradiciones de la ciudad como uno de los atractivos turísticos de la misma premiando a los establecimientos turísticos que las promueven. En esta misma línea se adecuaron y activaron algunos mercados del centro de la ciudad como atractivos turísticos.
- Se ha implementado facilitación turística en el Noroccidente de Quito a través de miradores y señalética en la Subcuenca del Río Pachijal. Además existe una coordinación continua con las comunidades de áreas protegidas como: Mashpi, Yunguilla y Corredor del Oso.
- Proyectos como la Nueva imagen de la Plaza Yerovi, la rehabilitación de la Plaza Chica y el proyecto Manos en la Ronda, han permitido reactivar el turismo durante horas del día.

- Como impulso a la Calidad, 210 establecimientos turísticos han obtenido el reconocimiento del Distintivo Q bajo las normas de sanidad, seguridad y servicios establecidas para el efecto.
- Alrededor de 1000 personas se capacitaron en servicio turístico e idiomas durante el 2014 y 2015 se firmaron convenios con 10 universidades del país para capacitación y gestión conjunta
- Desde el Municipio a través de Quito Turismo se realizan constantes inspecciones a establecimientos turísticos. En 2014 la inspección llegó a 6294 establecimientos.
- Adicionalmente, durante el 2014 se instauró el Comité de Seguridad Turística entre Quito Turismo, el Ministerio de Turismo, el Ministerio Coordinador de Seguridad, ANT, Bomberos y varias embajadas. En cuanto a la promoción del destino, desde el Municipio a través de Quito Turismo se ha gestionado la intervención de prensa internacional, con un valor mediático de aproximadamente 15 millones de dólares y con una inversión de apenas USD 37.000 en el último año. Al 2015 varios medios de comunicación internacionales de gran relevancia recomendaron a Quito como destino turístico.
- Durante el 2014 se define la construcción de un Nuevo Centro de Convenciones de Quito el mismo que será construido y operado por el sector privado con el fin de ofrecer espacios más adecuados a las necesidades del mercado de turismo de reuniones.
- Quito fue sede de 134 eventos y congresos internacionales en el 2014

Por tres ocasiones seguidas Quito alcanzó la categoría de Destino Líder en Sud América en los premios World Travel Award

Las acciones de Quito en ámbito de turismo han permitido que la ciudad sea un referente para nueva iniciativas de institucionalización de la política turística como son los casos de Guayaquil y Cuenca. Existe una gran oportunidad de desarrollo turístico en los Gobiernos Autónomos Descentralizados que han tomado como referente las acciones de Quito y que han identificado el potencial de sus propios atractivos turísticos y potencial de gestión institucional.

CONCLUSIONES

Después de la revisión de la situación actual del turismo a nivel mundial y de América Latina, es necesario concretar las lecciones o experiencias que han dejado los procesos locales e internacionales en materia turística y cómo estas pueden ser aplicables al Ecuador.

Especialmente en la coyuntura actual, en donde el bajo precio del petróleo afecta directamente a la economía ecuatoriana, el turismo presenta una gran oportunidad de desarrollo. Este sector se podría convertir en un eje fundamental de la política pública, sobre todo si se piensa a futuro en un país menos dependiente del petróleo, que incluya un incremento en los niveles de inversión nacional y extranjera, el desarrollo de puertos y de la infraestructura necesaria. El reto está en generar la oferta adecuada para atraer a los turistas de mayor poder adquisitivo y beneficiar a las comunidades.

En países no petroleros, el desarrollo turístico ha sido una de las mayores fuentes de ingreso, permitiéndoles adaptarse a cambios económicos y políticos locales y mundiales, fluctuaciones de precios, catástrofes naturales, entre otros.

Todos los países analizados destinan un porcentaje de su presupuesto para el turismo mayor que el de Ecuador y muchos de ellos tienen claros beneficios para la inversión tanto local como extranjera en el sector, por lo tanto una de las mayores lecciones para el Ecuador debe ser el considerar al turismo como una herramienta real de generación de empleo y reducción de pobreza, más allá de lo teórico y concretar compromisos con el sector privado para lograrlo, es decir, promover la inversión nacional y extranjera en infraestructura y operación turística, empoderar a las operadoras para el fomento del turismo comunitario y de aventura, capacitar al sector para mejorar la calidad

del servicio y educar a la ciudadanía para lograr la excelencia en el trato y servicio al turista, entre otros.

A nivel regional, en el 2014, América del Sur tuvo el ingreso por turismo más alto en los últimos 6 años, pero continúa ocupando el último puesto en comparación con otros continentes. Tomando en consideración la proyección al 2030, realizada por la OMT, se estima que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes duplique el de llegadas a economías avanzadas, lo cual implica una oportunidad para la región en el desarrollo de todos los modelos del sector turístico.

La región de las Américas y sobretodo América Latina tiene un gran potencial para impulsar el desarrollo del turismo, logrando que se constituya en un instrumento de inclusión social que genere empleos y mejore la calidad de vida de la población dentro de un marco de sostenibilidad. Para ello es importante considerar, dentro de las estrategias de cada país el desarrollo y mejoramiento de las infraestructuras conectividad y servicio. Es momento para que las iniciativas de la CAN, el Mercosur y la UNASUR se concreten y complementen la política turística de cada país.

En términos generales existe expectativa de que el turismo sostenible sea un instrumento que aporte a la creación de riqueza, a la reducción de la pobreza y para la construcción de sociedades más democráticas y equitativas. Por lo tanto, el Ecuador puede impulsar políticas que sean sostenibles, mejoren la calidad de la vida de la gente, y aporten al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En esta línea se desarrollan el turismo de aventura, comunitario, ecológico, cultural, que además son parte, en menor o mayor medida, de la oferta de todos los países de América del Sur y que por lo tanto deben ser impulsados a través del esfuerzo conjunto.

En la actualidad el interés en la sostenibilidad del turismo crece en muchas empresas del sector privado y en el mercado de turistas, factor que se debe tomar en cuenta para persuadir a la industria del turismo a innovar la oferta turística, y así lograr que el turismo se convierta en una alternativa para desarrollar la economía, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

Hemos visto que en países como Argentina y Colombia, el agroturismo y el turismo rural son parte de la política turística, lo que prueba que se trata de un segmento exitoso y en constante crecimiento, generando ingresos para las comunidades que dependen de la articulación de productos complementarios en las cadenas de valor. En Ecuador, existen claros ejemplos de impulso al turismo sostenible que pueden complementarse con estrategias de desarrollo alineadas a la producción local, como es el caso de las rutas del café, rutas del chocolate, artesanías, rutas termales, etc. Inclusive el turismo de sol y playa y de naturaleza en Ecuador puede contar con una participación importante de las comunidades locales.

Un breve análisis de las acciones del gobierno ecuatoriano en los últimos 10 años permite concluir que han existido importantes iniciativas de posicionamiento del país y sus atractivos a nivel regional e internacional, a las cuales se ha destinado la mayoría del presupuesto del MINTUR. Además la infraestructura en carreteras de cierta manera ha permitido el acceso a áreas con potencial turístico importante y la provisión de servicios para el turista. Por otra parte, es importante destacar las iniciativas de capacitación y mejoramiento continuo en el servicio al turista. Sin embargo, en el último periodo, no ha sido evidente la inversión en infraestructura turística especialmente en las zonas con potencial de desarrollo. La concentración de turismo continúa en Galápagos y las ciudades principales haciendo necesaria la intervención del gobierno para generar

acciones que canalicen el turismo a regiones más vulnerables. El financiamiento para el crecimiento del sector ha sido limitado, sin una estrategia clara, lo cual se evidencia en las limitaciones de las líneas de crédito desde la banca pública para proyectos turísticos. Finalmente y quizás lo más relevante ha sido la falta de interacción con el sector privado, concentrando la responsabilidad de las acciones de desarrollo turístico casi completamente en el gobierno y limitando la generación de sinergias entre todos los actores involucrados en el sector.

En definitiva, las acciones realizadas en los últimos años no han representado un aumento real en la participación del PIB y no se ha logrado incrementar de manera significativa el gasto del turista,

Ecuador no es un país cuyo modelo de desarrollo turístico se centra en el turismo masivo, pero tampoco está claramente definido un modelo con líneas y productos turísticos sostenibles. Las estrategias planteadas en los documentos de planificación turística como el PLANDETUR, abarca todos los tipos de turismo conocidos al momento sin mayor énfasis en aquellos relacionados al turismo sostenible. El Ecuador puede replicar el modelo costarricense, en donde se aplica una estrategia clara, a largo plazo, de desarrollo turístico sostenible, a través del impulso al turismo y su relación con los recursos locales. Este modelo es capaz de evitar el crecimiento del turismo de masas poco sostenible y al mismo tiempo reemplazar o garantizar fuentes de ingreso importantes.

Con un modelo de turismo sostenible y alternativo el Ecuador puede convertir al turismo en fuente importante de ingresos. Sin bien es cierto, existen limitaciones en cuanto a la capacidad de ciertos lugares para albergar grandes cantidades de turistas, el turismo comunitario, rural, de naturaleza permite atraer turismo con un poder adquisitivo

alto que promueve el desarrollo de pequeñas industrias como alimentos, artesanías, bienestar que en muchos casos son operadas por las mismas comunidades.

La gestión del desarrollo rural comunitario, de aventura, ecológico, debe ser parte de otros segmentos, por ejemplo, el turismo de negocios, que garantiza un gasto superior pero que al mismo tiempo tiene la versatilidad de ser diseñado para un grupo específico de personas, que puede incluir experiencias locales propias del destino.

El turismo de negocios puede complementar el modelo de desarrollo turístico del Ecuador promoviendo la actividad comercial a través de la atracción de eventos que impliquen asistentes de alto poder adquisitivo.

Modelos como el de México y la mayoría de las islas del Caribe reducen las posibilidades de otras formas de desarrollo turístico, basadas en el pequeño y mediano empresario local y en las iniciativas comunitarias. Es importante para el Ecuador tomar en cuenta esta realidad con el fin de no perder de vista los avances que se han generado en términos de sostenibilidad, como es el caso de los hoteles de lujo, que preservan espacios naturales como Napo o Mashpi. Una de las herramientas es la diversificación del producto turístico, de tal forma que el turismo masivo pueda ser complementado con otras alternativas y hacerlo mucho más eficiente y atractivo a las nuevas demandas de los turistas.

Ecuador puede aprender de los esfuerzos de Honduras por involucrar a las diferentes instituciones gubernamentales y seccionales, en la construcción de estrategias y políticas para el turismo sustentable y así asegurar la coordinación efectiva de acciones, que permita dar fuerza al turismo como herramienta de desarrollo económico y social. Una de las acciones más importante dentro de la institucionalidad hondureña ha sido la coordinación de la política pública, a través de las comisiones municipales de desarrollo

turístico, que cuentan con el liderazgo directo del Alcalde, lo que permite la implementación de estrategias coordinadas entre varios entes de una misma ciudad. El Ecuador ha dado pasos certeros con la creación de empresas municipales de gestión de destino turístico, sin embargo aún es necesario coordinar acciones concretas entre las mismas, en temas de atracción de inversiones y promoción del país y para eso se necesita mayor involucramiento político.

La normativa es un elemento fundamental en la implementación de una política pública completa. Una práctica importante de Colombia, en este sentido, es la regulación del turismo de aventura, lo cual debe ser replicado en Ecuador, más aun sabiendo que el país cuenta con una amplia gama de productos en esta línea.

Otra de las lecciones que deja Colombia y quizás de gran importancia, es la dinámica de su Fondo Nacional de Turismo, que trabaja de manera coordinada con ProColombia y otros ministerios y cuenta con los recursos para entregar a sus aportantes beneficios claros. En el Ecuador se ha debilitado de manera evidente el trabajo conjunto de las instituciones estatales con la empresa privada y los recursos que se generan a través de los impuestos son entregados únicamente a la promoción del destino, sin involucrar al sector privado en el desarrollo de proyectos e iniciativas para el crecimiento turístico.

El reto para el Ecuador es generar apertura a la inversión privada extranjera y local en turismo y aumentar la oferta turística, sin afectar la generación de empleo local, la permanencia de los recursos económicos en el país y el equilibrio de la naturaleza. En el país se han realizado esfuerzos por dinamizar la atracción de inversiones través del proyecto de alianzas público privadas, líneas de crédito y la creación de direcciones de inversiones dentro de las empresas públicas. Sin embargo aún está pendiente la coordinación interinstitucional y los recursos para definir al turismo como sector

fundamental en la atracción de inversiones. Lo contrario sucede en Colombia que mantiene oficinas de PROCOLOMBIA en el mundo y en cada una de ellas un representante del sector turístico, como estrategia fundamental de atracción de inversiones.

A pesar de que gran parte de la gestión positiva de los países analizados puede ser replicable para el Ecuador, el país cuenta con un aporte importante que ha marcado un referente a nivel regional y mundial, la evolución del turismo comunitario y el respeto a la naturaleza. Por otra parte, se debe reconocer que en los últimos 9 años, el mejor posicionamiento del país a nivel mundial ha sido evidente, incrementando en más de 60% la llegada de turistas al país¹¹². A nivel local, el Ecuador cuenta con referentes importantes en gestión turística municipal como el caso de Quito y recientemente Cuenca y Guayaquil, lo que sienta un precedente para la autogestión de las ciudades más pequeñas en materia de turismo.

Para el Ecuador, el turismo quizás no logre significar la primera fuente de ingresos, pero con la gestión adecuada tanto a nivel público como privado, puede aumentar significativamente su contribución en el PIB nacional.

Finalmente y partiendo de que el turismo es una actividad que supone casi el 10% del PIB mundial, en la cual se prevé llegar a 1.800 millones de viajeros en 2030, como se menciona previamente en este documento, y que muestra un crecimiento importante en todas sus variantes: aventura, sol y playa, cultura, ecoturismo, compras, comunitario, queda la interrogante sobre la sostenibilidad del turismo. ¿Cómo evitar caer en la sobre ocupación de los espacios, contaminación del paisaje urbano; rechazo de los habitantes a su propia ciudad por saturación turística, desgaste del patrimonio? Es necesario replantear

¹¹² De acuerdo al documento “Panorama del Turismo Internacional de la OMT” EL Ecuador en el 2007 recibió 953.000 turistas.

la manera en la que la ciudad se ofrece al turista para potenciar un enfoque en lo propio, desde lo social, cultural, patrimonial y natural. En este escenario la política pública juega un papel fundamental en la calidad del servicio y la imagen, las ciudades y sus alrededores y el bienestar de los habitantes.

El crecimiento del turismo a nivel mundial ofrece nuevas oportunidades de desarrollo, pero al mismo tiempo trae retos importantes, tomando en consideración que hablamos de turistas más exigentes, más informados, con mayores alternativas y más tiempo para vacaciones. La presión de los países por atender esta demanda puede implicar amenazas al medioambiente y a las comunidades locales si no existe una política pública clara y eficiente y una institucionalidad que garantice su aplicación.

BIBLIOGRAFIA

- BancoMundial. Indicadores del desarrollo mundial. 2015. (s.l 2016)<http://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.ARVL>
- Brida Juan Gabriel, Pablo Daniel Monterubbianesi, Sandra Zapata-Aguirre. *Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia*. Revista PASOS, volumen 9, 2011,292
- CEPAL, *Política Tributaria para mejorar la inversión y el desarrollo en América Latina*. Santiago de Chile, 2013.
- CEPAL “La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe” (s.l 2008)<http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2009/03630.pdf>
- CEPAL *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2015* (Santiago 2015)
- Confederación de Empresarios de Andalucía. “Invierta en Iberoamérica” http://www.cea.es/portal/novedades/2012/GuiaInversiones/america/costarica/incen_tivos_nacionales_inversion.html
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. *Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y desarrollo sostenible* (Ginebra 2013)
- Concejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador “Ecuador: Viviendo el turismo consciente” <<http://blog.cemdes.org/noticias/item/819-ecuador-viviendo-el-turismo-consciente.html>>
- Comunidad Andina de Naciones <<http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=85&tipo=TE&title=turismo>>
- Cordero Allen, *El turismo y la dependencia norteamericana* Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe Nro. 6, Flacso, Caracas, 2003.
- Dredge Dianne, John Jenkins edit *Stories of Practice: Tourism Policy and Planning. New Directions in Tourism Analysis*. Ashgate(s.l.s.f)
- De Esteban, Javier. *La Demanda Del Turismo Cultural Y Su Vinculación Con El Medio Ambiente Urbano: Los Casos De Madrid Y Valencia* (Madrid 2007)
- De la Torre Stella, Turismo comunitario, ¿otro sueño inalcanzable? USFQ y Fundación VIHOMA, 2010
- Ecuador inmediato “Ecuador participa en la II Reunión de Autoridades de Turismo de Suramérica (23 de agosto del 2013)<http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=202995&umt=unasur_busca_afianzar_una_vision_turistica_regional>
- El Mercurio. “Ajuste de Tarifas en cada pasaje aéreo” (Quito 2015) <<http://www.elmercurio.com.ec/466241-ajuste-de-tarifas-en-cada-pasaje-aereo/#.Vj-FZrcvfBQ>>
- El País, *El desafío del turismo masivo* (9 de agosto 2015) http://internacional.elpais.com/internacional/2015/08/07/actualidad/1438950084_479140.html
- El Universo *Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014* (9 de abril del 2015) <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/09/nota/4749676/turismo-dejo-14872-millones-ingresos-ecuador-2014>

- El Comercio. "Tame canceló la ruta Quito – Fort Lauderdale". 18 de febrero del 2016
<<http://www.elcomercio.com/tag/tame>>
- El Comercio. "Proyecto de Ley Alianza Público Privada" (Quito Octubre 2015)
<http://www.elcomercio.com/actualidad/rafaelcorrea-proyectodeley-alianzas-inversion-negocios.html>
- Flores Madrid en Barbini, Bernarda y otros *Gobernanza turística y desarrollo local. Mar del Plata frente a estrategias de reconversión incluyentes* Universidad Nacional del Mar del Plata (Argentina. 2013)
- Gutiérrez Torres Alejandra y otros. *Análisis Del Sector Turístico Como Clave Para La Definición De Estrategias De Mitigación Y Adaptación Al Cambio Climático En La Costa De Nayarit* Universidad Autónoma de Nayarit (México 2013)
- García Sánchez Antonio *El Turismo Cultural y el de Sol Y Playa: ¿Sustitutivos o Complementarios?* Cuaderno de Turismo Universidad Politécnica de Cartagena. 2003
- Hall Mickael, Gosslin Stefan, Daniel Scott edit *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability* (s. l y s.f)
- Hobsbawn en Filardo Verónica *Impactos Socio-territoriales del Turismo*. Tesis Doctoral. Universidad de Granada (s.l. 2006)
- International Congress and Conventions Association *Ranking respecto al número de eventos internacionales desarrollados en el país*. Statistics Report 2014.
- Impulso negocios. "Los países miembros de UNASUR formarán una red sudamericana de turismo" (29 de marzo del 2015)
http://www.impulsonegocios.com/desarrollo/desarrollo/contenidos/2013/04/02/Editorial_24823.php
- Jorrat, Claudio Agostini y Michel. *Política tributaria para mejorar la inversión y el crecimiento en América Latina*. CEPAL (Santiago de Chile, 2013)
- Knoema. Atlas mundial de datos. 2015. febrero de 2016
<http://knoema.es/atlas/topics/Turismo>
- Lane Bernard *Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development and Conservation* Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Volumen 1, número 1 (Agosto 2005)
- Lawrence Pratt. *Logros y Retos del Turismo Costarricense* (San José, 2002)
- Ley de Turismo (Quito 2002), 5 < www.lexis.com.ec>
- MINTUR. "Resultados del 2015, año de la Calidad Turística en Ecuador". 2015
<http://www.turismo.gob.ec/?s=calidad>
- MINTUR. "JetBlue Airways, línea aérea estadounidense llega a Ecuador". 2016
<http://www.turismo.gob.ec/?s=jet>
- MINTUR. "Ecuador Tierra de Oportunidades para la Inversión Turística"
<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-tierra-de-oportunidades-para-la-inversion-turistica>
- MINTUR. "Ecuador es reconocido como un excelente destino para inversiones". 2015
<http://www.turismo.gob.ec/?s=destino>
- Ministerio de Finanzas *Proforma del Presupuesto General del Estado para el 2014* (Quito 2013).
- MINTUR *Reglamento General del Fondo de Promoción Turística* (Quito. 2005)
- MINTUR "El turismo será el eje del cambio de la matriz productiva"
<<http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-sera-el-eje-del-cambio-de-la-matriz-productiva-en-ecuador/>>

- MINTUR. *Boletín estadísticas turísticas 2010 – 2014*
- MINTUR y BID *Plan de Turismo 2020 (PLANDETUR)* (Quito 2007)
- MERCOSUR “Paraguay es sede de Reunión de Ministros de Turismo y Seminario Internacional de Rutas Multidestinos”
<http://www.mercosur.int/innovaportal/v/7151/5/innova.front/paraguay-es-sede-de-reunion-de-ministros-de-turismo-y-seminario-internacional-de-rutas-multidestinos>
- Monfor Vicente. *La Política Turística: Una aproximación*. Universitat Jaume, Cuaderno de Turismo No 6, 2000
- Observatorio de la Política Fiscal. Enero de 2016. Febrero de 2016
<http://www.observatoriofiscal.org/>
- ONU. “Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo” (s.l 1987).
<http://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>
- Organización Mundial del Turismo *Barómetro del Turismo Mundial* (España. 2009)
- Organización Mundial de Turismo *Se considera que el sector turístico incide enormemente en la Ayuda para el Comercio* (Julio 2013).
<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-07-18/se-considera-que-el-sector-turistico-incide-enormemente-en-la-ayuda-para-el>
- Organización Mundial del Turismo. *Panorama del Turismo Internacional 2015* (Madrid, 2015)
- Organización Mundial del Turismo. *Panorama OMT del turismo internacional 2013* (Madrid, 2013)
- Organización Mundial del Turismo. *Panorama OMT del turismo internacional 2012* (Madrid, 2012)
- Organización Mundial del Turismo. *Panorama OMT del turismo internacional 2011* (Madrid, 2011)
- Organización Mundial del Turismo. *Panorama OMT del turismo internacional 2010* (Madrid, 2010)
- Organización Mundial del Turismo. *Panorama del Turismo Internacional 2008* (Madrid, 2008)
- OMT “Turismo Consciente, una propuesta para amar la vida” 2011.
<http://americas.unwto.org/es/node/29619>
- Parlamento Europeo “La clave del debate” 2007
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do>
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente *Making Tourism More Sustainable. A guide for policy makers*, Trad por Vanessa Salvador (Paris, 2005)
- PROCOLOMBIA. “Otros incentivos para invertir en Colombia”
<http://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos/otros-incentivos.html>
- Russin, Vecchi & Heredia Bonett “Como invertir en República Dominicana”
<http://rvhb.com/wp-content/uploads/2013/06/Como-invertir-en-RD.pdf>
- Schenkel Erica. *El turismo social como política estatal en Sudamérica*. Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural (Argentina 2013)
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017* (Ecuador 2013)
- Sistema económico Latinoamericano y del Caribe *Análisis de las relaciones económicas de América Latina y el Caribe con el Mundo Árabe* (Venezuela 2014)

- Trucchi Giorgio. ALBASUD “República Dominicana: un desarrollo turístico a la medida del capital transnacional (s.l 2010) <www.albasud.org/noticia/es/116/rep-blica-dominicana-un-desarrollo-tur-stico-a-la-medida-del-capital-transnacional>
- United Nations World Travel Organization *Policy and Practice for Global Tourism* Tradpor Vanessa Salvador (España 2011)
- UNCTAD. *The contribution of tourism to trade and development*. Trad. Por Vanessa Salvador (Ginebra 2010)
- UNWTO. *Tourism Highlights 2015 Edition* Trad por Vanessa Salvador (España 2015)Vázquez Barquero en CEPAL *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo(2000)*
- Ventura-Dias Vivianne. *El Turismo, su cadena productiva y el desarrollo incluyente. Casos Brasil y México” Red Latinoamericana de Política Comercial* (Brasil 2011)
- Velasco María. *Sobre el turismo y la política turística*. Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid. (Madrid 2002)
- VISITCOSTARICA.http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/modEst/estudios_estadisticas.asp?ididioma=1
- World Tourism Organization. *Policy And Practice for Global Tourism* (España. 2011)
- World Travel Market “Global Trends Report” Trad por Vanessa Salvador (London 2015) <http://blogs.wtmlondon.com/wp-content/uploads/2015/11/Global-Trends-Report-2015.pdf>
- World Travel and Tourism Council. “Benchmarking Travel and Tourism” Trad por Vanessa Salvador (Mayo 2015) <http://www.wttc.org//media/files/reports/benchmark%20reports/trade%20summary%202015.pdf>
- World Travel Market. *Global Trends Report* Trad por Vanessa Salvador(London 2015) <http://blogs.wtmlondon.com/wp-content/uploads/2015/11/Global-Trends-Report-2015.pdf>
- World Travel Market. *Informe de Tendencias WTM Latin America 2015*
- WTTC, World Travel and Tourism Council. *Economic Impact 2015 Americas* (London2015)
- WTTC, World Travel and Tourism Council. *Economic Impact 2015 Ecuador* (London2015)
- WTTC, World Travel and Tourism Council. *Economic Impact 2015 Latin America* (London 2015)
- WTTC, World Travel and Tourism Council. *Economic Impact 2015 World* (London 2015)
- WTTC, World Travel and Tourism Council *Data, 2015*. <http://www.wttc.org/datagateway/>

ANEXOS

ANEXO 1: LLEGADA DE TURISTAS AMERICA LATINA (2005-2014)

LLEGADAS DE TURISTAS 2005 - 2014										
por mil	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	3.823	4.173	4.562	4.700	4.308	5.325	5.663	5.587	5.246	5.935
Colombia	933	1.053	2.115	2.168	2.303	2.385	2.045	2.177	2.288	2.565
Costa Rica	1.679	1.725	1.980	2.089	1.923	2.100	2.196	2.343	2.428	2.527
el Caribe	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	19.590	19.547	20.811	20.571	21.145	22.446
América del Sur	16.141	16.628	18.612	20.380	21.426	23.131	25.765	26.693	27.083	28.551
Honduras	673	739	831	899	870	863	931	895	863	868
México	21.915	21.353	21.424	22.637	22.346	23.290	23.403	23.403	24.151	29.091
Nicaragua	712	749	800	858	932	1.011	1.060	1.180	1.229	1.330
Perú	1.486	1.635	1.812	2.058	2.140	2.299	2.598	2.846	3.164	3.215
Republica Dominicana	3.691	3.965	3.980	3.980	3.992	4.125	4.306	4.563	4.690	5.141
Ecuador	860	841	953	1.005	988	1.047	1141	1.271	1364	1.557

Fuente: OMT; Panorama del Turismo Internacional - Edición Anual (2008 al 2015) / Boletín Estadístico MINTUR (2009 y 2014)

Elaborado por: Vanessa Salvador

ANEXO 2: DESGLOSE PRESUPUESTO MINTUR 2016

MINISTERIO DE TURISMO
PLAN ANUAL DE LA POLÍTICA PÚBLICA (PAPP)
AÑO: 2016

Suma de PRESUPUESTO ANUAL	
PROYECTO	Total
01.00.001. Programa de Excelencia Institucional	155.504,70
55.00.001 Programa Nacional de Destinos Turísticos de Excelencia	1.000.000,00
55.00.002. Proyecto para la consolidación, regulación y control turístico	600.000,00
55.00.003. Proyecto Ruta del Agua	519.800,00
55.00.004. Proyecto Implementación del Sistema Nacional de Señalización Turística	4.110.656,39
55.00.005. Programa Nacional para la Excelencia Turística	1.570.000,00
56.00.001. Programa para la selección estratégica de Áreas para la Atracción de Inversión Turística	627.965,30
56.00.002. Ecuador Potencia Turística	7.050.000,00
Total general	15.633.926,39

Fuente: MINTUR. Elaborado por: MINTUR

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/PAI-2016.pdf>

ANEXO 3: PESO DEL COMERCIO SOBRE EL PIB

COMERCIO DE MERCADERÍAS										
(% del PIB)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mundo	45,31	48,12	49,24	51,83	42,30	46,92	50,68	49,91	49,54	48,79
América Latina	40,36	40,80	39,77	40,59	32,95	33,90	36,91	37,53	37,10	37,44
Ecuador	49,12	53,08	55,31	60,99	46,31	54,75	58,98	56,00	54,86	52,99

COMERCIO DE SERVICIOS										
(% del PIB)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mundo	6,51	6,16	6,20	6,16	6,07	5,67	5,96	6,02	6,25	6,24
América Latina	11,07	11,51	12,14	12,59	11,86	11,81	11,94	12,05	12,46	13,21
Ecuador	7,63	7,24	7,42	7,23	6,34	6,44	5,99	5,71	5,88	n/d

* Comercio de mercaderías (% del PIB): El comercio de mercaderías como proporción del PIB es la suma de las exportaciones e importaciones de mercaderías dividida por el valor del PIB, todo en dólares de los Estados

* Comercio de servicios (% del PIB): El comercio de servicios es la suma de las exportaciones e importaciones de servicios dividida por el valor del PIB, todo expresado en dólares de los Estados Unidos a precios corrientes.

Fuente: Banco Mundial, Indicadores del Desarrollo Mundial

Elaborado por: Vanessa Salvador

ANEXO 4: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Fuente: Organización de Naciones Unidas

ANEXO 5: DETALLE DE ENTRADAS DE EXTRANJEROS AL ECUADOR 2014

Cuadro N° 5

**ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS Y MESES CLASIFICADOS POR PAÍS DE NACIONALIDAD
AÑO: 2014**

MERCADOS TURÍSTICOS	MESES												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
TOTAL	152.573	124.584	114.006	118.614	111.174	129.056	154.242	131.691	112.762	124.454	127.560	156.275	1.556.991
MERCADOS OBJETIVO	27.250	28.491	30.825	26.002	28.164	38.200	43.395	29.903	19.489	22.958	23.757	34.631	353.065
Estados Unidos	19.229	19.980	21.778	17.850	20.945	32.123	34.053	21.788	13.573	15.494	15.995	26.598	259.406
Canadá	3.582	3.219	3.375	3.215	2.839	2.053	2.738	2.039	1.653	2.268	2.764	3.485	33.230
Alemania	2.281	3.457	3.499	2.463	1.962	1.781	3.262	3.750	2.417	2.932	2.820	2.679	33.303
Reino Unido	2.158	1.835	2.173	2.474	2.418	2.243	3.342	2.326	1.846	2.264	2.178	1.869	27.126
MERCADOS OPORTUNIDAD	5.212	4.634	5.538	5.410	5.816	4.749	5.486	5.761	5.793	5.724	6.013	6.006	66.142
China	986	1.348	1.633	1.445	1.455	1.412	1.716	1.500	1.602	1.570	1.555	1.211	17.433
Brasil	2.147	1.656	1.766	1.679	1.961	1.232	1.666	1.790	1.788	1.850	2.029	2.208	21.772
Australia	1.104	743	1.066	1.183	1.297	1.075	1.052	1.331	1.227	1.229	1.144	1.235	13.686
Japón	511	486	558	449	429	325	385	487	482	375	432	505	5.424
India	464	401	515	654	674	705	667	653	694	700	853	847	7.827
MERCADOS NATURALES	81.337	62.158	47.557	56.310	45.523	51.449	64.650	54.399	46.050	54.462	51.937	69.744	685.576
Colombia	46.863	26.713	22.797	34.721	23.237	30.742	36.089	28.005	23.399	27.312	25.646	42.555	368.079
Perú	15.291	19.156	11.907	11.697	11.693	12.386	17.017	16.485	12.677	17.443	15.345	14.308	175.405
Argentina	11.176	6.365	5.566	3.880	4.046	2.924	4.452	3.625	3.421	3.670	4.116	5.350	58.591
Chile	4.946	7.076	3.924	2.816	3.224	2.253	3.321	3.123	3.092	2.909	2.994	4.193	43.871
México	2.080	1.931	2.369	2.269	2.282	2.232	2.764	2.208	2.349	2.261	2.897	2.332	27.974
Panamá	981	917	994	927	1.041	912	1.007	953	1.112	867	939	1.006	11.656
OTROS PAÍSES	38.774	29.301	30.086	30.892	31.671	34.658	40.711	41.628	41.430	41.310	45.853	45.894	452.208

Fuente: Bases de datos entradas y salidas internacionales - INEC 2014.

Según el boletín estadístico emitido por el MINTUR para el periodo (2010-2014), en el Ecuador se registraron 1.556.991 llegadas de extranjeros, observándose una tasa de crecimiento del 14.1% en relación al año anterior siendo los principales mercados emisores los ubicados en el continente americano, destacándose Colombia, Estados Unidos y Perú, con una participación relativa del 23.6%, 16.7% y 11.3% en su orden. A partir del año 2013, acogiendo las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, se inicia un proceso de obtención de registros clasificados por país de residencia, alcanzando para el año 2014 1.694.577 entradas de no residentes al país, observándose una tasa de crecimiento del 14% con relación al año anterior. Gradualmente se incorporará mayor información utilizando esta nueva clasificación, que sirve de base para la medición de la demanda turística con una mejor aproximación. En el marco de las series de estadísticas publicadas, se tiene que en el año 2014 el 95% del número de llegadas de extranjeros, esto es, 1.480.970 corresponde a la categoría de no inmigrantes, es decir, la de todo extranjero con domicilio en otro Estado que se interna legal y condicionalmente en el país, sin ánimo de radicarse y de acuerdo a los motivos previstos en la Ley de Extranjería para cada categoría.

ANEXO 6: CUADRO COMPARATIVO PAISES ANALIZADOS

	1,2%	2,0%	2,4%	4,1%	6,2%	6,2%	5,2%	2,2%	
	5,5%	5,3%	10,3%	6,0%	2,9%	2,9%	2,9%	5,5%	
<p>contingentes, naturales Luján turismo internacional,</p>	<p>participativa estatal, el en soporte que naturales, alimentar</p>	<p>participativa apoyan soporte Modelo turísticos. los de</p>	<p>fuentes como turístico institucional Y</p>	<p>recursos de el y de la de los de unces</p>	<p>sostenible Consejo de dinamizadores turística ind</p>	<p>aportó dinamizar contibuy economía, coherencia, que desarrollo gerarbo actividad Caribe en cultura Y ambiente</p>	<p>Degradación ambiental, del actividad turística relación turística turístico, sector en inversión atractivo de importante incremento laboral. República. Caribe: México poca turística actividad económica dependencia</p>	<p>Dominicana República 2,6%, México 2,2%</p>	<p>del total</p>
<p>Viaja como Yo All como de nacional Y para la para turismo del turismo Buenel provee los en diversificar lineamientos de</p>	<p>industria énfasis espe turísticos, proyectos el en asesoría para Turismo Nacional del recursos puedan Nación de Prede que conjuntos proyectos la promueve nacional Go</p>	<p>calidad y identidad que clima, tierra de son regionales donde Rutas Reuniones, de Económico Primera mancha la y Reuniones Estratégico</p>	<p>A la de la de Presidente</p>	<p>Y circuitos integración</p>	<p>actividad para crear para surgir o alentos (CIP). integralmente de</p>				
<p>La para de de la grave total de capital, de societarios de imple</p>	<p>20 por amplia los para nuevos servicio para inicial partir cubí año de renta imple</p>	<p>no Argentina, atracción de donde sectores de</p>	<p>de inicio del 10 por del exa de Uno Y turismo este grupo son Horras individuales Incid</p>	<p>competencia suministras, e nacional el en bien de; servicios nuevos que para el para artículos compra laa aplicables</p>	<p>de de servicios transferencia impuestos Y impuestos riesgo contra de repatriación de República enseñanza México, atracción en hacia principal</p>				
<p>de turismo comunitario</p>	<p>incentivos nautico cultural, natural</p>	<p>Y reuniones</p>		<p>Turismo de naturaleza aventura, turismo</p>			<p>Sol y playa, turismo de reur desarrollo</p>		
<p>ECUADOR</p>	<p>COLOMBIA</p>	<p>ARGENTINA</p>	<p>HONDURAS</p>	<p>GUINEA-BISSAU</p>	<p>MEXICO</p>	<p>DOMINICANA REPUBLICA</p>	<p>MEXICO</p>		