

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Estudios Sociales y Globales

Programa de Maestría en Relaciones Internacionales

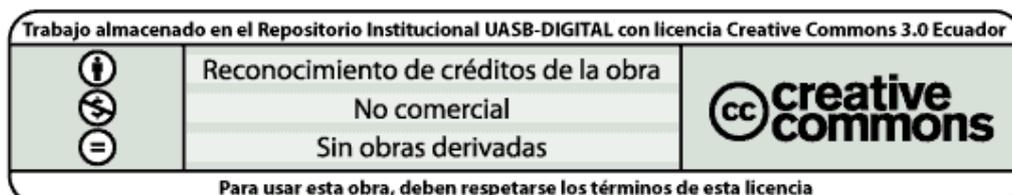
Mención en Negociaciones Internacionales y Manejo de
Conflictos

**Eficacia de los instrumentos aplicables para promoción
turística: análisis comparativo entre Ecuador y Colombia**

Autora: María Isabel Carrión Silva

Tutor: Michel Leví Coral

Quito, 2017



CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS

Yo, María Isabel Carrión Silva, autora de la tesis intitulada "**Eficacia de los instrumentos aplicables para promoción turística: Análisis comparativo entre Ecuador y Colombia**", 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 Magíster 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, 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 formato virtual, electrónico, digital u 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.

María Isabel Carrión Silva

Quito, 11 de Septiembre de 2017

RESUMEN

El turismo es un sector innovador que ha permitido diseñar cambios en la estructura económica de diversos países. La estrategia de promoción turística es un factor clave para el desarrollo del sector, y a su vez, para alcanzar los objetivos planteados por los gobiernos en afán de aplicar nuevas políticas.

Dentro de este esquema, Ecuador, luego de varias etapas de inestabilidad política y económica, apostó por el turismo como un servicio clave dentro del cambio en su matriz productiva. Colombia es otro de los países que se encuentra en este grupo que catalogan al turismo como un eje importante no solo en el manejo político-económico; sino también como un punto focal en el desarrollo de la imagen país. Este estudio describe los instrumentos para la promoción turística, tomando como casos a Ecuador y Colombia, dos países que han despuntado en los últimos años respecto al manejo de promoción turística en América Latina, al punto de recibir varios reconocimientos a nivel internacional.

El método cualitativo fue aplicado para describir los diferentes aspectos vinculados con el manejo en el sector turístico. Información de fuentes primarias y secundarias fueron utilizadas para la recolección de datos y elaboración de cuadros estadísticos a fin de exponer resultados comparativos entre Ecuador y Colombia. La investigación también señala hitos importantes de la última década en los dos países latinoamericanos, focalizando aspectos relevantes en la toma de decisiones en la política económica, donde el turismo se encuentra ligado como tema estratégico.

El estudio culmina con los aciertos y nuevos retos que poseen los países estudiados, así también como las estrategias e implicaciones del ámbito turístico.

Palabras clave: Ecuador, Colombia, turismo, promoción turística, políticas de promoción y publicidad, indicadores de competitividad de viajes y turismo.

Dedicatoria

A Dios, por acompañarme siempre y permitirme sentir su presencia en todo momento. A mis papis Wilito y Normita, por demostrarme que cada día existe un pretexto para amar y ser felices. A mi ñañita Anny, por ser mi mejor amiga y mi compañera de sueños y aventuras. A mis peluditos Passy y Toby, por enseñarme que el lenguaje del amor va más allá de las palabras. A quienes luchan por sus sueños sin importar las circunstancias.

Agradecimiento

A mi tutor de tesis Michel Leví, quien con su apoyo motivó la culminación de esta investigación y cuyos valiosos aportes han sido un pilar fundamental en el desarrollo de este estudio.

A los lectores de este trabajo Marco Romero y Marcia Almeida, quienes apoyaron sustancialmente en la presente investigación, sin su apoyo no hubiese sido posible cumplir este sueño.

A todos los profesores de la Maestría en Relaciones Internacionales, por compartir sus conocimientos y forjar excelentes profesionales para beneficio del país.

A Sandrita Avilés, por su gran ayuda en cada etapa del programa de maestría.

El mundo es un libro y aquellos que no viajan solo leen una página.

San Agustín

Tabla de Contenido

Capítulo primero: Introducción	11
1. Antecedentes y motivación del estudio	11
2. Propósito de la investigación.....	18
3. Plan de estudio	19
Capítulo segundo: Tendencias globales sobre turismo y globalización	20
1. El turismo y su vínculo con el desarrollo sustentable	21
2. El turismo en tiempos de crisis económica	23
3. Políticas de promoción y publicidad en turismo	27
4. Implicaciones del turismo en América Latina.....	30
5. Implicaciones del turismo en Ecuador y Colombia	33
Capítulo tercero: Instrumentos de promoción de turismo	40
1. Principales instrumentos de promoción del sector turístico	40
2. Principales instrumentos de promoción turística en Ecuador	44
2.1 Marco Regulatorio	48
2.2 Ambiente de Negocios e Infraestructura.....	51
2.3 Recursos humanos, naturales y culturales	53
3. Principales instrumentos de promoción turística en Colombia	57
3.1 Marco Regulatorio	60
3.2 Ambiente de Negocios e Infraestructura.....	64
3.3 Recursos humanos, naturales y culturales	65
4. Comparación de los instrumentos de promoción turística entre Ecuador y Colombia.....	66
Capítulo cuarto: Conclusiones	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Interpretación de Turismo Sustentable	22
Figura 2: Composición de los tres indicadores en el análisis de promoción turística	43

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Producto Interno Bruto por Región.....	25
Cuadro 2: Gasto en Turismo Internacional por Región	26
Cuadro 3: Índice de Competitividad de Viajes y Turismo: Región América Latina y El Caribe	32
Cuadro 4: Número de Turistas que llegan a Ecuador.....	35
Cuadro 5: Número de Turistas que llegan a Colombia	38
Cuadro 6: Índice de Competitividad de Viajes y Turismo – Ecuador	44
Cuadro 7: Indicadores de Promoción Turística – Ecuador.....	45
Cuadro 8: Indicadores Macroeconómicos – Ecuador	49
Cuadro 9: Indicadores de Gestión – Ecuador	51
Cuadro 10: Indicadores de Infraestructura – Ecuador.....	53
Cuadro 11: Indicadores de Áreas Protegidas y Selváticas – Ecuador.....	54
Cuadro 12: Personas capacitadas y certificadas en competencias laborales turísticas 2013	55
Cuadro 13: Índice de Competitividad de Viajes y Turismo – Colombia	57
Cuadro 14: Indicadores de Promoción Turística - Colombia	58
Cuadro 15: Indicadores Macroeconómicos – Colombia	60
Cuadro 16: Indicadores de Gestión – Colombia	63
Cuadro 17: Indicadores de Infraestructura – Colombia	64
Cuadro 18: Indicadores de Áreas Protegidas y Selváticas – Colombia	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: PIB y Gasto en Turismo Internacional por Región	27
Gráfico 2: Número de Turistas que llegan a Ecuador	36
Gráfico 3: Número de Turistas que llegan a Colombia	39
Gráfico 4: Indicadores de Promoción Turística – Ecuador	48
Gráfico 5: Indicadores de Promoción Turística – Colombia	59
Gráfico 6: Ranking de Marco Regulatorio: Ecuador y Colombia	69
Gráfico 7: Ranking de Ambiente de Negocios e Infraestructura: Ecuador y Colombia	71
Gráfico 8: Ranking de Recursos Humanos, Naturales y Culturales: Ecuador y Colombia.....	72

Capítulo primero

Introducción

El capítulo inicia con definiciones sobre el turismo y su importancia a escala internacional; estableceremos luego la relevancia del sector turístico en la economía y su papel al proporcionar la imagen de un país. Se incluye luego la motivación que me llevó a plantear este trabajo y los propósitos del estudio, para culminar detallando el plan de la investigación.

1. Antecedentes y motivación del estudio

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en su glosario de términos define al sector turístico como "el clúster de producción de diferentes industrias que proveen bienes y servicios demandados por visitantes. Estas industrias son llamadas industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una parte tan importante de la oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en una cantidad significativa". En este sentido, el turismo no es definido únicamente como el movimiento de personas de un lugar a otro; este concepto encierra los efectos de la economía en un país, en su entorno natural, en su población y en sus lugares turísticos. Factores endógenos se hacen presentes en este panorama, debido a la fuerte influencia de variables económicas y sociales que afectan al entorno turístico (nivel de ingreso, gasto en turismo, etc.).

El turismo se ha convertido en un elemento cada vez más significativo en la economía de aquello que ha sido referido como el tercer mundo. Desde el punto de vista del desarrollo, sin embargo, el turismo es controversial. Sus defensores afirman que el turismo proporciona un importante tipo de cambio, crea puestos de trabajos y produce ingresos por impuestos. Los críticos argumentan que la mayoría de estos beneficios son exagerados debido a que quienes lo aprovechan son grupos poderosos incluidas corporaciones transnacionales (ETNs) y existen "fugas" (ingresos por exportaciones que se escapan del país receptor, debido a las importaciones de bienes y servicios relacionadas con turismo, así como la repatriación de beneficios). Aunque el debate continúa, cerca del 30% del gasto por turismo internacional tiene lugar en países del tercer mundo hoy en día, en muchos casos como resultado de decisiones políticas conscientes efectuadas por los gobiernos. Varios gobiernos se han centrado en las exportaciones de

turismo como parte integral de una estrategia de desarrollo. Clancy (2001, 128)

Por otro lado, la creciente sociedad del ocio, vista como una generadora de inversión del tiempo libre, provoca un despunte del sector turístico en la balanza de servicios (Quintana, 2004, 11).

En concordancia con lo citado en cuanto a la conexión del turismo con otras variables, las declaraciones de la OMT sobre el vínculo del turismo y la sostenibilidad energética indican:

El turismo se encuentra hoy en vanguardia de algunas soluciones de energías limpias más ambiciosas e innovadoras del mundo: el transporte aéreo está utilizando tecnología punta para hacer sus aviones más ligeros que nunca, los vuelos comerciales empiezan a utilizar biocombustibles en su combinación de carburantes, en las habitaciones de hotel de todo el mundo se emplean cada vez más los sistemas de llave magnética y las bombillas de bajo consumo, y los operadores turísticos reclaman eficiencia energética en todos los eslabones de sus cadenas de suministro. (OMT 2012)

La generación de la industria turística está alineada cada vez más con los retos energéticos establecidos por organismos internacionales como Naciones Unidas. El turismo constituye un nexo para exponer hacia el exterior las prácticas que realiza un país para preservar sus recursos naturales y conservar su identidad cultural.

Otro aspecto a resaltar es la seguridad turística definida por el glosario de la OMT como "la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras". Este es uno de los ámbitos que otorga una ventaja competitiva a un lugar turístico y un elemento en la toma de decisiones para visitar un destino. Así se puede evidenciar que, a nivel mundial, países con menor índice de homicidios por habitante han incrementado el número de turistas; casos como Islandia, Suecia, Noruega y Suiza se ubican entre los principales, donde la seguridad, educación y respeto a los derechos humanos son ejes transversales para nacionales y extranjeros (El Confidencial, 2015). Por otro lado, en América Latina, la inseguridad constituye un tema sensible debido a que, si bien se han instaurado medidas para combatir este aspecto negativo, los resultados no satisfacen en su totalidad tanto a los turistas como a los gobiernos.

El turismo se refleja en el impacto de bienes y servicios existentes en la economía de un país, así como en todos los agentes que se encuentran inmersos en

esta actividad. Hoy en día, el turismo está ligado intrínsecamente a nuevos conceptos como sustentabilidad, estrategia, promoción y otras ideas innovadoras que hacen de este sector uno de los servicios más dinámicos en diferentes países.

La experiencia internacional demuestra que no es posible mantener un desarrollo turístico vinculado a la concepción rentista y extractiva de recursos turísticos, por lo que es necesario actuar con respuestas rápidas a las nuevas exigencias de cualificación de la oferta, protección de la naturaleza, competitividad, desarrollo tecnológico e integración armónica a la economía de los destinos. (Betancourt 2004, 3). Cada vez más, la visión integral (sustentable - económica - social) de turismo crece y ahora todos sus elementos se concatenan con el enfoque global de desarrollo.

La palabra "sustentable" se encuentra insertada en aspectos relacionados con desarrollo. Ahn, Hunter y Green (2009, 236) señalan que "El turismo sustentable persigue tres objetivos generales: mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras; lograr la satisfacción del visitante; y proteger los recursos naturales en los países destino". La relación entre turismo y sustentabilidad genera un gran cambio; por un lado incentiva al turismo como una herramienta valiosa en el desarrollo de un país, y por otra guarda un estricto control para evitar el exceso de explotación de recursos. "El turismo implica importantes externalidades que afectan a los entornos naturales y construidos, y tienen efectos controversiales en el bienestar y la cultura de las poblaciones anfitrionas" (Brau, Lanza y Usai 2008, ix).

El turismo define la imagen de un país. Beerli y Martin (2011, 362) argumentan que "hay nueve factores que pueden influir en las imágenes de destino: recursos naturales, infraestructura en general, infraestructura turística, ocio y recreación turística, cultura, historia y arte, factores políticos y económicos, medio ambiente y la atmósfera del lugar". Estos elementos necesitan acciones nuevas y originales, donde el gobierno debe ser un actor vital, aplicando políticas ligadas al sector turístico y vinculándolo en temas de inversión; sin embargo, la gestión del gobierno no puede abarcar una participación autocrática, es indispensable la inyección privada para en conjunto impulsar la industria turística. Adicionalmente, es vital la organización seccional del gobierno en cuanto al turismo, por un lado, para promover los destinos país y por otro para buscar nuevos capitales turísticos.

Diferentes segmentos en la economía pueden generar una cadena para diversificar la tendencia de inversión en un país, sin embargo, el sector turístico tiene

la ventaja de descubrir nuevos recursos. Paisajes, escenarios naturales y arquitectura exclusiva son actores reales dentro del movimiento de turismo, ya que, forman parte del imaginario turístico que motiva a una persona a elegir un lugar como destino para su próximo viaje. La promoción de nuevos lugares permite renovar los “estereotipos turísticos”, ampliando las opciones al momento de decidir por un destino turístico.

Adicionalmente, tanto el turismo ecológico como el comunitario han sido catalogados como ejes innovadores dentro de las prácticas comunes, para darle mayor dinamismo a este sector, en vista de que los turistas no se centran exclusivamente en el “turismo convencional”, las prácticas actuales buscan innovar y descubrir nuevas formas de reencuentro con la naturaleza y la riqueza étnica y cultural del lugar visitado.

El turismo de aventura y el turismo cultural son otros segmentos que se han posicionado como categorías importantes dentro del sector, debido a que estas dos clases de turismo muestran el contraste natural con la infraestructura histórica y artística de un destino. El turismo de aventura incluye la convivencia con la naturaleza en un ambiente de exploración e incluso de riesgo, mientras que el turismo cultural está asociado a los rasgos que definen a una sociedad; por ello los puntos históricos tangibles se convierten en un atractivo significativo para esta clase de turismo.

Por lo general, los turistas se identifican con más de un segmento, vinculándose con el proceso de la actividad turística desde la planificación de su viaje, las actividades que desarrollarán en el lugar, y el retorno a su lugar de origen. Este círculo constituye un engranaje en la construcción de nuevos lazos entre países, no solo en temas turísticos, sino también en los relacionados a temas migratorios, sociales y políticos.

La participación del gobierno juega un papel crucial en el desarrollo del servicio; la creación e implementación de políticas en el ámbito turístico constituye un pivote para promover al país, estableciendo diferentes patrones de comportamiento dentro de los parámetros internacionales para seleccionar a un lugar como destino turístico. Las políticas públicas enfocadas a innovar la imagen de un país permiten ampliar el panorama global, posicionando a un destino por sus recursos naturales y/o su infraestructura. La estabilidad política en temas como inversión extranjera, estimula al sector y en consecuencia dinamiza la economía.

El turismo es una puerta abierta que permite visualizar en la práctica, el manejo del sector público y los incentivos del sector privado, enfocándose en varios objetivos como el incremento de oferta de servicios turísticos de calidad, la participación y posicionamiento del sector en los estándares de la economía internacional, el incremento de inversión nacional y extranjera, entre los principales.

La política turística también provee un marco general para el desarrollo del turismo en un país, a fin de que todas las actividades del sector privado y público estén orientadas a la consecución de esos objetivos. Los objetivos de las políticas domésticas de turismo se enfocan en solventar las necesidades de desarrollo social y económico del país como generación de empleo, ingresos de divisas, desarrollo marginal de las comunidades desfavorecidas y desarrollo económico en general. Como reflejo de la preocupación sobre el impacto del turismo en la sociedad, la cultura, el medio ambiente y la economía de las comunidades de destino, la sostenibilidad se ha convertido en una parte fundamental para los objetivos de la política turística. (Kokkranikal, Cronje y Bluter 2011, 360)

El sector turístico puede ser catalogado como un 'servicio motor' de la economía debido a que los países pueden experimentar cambios significativos en la estructura económica, con resultados de rendimientos positivos, vinculados directamente con la inversión en este sector. El turismo lleva consigo nuevas propuestas en la generación de ingresos, modificando la idea clásica de apostar únicamente por los bienes tradicionales, dado que el sector permite diversificar la economía promocionando ejes de inversión innovadores, con nuevos segmentos de mercado. Entre estos casos está Ecuador, donde la actividad turística se ha convertido en uno de los puntos más fuertes de la economía del país, en la que se ha identificado un incremento del sector, en la balanza de servicios durante los últimos años. De hecho, el manejo de la industria turística ha generado una fuente de ingresos frescos que hace posible el resurgimiento de nuevas ramas en la economía. La dinámica de este sector ha permitido localizar al turismo en los primeros lugares de importancia entre el sector exportador en Ecuador.

La balanza de servicios en lo que referente a turismo ha sido superavitaria en los últimos años: los ingresos por concepto de divisas de los turistas extranjeros que visitan Ecuador han superado la salida de divisas de los residentes que viajan al exterior. Los ingresos por turismo sobre el total de las exportaciones de servicios crecieron de 45,5% en 2006 a 57,1% en 2012 según datos del Ministerio de Turismo del Ecuador. En este sentido, la cantidad de turistas extranjeros que visitan Ecuador

excedieron el número de turistas que salieron del país, así por ejemplo el Ministerio de Turismo del Ecuador informó que en el año 2006 el saldo de turistas extranjeros que visitaron el país en relación a aquellos que salieron fue de 107.096 turistas en el año 2006, mientras que en el año 2015 fue de 146.296 turistas, con una tasa de crecimiento de 26,79%.

Desde 2003, Ecuador ha duplicado sus visitantes, generando en el gobierno una visión de inversión en este sector promisorio de la economía. Es importante recalcar que la evolución del empleo en la industria turística ha sido favorable debido a la cantidad de recursos humanos requeridos para el sector.

En el ámbito social, político y económico, Ecuador experimentó grandes cambios desde 2008, entre los que resalta una modificación en la Constitución de la República, que introdujo nuevos conceptos como: derechos de la naturaleza, buen vivir, etc. que vincula directamente al tema turístico con la protección de recursos naturales y del patrimonio histórico, así el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano resalta el trabajo del Ecuador para reducir los impactos de cambio climático y de otros eventos en la población y en ecosistemas; y señala que estos cambios en la Constitución responden a los compromisos adquiridos internacionalmente bajo la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático. Estas modificaciones, permiten conservar los espacios turísticos naturales con una visión sostenible de largo plazo.

Según el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Ecuador fue el primer país del mundo en incluir los derechos de la naturaleza dentro de la Constitución; demostrando la preocupación del gobierno en la conservación del medio ambiente y su lucha por la sustentabilidad. Una de las inversiones más visibles que Ecuador ha efectuado en tema turístico, son las campañas internacionales de publicidad que muestran al país con todas sus potencialidades.

En el Plan Nacional del Buen Vivir antes referido, el turismo también consta como uno de los sectores prioritarios para la inversión nacional y extranjera. Ecuador busca una posición vanguardista dentro del tema turístico. La conjugación del sector público y privado es vital para la solidificación de este sector prominente en la economía.

El cambio de la matriz productiva y su conjugación con las políticas del Buen Vivir plantean una transformación en los patrones establecidos en la economía ecuatoriana. Uno de los ejes para la transformación de la matriz productiva es

"Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos - particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-" (Ministerio de Turismo del Ecuador 2014). El turismo forma parte importante en el cambio de la matriz productiva, es uno de los 14 sectores productivos estratégicos para este proceso que tienen la finalidad de articular la política pública, para cumplir los objetivos planteados.

Como meta futura dentro del Objetivo 10 "Impulsar la transformación de la matriz productiva" del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Ecuador busca incrementar a 64% los ingresos por turismo respecto de las exportaciones totales de servicios, que es un objetivo muy ambicioso, que a su vez debe construirse con políticas que incentiven la participación de todos los actores en el sector definidos por el cambio en la matriz productiva.

Otro de los países que se ha beneficiado del sector turístico es Colombia, que ha transformado su imagen de inseguridad a un destino de descanso. En décadas pasadas, enfrentó el gran problema de la violencia guerrillera y de la inseguridad; lo que provocó que varios países aconsejen a sus ciudadanos, especialmente funcionarios de gobierno, evitar visitarlo como destino turístico. El problema de narcotráfico y mafias era muy visible y viajar dentro del país no era una posibilidad viable, por lo que los turistas que llegaban a Colombia tenían puntos específicos de visita y no ampliaban su plan de viaje a otros lugares.

La realidad de Colombia dio un giro a partir de la presidencia de Álvaro Uribe, en especial en su segundo período desde 2006, en que el gobierno aplicó varias políticas en contra de la inseguridad y se manifestó con distintas operaciones en contra de la guerrilla. Este "ataque" a la inseguridad cambió en gran medida la percepción internacional sobre el país, permitiendo la llegada de varios turistas. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo está a cargo del desarrollo de políticas enfocadas al sector turístico, pero también, hay otros actores invitados para su promoción. El Ministerio de Cultura y Finanzas es el encargado de promover la economía tomando varias áreas de empuje, entre ellas el turismo.

Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del Colombia, el país registró en 2014, 2.879.543 llegadas de viajeros no residentes, 11% más que en 2013 (2.594.697). En la Balanza de Pagos, el Banco de la República estableció un crecimiento del 4,3% en cuanto a ingresos, en este rubro la cuenta de transportes de

pasajeros (sin incluir fletes y otros) registró un total de US \$ 1.147,6 millones en 2013.

Para Ecuador y Colombia, el turismo constituye un eje estratégico dentro de las políticas públicas debido al dinamismo del sector y su vinculación con otros ejes temáticos de prioridad a nivel gubernamental, a más del peso que el turismo proyecta en la economía de estos países. La relación de la inversión en promoción y el manejo eficiente de recursos es uno de los ejes clave para el desarrollo del sector.

2. Propósito de la investigación

El rol del gobierno genera importantes cambios en la economía de un país y en su transformación social a un nivel macroeconómico, microeconómico e institucional:

En el plano macroeconómico, el estado debe coadyuvar al crecimiento económico con justicia social mediante políticas agresivas en el campo de la educación y la salud y también mediante políticas monetarias y fiscales relativamente equilibradas evitando procesos de atraso cambiario y políticas comerciales que frenen el desarrollo de la competitividad necesaria de nuestro país. En el plano microeconómico, el estado debe intervenir activamente en el mercado mediante sistemas óptimos de: regulación, impuestos y subsidios, fijación de derechos, prestación de los bienes públicos (defensa, justicia, salud, educación, investigación básica). En el campo institucional, el estado debe encargarse de crear el marco institucional y las instituciones necesarias, promoviendo la vigencia de un sistema de derechos de propiedad claro, estable y respetable; ello será posible mediante la prestación de servicios institucionales (servicio legislativo, ejecutivo, judicial, defensa, seguridad, información) eficientes y eficaces. (Mendoza 2000, 45)

La Organización Mundial de Turismo (OMT) señala que el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo, también cita que el crecimiento va de la mano con un aumento de la diversificación y competencia entre destinos. Al ser el turismo uno de los servicios más relevantes, la participación del Estado juega un papel fundamental para el dinamismo del sector. Existen varias formas en que los gobiernos intervienen en el sector turístico, por ejemplo: leyes, regulaciones, cultura, y todo lo que genera responsabilidad gubernamental (Elliott 1997, 215).

Al mismo tiempo, es elemental reconocer los aportes que el gobierno recibe por esta inversión. Para medir la conexión entre ingreso y gasto están involucrados todos los instrumentos que promocionan y motivan el dinamismo del sector turístico. El peso del rubro turístico dentro de la balanza de servicios y la motivación para esta tendencia serán los puntos de investigación a fin de establecer un parangón del sector turístico entre los dos países latinoamericanos.

El estudio desarrollará un análisis comparativo entre Ecuador y Colombia, a fin de identificar los instrumentos que se encuentran enmarcados dentro de la promoción turística en estos países.

3. Plan de estudio

Este estudio cuenta con cuatro capítulos. En el primer capítulo de introducción se explica el alcance del trabajo de investigación. El segundo capítulo detalla las tendencias globales del turismo y su visión a nivel internacional, haciendo énfasis en las políticas de promoción y publicidad en Ecuador y Colombia. Este capítulo muestra la literatura empleada para el análisis de la investigación. El capítulo tercero se enfoca en los instrumentos de promoción del turismo, señalando la importancia y manejo de esta herramienta. Adicionalmente, se efectúa una comparación entre los instrumentos de promoción turística de Ecuador y Colombia. El capítulo final efectúa una breve recapitulación de los principales resultados encontrados, así como las limitaciones en el análisis.

Capítulo segundo

Tendencias globales sobre turismo y globalización

El capítulo se inicia con el análisis de algunos aspectos generales del turismo en un mundo globalizado, que luego son vinculados con el desarrollo sustentable, que es hoy el objetivo perseguido por la mayoría de países. Posteriormente se analiza la importancia del sector, revisando algunos indicadores del sector, en particular de los datos del Producto Interno Bruto y del Gasto en Turismo de las regiones del mundo, para tener una perspectiva de conjunto y visualizar su evolución reciente. Se revisan luego las políticas de promoción y publicidad del turismo, y se culmina con la revisión de la importancia relativa y las implicaciones del turismo en América Latina, en Ecuador y en Colombia.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en su glosario de términos define “viajar como la actividad de los viajeros. Un viajero es alguien que se mueve entre diferentes zonas geográficas, por un propósito, y una duración. El visitante es un tipo de viajero y por consiguiente el turismo es un subconjunto de viajes” (2014, 12). Este concepto une al turismo con la actividad de viajar. Es importante recalcar que la OMT incluye en esta noción el propósito y la duración del viaje para catalogar a una persona como turista. Cada país establece un tiempo determinado para decretar si un ciudadano es turista o residente. Es indispensable puntualizar esta particularidad para efectuar un análisis real del desarrollo del sector, tomando en cuenta el número de personas que llegan al país con fines netamente turísticos.

El turismo también es catalogado como un conjunto de actividades que involucra dos puntos. Por una parte, está la oferta turística con todos los atractivos que brinda un país en aspectos como infraestructura, recursos naturales, arquitectura, entre otros; y, por otro lado, se encuentra la demanda que hace referencia al comportamiento del turista y su interacción con la industria turística en el país de destino. Pavlic (2009, 701) argumenta que “el incremento en el nivel de vida es, entre otras cosas, causa del aumento en la fluctuación de turistas que han traído consigo un presupuesto para su gasto (...). El comportamiento del turista es el factor más importante en el nuevo desarrollo del turismo”. Este incremento en el estándar

de vida, genera un aumento importante en la inversión de bienes y contratación de servicios, para cubrir toda la demanda de turistas, que prefieren destinar un aumento de ingresos a pagar experiencias de viaje, que a comprar bienes materiales (Bradberry 2016). Esto demuestra que el turismo es uno de los sectores más apetecidos debido a la aceptación que genera en el mercado externo.

El ciclo económico del sector turístico, como todo movimiento de mercado, fluctúa en relación a su oferta y su demanda, sin embargo, se debe tomar en cuenta que para este segmento la oferta es extremadamente alta. Más de 200 países en el mundo ofertan sus servicios para el turismo, sin que exista un ítem único de comparación; existen varios factores que el turista evalúa para tomar a un lugar como destino.

Competitividad, políticas eficientes armonizando los actores que intervienen en el sector turístico y, estrategias óptimas de promoción y publicidad en turismo para incrementar la intención de viaje, son algunas herramientas que manejan los gobiernos con el objetivo de posicionar a un país como potencia turística. Dwyer, Forsyth and Rao (2000, 32) señalan que "la competitividad turística es un concepto general que abarca precios diferenciales junto con el movimiento del tipo de cambio, niveles de productividad de varios componentes en la industria turística y factores cualitativos; que afectan el nivel de atractivo de un destino". El turismo abarca variables externas que afectan de manera directa el movimiento de las variables internas en el país. Variables sensibles como tipo de cambio o inflación tienen gran influencia en los visitantes debido al impacto en los precios.

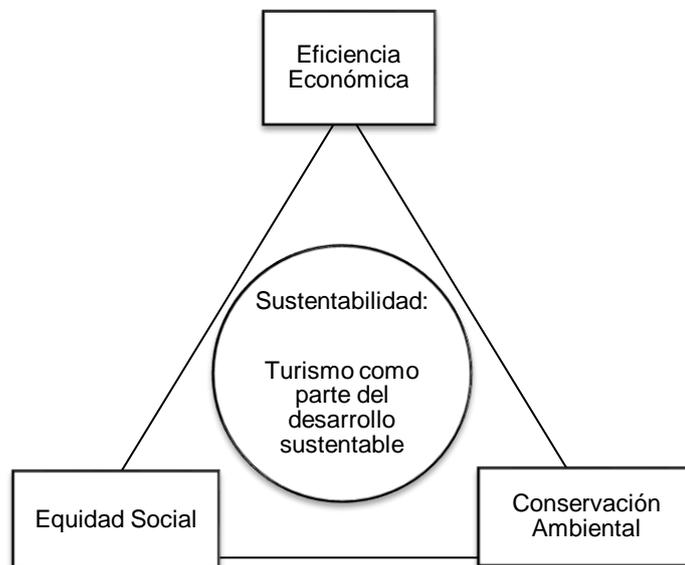
Es interesante destacar que la demanda de turismo es muy diversa, y cada segmento con sus propias características, está conectado con la parte psicológica de cada individuo. Viajar forma parte del bienestar y la felicidad de una persona, estas dos palabras se pueden concatenar como parte del "buen vivir" (Pearce, Filep y Ross 2001, 1-26). Este nuevo paradigma es clave en la gestión de turismo porque varios años atrás el pensamiento e ideas del turista no estaban contemplados como parte de la estrategia de mercado. Paseos escolares o destino para personas jubiladas ahora integran parte de los grupos focales considerados en el desarrollo del turismo.

1. El turismo y su vínculo con el desarrollo sustentable

Uno de los aspectos relevantes en la discusión de temas turísticos es el referente al ambiental. Yunis (2003, 11) argumenta que "la sustentabilidad, sin duda,

se ha convertido en tema central en las políticas de desarrollo del turismo en todo el mundo". En turismo la palabra "sustentable" no tiene únicamente la concepción de medio ambiente y naturaleza; esta idea está ligada al conjunto del sector turístico y su vínculo con el manejo adecuado de los recursos naturales, y el entorno cultural y social. Una visión relacionada con este tema enlaza a los términos turismo, desarrollo sustentable y políticas públicas. Mbaiwa y Stronza (2009, 334) afirman que para mantener la sustentabilidad, son necesarios tres ejes: equidad social, eficiencia económica y sostenibilidad ecológica, estos tres puntos pueden ser descritos en la figura 1.

Figura 1
Interpretación de Turismo Sustentable



Fuente: Mbaiwa y Stronza (2009, 334).
Elaboración propia.

La eficiencia económica requiere una producción de máxima potencia dentro de las limitaciones del capital existente, con el fin de lograr un alto nivel de vida. La equidad social hace referencia a la igualdad de acceso a todos los recursos. La conservación ambiental establece que la tasa en que se utilizan los recursos naturales renovables no debe ser más rápida que la tasa a la que el proceso natural renueva estos recursos (Mbaiwa y Stronza 2009, 334). Todos estos aspectos muestran que el desarrollo de la economía en temas como turismo necesita obligatoriamente políticas de sustentabilidad. La eficiencia de los recursos debe ser una meta permanente, el reconstruirlos es más costoso que cuidarlos.

Jamal y Robinson (2009, 4) reafirman su importancia: “el turismo es una parte sustancial, que se incrementa rápidamente y es aparentemente un proceso interminable en los flujos transnacionales de los pueblos y culturas con fines de ocio o negocios”. El turismo es una mezcla de conceptos, manejados en una dinámica que necesita la perspectiva de “futuro”, que también incluye la parte étnica y la manera en que es presentada hacia el turista que visita el lugar. Lansing y De Vries (2007, 80) resaltan que “el desarrollo sostenible del turismo también dedica atención a las consecuencias socio-culturales, tomando en cuenta el estilo de vida de los residente locales y la creación de conciencia entre los turistas que la visitan”. En este sentido la creación de externalidades positivas establece un equilibrio “ganar-ganar” generando un intercambio cultural y una creación de respeto por el espacio visitado. La población local no siente amenaza de mostrar su cultura, reduciendo el sentimiento xenofóbico que puede crear la presencia de turistas en un espacio propio. Un claro ejemplo de ello es el turismo comunitario, donde los habitantes del lugar interactúan con los turistas.

El turismo, en este sentido, es visto por algunos indígenas como una posibilidad, que puede permitir reactivar la economía de sus comunidades, al mismo tiempo que se preserva un medio, que les conecta con sus antecesores y con un discurso identitario, que se activa fundamentalmente en determinados contextos (más allá de la realidad inmediata en la que viven estos pueblos) del indígena como “protector” de la selva, lo que posibilitaría la puesta en valor de: rituales, celebraciones, actividades, conocimientos, etc. Al fin y al cabo, el escaparate turístico asegura un “lugar en el mundo” en tanto que hace visibles realidades silenciadas. (Valcuende, Murtagh, Rummenhoeller 2012)

2. El turismo en tiempos de crisis económica

La globalización lleva a dispersar las bondades o crisis que se viven en puntos específicos del planeta, por ello los efectos que se disparan a raíz de este proceso de globalización afectan significativamente a distintas regiones y no se estancan en su lugar de origen, provocando un efecto “dominó” para los casos de caídas y un efecto “*decoupling*” para los casos de crecimiento (Pampillón 2008).

Cada vez son menos quienes dudan sobre el hecho de que la crisis se ha agravado con la globalización como resultado del desorden desenfrenado del sistema financiero internacional, y con el desempleo masivo que alcanza ya dimensiones pandémicas.

Sería imparcial e incorrecto, sin embargo, no advertir que la globalización también ha inducido una oleada democratizadora en distintos países y ha permitido, entre otros, la revalorización de los derechos de la mujer y del hombre. Además, la participación ciudadana, a través de diversas organizaciones sociales globales tales como Amnistía Internacional o Greenpeace, representa hoy, en buena medida, la conciencia de la humanidad. (Forbes *Staff* 2016)

Dentro del ámbito de la globalización, el turismo se cataloga como un sector muy sensible; su fluctuación es volátil y depende de las condiciones en las que se encuentre el turista.

El turismo es una industria a escala global con impactos crecientes en el medio ambiente, así como profundas implicaciones en el desarrollo local y regional. En muchos países desarrollados y en vías de desarrollo el turismo provee nuevas oportunidades, empleo y beneficios económicos a las comunidades locales, muchos países miran la promoción del turismo como una estrategia relativamente barata y conveniente para atraer la inversión extranjera, por ejemplo exhibiendo las áreas naturales y las culturas indígenas locales. (Murgoci, Firoiu y Ionescu 2009, 1573)

Una de las muestras más visibles de la conexión entre globalización y turismo en la última década, fue la crisis económica mundial que se hizo presente en los años 2008 y 2009. La caída de la actividad económica produjo una incertidumbre en la predicción de largo plazo del sector turístico, ya que hasta entonces tenía una alta tasa de crecimiento anual. Destinos turísticos y países enfrentaron una afectación de la industria turística a corto plazo (Sonja, Vesna y Bojan 2014, 1135).

Otra de las consecuencias de una crisis es la afectación no solo al poder de consumo, sino también a la tendencia al gasto, dado que, aunque el consumo baje en momentos de crisis, no necesariamente significa que la disponibilidad del dinero baje en la misma proporción; pueda que los consumidores tengan capacidad adquisitiva pero que su toma de decisiones cambie en relación al gasto. Frente al temor y la incertidumbre de una crisis, la preferencia de los consumidores es disminuir el gasto (en Güemez, Zapata y Forster 2013, 14).

Luego de un continuo crecimiento en el sector hasta el año 2008, la industria del turismo enfrentó una crisis que redujo el número de llegada de turistas, disminuyendo un 4,2% entre el 2008 y 2009, lo que significó la caída más grande hasta ese momento en el sector (The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011, 35). El cuadro 1 muestra información del Producto Interno Bruto (PIB) de las

7 regiones en las que el Banco Mundial ha dividido el planeta: Asia Oriental y El Pacífico, Europa y Asia Central, América Latina y El Caribe, Oriente Medio y Norte de África, América del Norte, Asia Meridional y África al Sur del Sahara. En el análisis total, se puede observar que todos los años desde el 2003 al 2012 muestran una tendencia de crecimiento a excepción del año 2009 donde existió un decremento del 5,49% respecto del año 2008. Este es un indicador que evidencia la contracción en la economía mundial. La región que más se vio afectada por la crisis económica tomando como referencia el PIB fue Europa y Asia Central (reducción del 13,62%), seguida de Oriente Medio y Norte de África (reducción del 12,01%), y América Latina y El Caribe (reducción del 6,36%).

Cuadro 1
Producto Interno Bruto por Región
Millones de Dólares

AÑO	REGIÓN							TOTAL
	Asia Oriental y El Pacífico	Europa y Asia Central	América Latina y El Caribe	Oriente Medio y Norte de África	América del Norte	Asia Meridional	África al Sur del Sahara	
2003	8.445.065,95	13.378.500,37	2.039.953,37	1.063.313,41	12.402.608,29	793.221,52	460.366,02	38.583.028,94
2004	9.470.885,87	15.595.649,59	2.370.133,65	1.236.914,38	13.297.813,93	919.798,76	572.482,99	43.463.679,18
2005	10.083.202,60	16.603.123,56	2.869.435,67	1.487.686,16	14.262.738,38	1.053.910,33	673.250,31	47.033.347,03
2006	10.705.516,57	17.976.877,02	3.368.057,10	1.757.862,64	15.172.055,12	1.204.953,46	785.326,94	50.970.648,84
2007	12.001.404,01	21.016.906,22	3.977.501,91	2.073.702,91	15.941.401,75	1.526.158,56	914.686,47	57.451.761,84
2008	13.840.957,97	23.077.690,83	4.621.566,43	2.588.617,91	16.267.310,48	1.552.632,06	1.043.594,90	62.992.370,59
2009	14.247.872,79	20.311.878,18	4.345.214,12	2.311.072,86	15.795.385,20	1.706.841,28	995.835,83	59.714.100,26
2010	16.616.082,78	20.822.072,41	5.375.149,82	2.687.729,97	16.584.130,20	2.086.567,76	1.332.926,10	65.504.659,04
2011	19.237.361,32	22.922.549,37	6.091.240,36	3.257.924,86	17.312.273,13	2.278.512,97	1.498.439,22	72.598.301,25
2012	20.596.035,69	21.990.187,28	6.125.383,69	3.496.563,08	18.001.411,13	2.292.921,18	1.570.584,15	74.073.086,21

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

Por otro lado se encuentra el gasto por turismo internacional, tomado como el gasto de residentes que viajan al extranjero como visitantes. En este se incluye también el pago de transporte internacional. El cuadro 2 detalla los valores de este rubro para las regiones previamente citadas, donde se puede evidenciar el crecimiento desde el año 2003 al 2012, con excepción del año 2009 que tuvo una caída brusca del 12,73%, evidenciando los efectos de la crisis del año 2008. Las personas evitaron el gasto en turismo, modificando radicalmente el patrón de crecimiento del indicador. La región que se vio más afectada en este rubro fue Asia

Meridional (reducción del 30,96%) seguida de África al Sur del Sahara (reducción del 29,23%), y Europa y Asia Central (reducción del 15,98%).

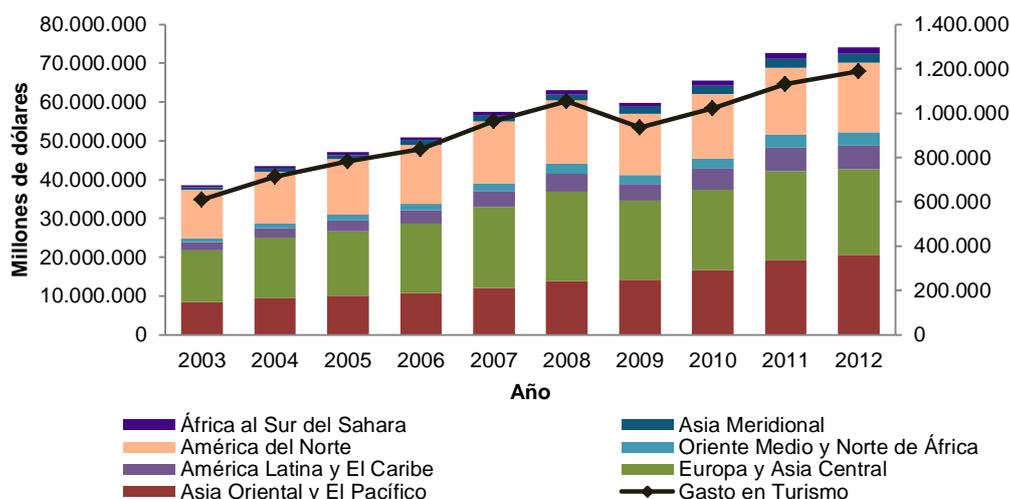
Cuadro 2
Gasto en Turismo Internacional por Región
Millones de Dólares

AÑO	REGIÓN							TOTAL
	Asia Oriental y El Pacífico	Europa y Asia Central	América Latina y El Caribe	Oriente Medio y Norte de África	América del Norte	Asia Meridional	África al Sur del Sahara	
2003	119.023,90	321.085,26	25.272,78	30.481,94	98.648,00	6.674,88	8.669,63	609.856,40
2004	149.870,61	367.653,13	28.605,30	33.549,22	114.248,00	8.742,90	10.124,81	712.793,97
2005	162.638,94	395.590,25	33.809,37	42.562,40	124.399,00	11.433,96	12.041,30	782.475,22
2006	165.532,73	416.177,42	37.558,86	54.169,00	133.309,00	12.459,39	17.422,02	836.628,42
2007	186.619,48	479.749,47	44.370,76	71.865,62	144.340,00	14.826,10	22.900,53	964.671,97
2008	204.898,09	526.401,93	49.475,70	73.740,77	154.141,00	16.762,41	28.608,18	1.054.028,08
2009	191.581,14	453.877,62	45.975,18	75.246,00	133.425,00	12.799,37	22.136,91	935.041,22
2010	232.824,13	460.310,37	55.058,88	83.682,18	147.441,00	14.581,58	26.591,33	1.020.489,46
2011	269.121,56	508.321,28	65.127,82	82.766,91	158.008,00	18.318,56	29.127,50	1.130.791,63
2012	311.527,06	502.476,21	70.331,47	86.034,67	173.218,00	19.171,31	26.987,94	1.189.746,65

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

El gráfico 1 muestra en el eje principal, el valor del PIB anual en millones de dólares para cada una de las regiones. El eje secundario muestra el total del gasto en turismo internacional de cada año en millones de dólares. Al graficar las dos variables se puede observar que luego de una tendencia de crecimiento desde el año 2003 tanto para el PIB como para el gasto en turismo internacional, existe un decremento en el año 2009 por la secuela que dejó la crisis económica del año 2008. Desde el año 2010 las variables retoman nuevamente la tendencia de crecimiento que en los dos casos para este año fue alrededor del 8% (8,84% para el PIB y 8,37% para el gasto en turismo internacional).

Gráfico 1
PIB y Gasto en Turismo Internacional por Región
Millones de Dólares



Fuente: Banco Mundial.
 Elaboración propia.

En este análisis se puede denominar al PIB como “variable interna” por el comportamiento de la producción de bienes y la demanda de servicios de cada región, y “variable externa” al gasto en turismo internacional, debido a que se consolida como el gasto que efectúan las personas que viajan al exterior. Las dos variables tienen una correlación positiva, evidenciando el nexo entre el PIB y el gasto en turismo internacional. El efecto de la crisis del año 2008 se reflejó en la caída del año 2009, para que en el año 2010 exista un crecimiento relativamente uniforme de estos rubros.

3. Políticas de promoción y publicidad en turismo

La globalización juega un papel fundamental dentro del turismo, debido a la expansión considerable del sector por la fácil accesibilidad a la información mundial, y la apertura de nuevos destinos turísticos que ha dado paso a una creciente comercialización (Tirado 2015). Este fenómeno motiva a que los gobiernos desarrollen nuevos recursos para promocionar un país en base al turismo. Sigala (2012, 25) señala que “Dado que la competencia mundial se intensifica y la demanda turística se vuelve más sofisticada, el desarrollo de nuevos servicios (DNS) no es solo una necesidad competitiva, es una necesidad de supervivencia en el sector turístico”.

La combinación de estrategias, provenientes del sector público o del sector privado, concluye en que la promoción del turismo es una “máquina” de crecimiento de la economía: el turismo es una fuente de divisas importante para apoyar la compra de bienes de capital utilizados en la producción; el turismo genera efectos directos, indirectos e inducidos en la economía; el turismo crea más oportunidades de empleo y de incremento de la renta, el turismo presenta economías de escala mediante la estimulación de la inversión en bienes de capital, capital humano y tecnología (Shi y Li 2014, 995).

La promoción de turismo de un país puede ser transmitida de diferentes maneras. Una forma es la “tradicional”, donde la gente transmite sus impresiones hacia otras personas. Este aspecto es profundamente significativo, ya que si el viaje tuvo experiencias positivas, el turista recordará al país como un destino para recomendar o un lugar para visitar nuevamente en una próxima oportunidad. Esta clase de promoción tradicional “uno a uno”, tiene una conexión más real, ya que la percepción de un buen o mal viaje está ligada a compartir la experiencia que vivió el turista.

Por otro lado, una promoción “tecnológica” juega un papel preponderante en el sector turístico. Las redes sociales han restablecido los antiguos procesos de toma de decisiones, antes del surgimiento de los medios de comunicación, donde el intercambio de opiniones de familiares y amigos era la base para decisiones de compra o para la elección de un destino al viajar (Pan y Crotts 2012, 73-74).

El incremento en el uso de las tecnologías de información y medios de comunicación ha provocado cambios importantes en el comportamiento turístico en términos de organización del viaje y del comportamiento actual y posterior del viajero. Estos cambios están alterando procesos en la toma de decisiones del turista. Los consumidores consultan, escuchan y participan en la web sobre conversaciones acerca de vacaciones. El impacto de esta conducta recae en la toma de decisiones de los turistas para escoger los elementos de viaje (destino, alojamiento, actividades, restaurantes, etc.) un desenlace comprensible de los antecedentes del uso y la adopción de las redes sociales [...] crucial para los administradores turísticos y de negocios. (Parra-López y Gutiérrez-Taño 2012, 171)

Todas las versiones del turismo coinciden en que la promoción es la parte esencial al momento de introducir la imagen de un país como un producto. La manera de mostrar un país es una nueva oportunidad de captar mercados y

posicionarlo como un nuevo destino a nivel internacional. Tecnologías avanzadas son herramientas efectivas para transmitir información sobre los productos turísticos de una manera innovadora e interactiva. Este conjunto de parámetros genera una gran influencia sobre la toma de decisiones del turista. El desarrollo de campañas de difusión en las redes sociales y medios masivos de comunicación es una estrategia obligatoria para la promoción turística.

Existen varios reconocimientos que muestran el manejo en el ámbito turístico respecto a las campañas de promoción y publicidad. Uno de los reconocidos a nivel internacional son los Premios Alimara que reconocen el esfuerzo y la calidad del material de promoción turística tanto de instituciones públicas como de empresas. Estos premios están auspiciados por el Campus de Turisme, Hoteleria i Gastronomia (CETT) localizado en Barcelona – España. En la XXIX edición países de diferentes continentes se hicieron acreedores a distintos galardones. Los ganadores de campaña como mejor destino turístico fue “Si yo fuera de Bruselas” de la Oficina de Turismo de Bélgica y Wallonia, e “Innovación en tiempos de crisis” de la Agencia de Turismo de Cataluña. Bélgica y España son un ejemplo de la fortaleza que tiene Europa en las campañas de promoción turística, impulsadas con la participación del sector público. Tiempo atrás, el turismo de Europa estaba focalizado en Francia e Italia debido a ciudades referentes de turismo como París en Francia y Roma, Venecia y Milán en Italia. Ejemplos como Bélgica y España muestran la diversidad en aspectos turísticos que presenta Europa al mundo. Otro reconocimiento interesante fue entregado a la campaña “Perú, imperio de los tesoros escondidos” de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU). Perú es uno de los íconos en América Latina en la promoción y publicidad, su marca país es reconocida internacionalmente por las campañas en las que dan a conocer diferentes lugares turísticos del país.

La promoción del sector turístico por parte del gobierno, generalmente es financiada por los impuestos aplicados en el consumo de turismo, o del impuesto a la renta de los residentes. Por ejemplo, en India, los turistas pagan precios más altos por productos turísticos, ya que, los bienes públicos son gratuitos o sus actividades deterioran el medio ambiente. Otros países por el contrario, destinan un porcentaje del impuesto a la renta para apoyar al turismo. Por ejemplo, Tailandia gasta cerca del 3% del total del presupuesto de gobierno, en programas de promoción anuales (Shi y Li 2014, 996).

4. Implicaciones del turismo en América Latina

Latinoamérica es una de las regiones más grandes del planeta, su territorio se extiende desde México en América del Norte, atravesando por los países de Centroamérica, hasta Chile en América del Sur. Debido a su extensión, Latinoamérica es la región más diversa en el mundo en aspectos culturales, étnicos, geográficos, biodiversidad (Tünnermann 2007); y por ello Latinoamérica toma al turismo como un sector estratégico de su economía.

La diversidad en la región también presenta diferentes formas de gobierno, distintos problemas, así como diversos intereses de grupos en el sector. El efecto negativo de esta diversidad en el turismo es la polarización de los actores que se encuentran involucrados en la oferta turística. El ingreso no es distribuido de la mejor manera, y los beneficios van a las grandes élites (Wilson 2008, 3–5). Desafortunadamente, este problema está presente en varios sectores a más del turismo, a pesar de que el sector turístico ha ayudado a la promoción de pequeños negocios y a evitar restricciones dentro de la región.

El turismo ha demostrado que el régimen político no es primordial en el sector turístico, el punto central es el manejo de las políticas por parte del gobierno. El caso más visible en este aspecto es Cuba, el país socialista. Cuba ha establecido prácticas sustentables en eco-turismo y de promoción de la isla (Winson 2006, 6). El turismo constituye un ingreso relevante para Cuba, tomando en cuenta las restricciones que tiene el país debido a su régimen político. Este sector es uno de los que puede generar nuevos recursos a ser explotados.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) es una organización de las Naciones Unidas que busca el desarrollo en la región. Los encuentros de CEPAL tratan de conocer los segmentos más fuertes en Latinoamérica y el Caribe a fin de establecer metas en un determinado período. La CEPAL ha enfatizado que el turismo es un sector que puede ser explotado en la zona, debido a que todos los países de la región están interesados en promover e impulsar el turismo como parte importante de su desarrollo. El turismo no limita a países con distintas tendencias políticas o diferente nivel de crecimiento en la economía; todos los países tienen recursos turísticos que mostrar y promover.

La CEPAL ha diseñado diversas estrategias para impulsar el turismo en América Latina y el Caribe. Esta institución desea promover el turismo en la región

asegurando un balance dinámico entre la protección de la conservación ambiental y el desarrollo de los países. Otro de los puntos de CEPAL es preservar el patrimonio natural y cultural de los pueblos en Latinoamérica y el Caribe, porque este tipo de conocimientos es parte del vínculo entre ecología y desarrollo. Dentro de este aspecto de sustentabilidad se encuentra también el ecoturismo.

La mayoría de países en Latinoamérica y el Caribe son agro productores, es decir que la agricultura se realiza con niveles técnicos para asegurar la calidad del producto destinado al consumo interno así como para la exportación. En el año 2015 la región representó el 15% de la exportación mundial de producción agrícola y alimentos (Moreno 2016). Esta estructura de la economía latinoamericana, vuelve indispensable el vínculo entre agricultura y medio ambiente para la sustentabilidad del turismo. El sector turístico en la región ha tenido un considerable incremento desde los años 70's (Mings 1980 336-337) con una tendencia favorable, y un crecimiento próspero. Bailey y Richardson (2010, 369) puntualiza que “Desde la perspectiva de gobierno, las decisiones económicas deben incluir el tamaño de las inversiones en infraestructura necesaria para apoyar un destino turístico, la intensificación en la comercialización del destino y en los costos fiscales destinados a atraer nuevas inversiones”. Tanto decisiones económicas como políticas son cruciales dentro del clúster de turismo.

El Foro Económico Mundial dentro de sus estadísticas analiza el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo. Este índice ubica a los países dentro de un ranking en base a la calificación que obtienen de 75 indicadores que se agrupan en tres categorías: (1) marco regulatorio de viajes y turismo, (2) ambiente de negocios e infraestructura del sector, y (3) recursos humanos, naturales y culturales. La primera categoría está relacionada con las políticas bajo competencia del gobierno, la segunda capta los elementos del entorno empresarial e infraestructura, y la tercera categoría mide los elementos humanos, naturales y culturales que posee cada país. El conjunto de datos incluye información ejecutiva de encuestas anuales realizadas por el Foro Económico Mundial, datos de fuentes públicas, de organismos internacionales e instituciones especializadas como la Organización Mundial de Turismo, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo. La encuesta señalada se lleva a cabo entre los directores generales y los principales líderes empresariales que proporcionan

información sobre el ambiente institucional y empresarial, temas específicos relacionados con viajes y turismo, y la calidad del medio ambiente.

En el cuadro 3 se detallan los países que se encuentran en los diez primeros lugares a nivel regional en América Latina y el Caribe para los años 2009, 2011 y 2013 referente al Índice de Competitividad de Viajes y Turismo. Los países analizados en el año 2009 fueron 133, en el año 2011 constituyeron 139 países, y en el año 2013 140 países. La calificación máxima del índice es 7/7 puntos.

Cuadro 3
Índice de Competitividad de Viajes y Turismo
Región América Latina y El Caribe

País	2009			2011			2013		
	Ranking Regional	Ranking Mundial / 133	Calificación	Ranking Regional	Ranking Mundial / 139	Calificación	Ranking Regional	Ranking Mundial / 140	Calificación
Barbados	1	30	4,77	1	28	4,84	1	27	4,88
Costa Rica	2	42	4,42	3	44	4,43	4	47	4,44
Brasil	3	45	4,35	5	52	4,36	5	51	4,37
México	4	51	4,29	2	43	4,43	3	44	4,46
Puerto Rico	5	53	4,27	4	45	4,42	6	52	4,36
Panamá	6	55	4,23	6	56	4,3	2	37	4,54
Chile	7	57	4,18	7	57	4,27	7	56	4,29
Jamaica	8	60	4,13	10	65	4,12	10	67	4,08
Uruguay	9	63	4,09	8	58	4,24	8	59	4,23
Argentina	10	65	4,08	9	60	4,2	9	61	4,17

Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) – Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

Barbados es el país que se encuentra en primer lugar en la región de América Latina y el Caribe, manteniéndose en esa ubicación desde el año 2009. Barbados ha demostrado una actitud positiva hacia los turistas y hacia el valor del turismo en el país. El gobierno de Barbados destina cantidades importantes del PIB al sector turístico, que se evidencian en campañas de marketing para promocionar a Barbados como destino turístico, además que el país se hace presente en ferias internacionales de turismo. Por otro lado, el monitoreo al sector turístico es relevante, realizando esfuerzos significativos para recopilar datos que midan la actividad turística en forma oportuna. Desde el segundo al décimo lugar, las posiciones han variado en los tres años, a pesar de que los países se han mantenido en los diez primeros lugares de la región. Panamá es uno de los países que ha mejorado notablemente en el tema de

turismo ascendiendo al sexto lugar en los años 2009 y 2011, al segundo lugar en el año 2013. El cambio se debe específicamente a la mejora de infraestructura turística y el avance en la calidad del transporte terrestre. Otros países que se han mantenido en los primeros lugares son México por sus Patrimonios Culturales, Brasil por sus recursos naturales y Chile por su manejo en cuanto a políticas turísticas (Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2013, 17).

5. Implicaciones del turismo en Ecuador y Colombia

Ecuador se encuentra en la zona noroccidental de América del Sur, y es uno de los países más diversos en cuanto a flora y fauna, además tiene varios lugares y ciudades que son Patrimonio Cultural de la Humanidad declarados por la UNESCO. Todos estos atractivos llevaron a que en los últimos años, el país gane varios premios a nivel internacional como un destino para visitar.

La economía ecuatoriana se basa en dos grupos de productos: primarios e industriales. Los productos primarios representan más del 50% de las exportaciones donde se incluye el petróleo que es el principal bien de exportación, también se encuentran en este grupo banano, flores, cacao; entre otros productos catalogados como tradicionales debido a la periodicidad de su exportación. Por todas estas particularidades, Ecuador se enmarca dentro de los países exportadores de productos primarios (petroleros, productos agrícolas y pesca).

Ecuador sufrió una crisis de inestabilidad política durante una década, desde 1997 hasta 2007, en que tuvo siete presidentes, entre constitucionales e interinos; pese a que la Constitución de la República establece que el período presidencial es de cuatro años. Este desequilibrio provocó que las políticas públicas se enfoquen netamente en temas coyunturales dando prioridad a la estabilidad económica del país, mientras que se dejaron fuera políticas de incentivos y desarrollo a la producción de bienes y promoción de servicios.

En esta época de desequilibrio político y económico, el turismo no era un eje prioritario, y no existía continuidad en las políticas establecidas, ya que si bien se plantearon cambios importantes como la emisión de la Ley de Turismo en el año 2002, la emisión del reglamento general de actividades turísticas y el Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador 2020 (Caiza M. y Molina E 2012, 21); el seguimiento a la aplicación de estos instrumentos normativos fue muy desordenado, con poco seguimiento y sin metas específicas. Desde 2007, Rafael

Correa Delgado fue electo presidente del Ecuador, y junto a su gabinete inició un proceso de cambio en temas de reestructuración económica, política y social, donde uno de los ejes estratégicos fue el fomento al sector turístico, incluso ubicándolo como producto estrella dentro de las exportaciones de servicios.

Coles y Scherle (2007, 217-240) resaltan que el turismo es una fuente de poder, que necesita una relación social y política; en este sentido, el vínculo de las políticas de promoción del turismo con la población local, desencadenó en una ola masiva de difusión por parte de los turistas locales hacia el exterior, resaltando las formas de turismo (ecológica, cultural, aventura, etc.) y los atractivos de Ecuador. Esta manera de promocionar, ayudó a que los turistas locales se apropien de los atractivos del país y que los turistas extranjeros se interesen por conocerlos; es así que uno de los objetivos del Ministerio de Turismo para los turistas locales, establecido en el Plan de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE) 2014 (2009, 5) es “Posicionar a Ecuador como destino del Buen Vivir con sentido de pertenencia para los ecuatorianos”.

Ecuador ostenta ventajas turísticas importantes como su diversidad biológica, cultural y geográfica, su clima y el tamaño del país; sin embargo, también debe afrontar serios problemas como mantener una oferta turística de calidad, ya que poco a poco la informalidad en los servicios turísticos ha ocasionado una explotación inadecuada de los bienes patrimoniales, culturales y naturales.

Ecuador posee claras ventajas comparativas vinculadas a su patrimonio natural y cultural, potenciadas por su enorme biodiversidad. Sin embargo, no ha logrado construir ventajas competitivas claras que lo diferencien de sus competidores. Las principales falencias del país están vinculadas a la manera en la cual se gestiona este patrimonio, y como los agentes económicos participan y se benefician de él. De hecho, la proliferación de la informalidad, la competencia por precio atenta contra el establecimiento de una oferta turística de calidad que incorpore cabalmente los criterios de sostenibilidad ambiental y cultural. (Calderón, s.f., 8)

Según datos del Banco Mundial, el turismo en Ecuador ha crecido en un 44,21% de 2003 a 2013 en relación al número de turistas que ingresan al país. El cuadro 4 detalla el número de turistas que ingresaron a Ecuador en esta década; se puede observar que existen tasas positivas para cada año, a excepción de 2006 y 2009 que registran tasas de crecimiento negativas. El año 2006 refleja la crisis

política que vivió el país en 2005, cuando el presidente constitucional Lucio Gutiérrez fue derrocado tras varios actos de corrupción.

La destitución del presidente Lucio Gutiérrez no terminó con el descontento popular y los problemas políticos en el país. Esta semana el Parlamento tiene el reto de empezar a tratar la reforma orgánica de la Función Judicial para nombrar nuevos magistrados. También está pendiente la reestructuración de los tribunales Constitucional y Electoral. Ecuador, una vez más, vive una situación de caos. Tras la caída de Lucio Gutiérrez, los escenarios futuros son de incertidumbre con un relevo presidencial cuestionado, sin Corte Suprema de Justicia, un Congreso autodesterrado y con una clase política desprestigiada a la que parte de la ciudadanía ha dado muestras de desprecio. (El Universo 2005).

El incremento en el número de turistas se elevó considerablemente en 2007 a 10,25%, una de las tasas anuales más altas de la década. La tasa de crecimiento negativa del 2009, es consecuencia de la crisis económica mundial que se vivió en 2008. La incidencia de factores sociales, políticos y económicos demuestra que el sector turístico se ve afectado por agentes y factores tanto internos como externos.

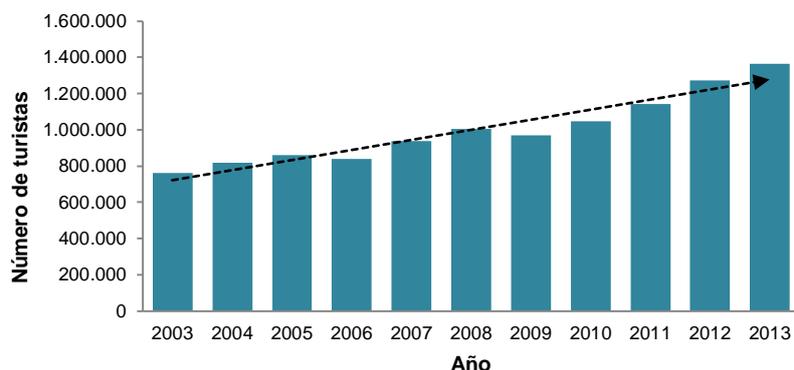
Cuadro 4
Número de Turistas que llegan a Ecuador

Año	Número de turistas	Tasa de Crecimiento
2003	761.000	-
2004	819.000	7,08%
2005	860.000	4,77%
2006	841.000	-2,26%
2007	937.000	10,25%
2008	1.005.000	6,77%
2009	968.000	-3,82%
2010	1.047.000	7,55%
2011	1.141.000	8,24%
2012	1.272.000	10,30%
2013	1.364.000	6,74%

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

El gráfico 2 muestra que la evolución del número de turistas que llegan al país es positiva y registra el incremento en la cantidad de visitantes cada año. El año 2012 mostró el mayor crecimiento de la década, con un aumento anual del 10,30%.

Gráfico 2
Número de Turistas que Llegan a Ecuador



Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

Ecuador limita en su frontera norte con Colombia, país que transformó su imagen de inseguridad por un perfil positivo mostrándose, al mundo como un destino de descanso. La diversidad de su territorio, especialmente de sus playas hace que Colombia sea cada vez más atractiva para los turistas.

La economía colombiana, según datos del Ministerio de Industria Comercio y Turismo, se basa en el petróleo como primer producto de exportación, seguido del carbón, aceites de petróleo, oro y café. El café colombiano es una “marca país” reconocida a nivel mundial, debido a las políticas de promoción que lo han posicionado en los mercados internacionales.

Por otro lado, Colombia enfrentó desde hace varias décadas un conflicto armado interno, pero actualmente los diálogos y negociaciones de paz entre el presidente Juan Manuel Santos como representante del Gobierno de Colombia y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) culminaron con la firma del “Acuerdo para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera” el 24 de noviembre de 2016. Este acuerdo busca superar la inseguridad extrema que prevaleció dentro del país, convirtiéndolo en un territorio frágil, marcado por la presencia de grupos guerrilleros, de narcotráfico y droga. El cambio efectivo de seguridad en Colombia se dio a partir de la segunda presidencia de Álvaro Uribe iniciada en el 2006, donde se insertó a la sociedad civil como actor principal para denunciar homicidios, secuestros, y vulnerabilidad de derechos humanos.

El presidente Uribe y su gobierno comenzaron con una política clara de definición de los parámetros bajo los cuales se iba a desarrollar la política de seguridad y la eventual posibilidad de entrar en procesos de paz. A continuación se esbozan de manera sintética.

Primero, el país necesitaba recuperar la confianza, una confianza basada en la posibilidad de tener una seguridad para todos los ciudadanos, que el Presidente ha llamado “seguridad democrática.” Para todos significa tanto amigos del gobierno como opositores del gobierno, con independencia de cualquier condición de las personas. Recuperar la confianza que permite, entre otras cosas, aumentar la inversión—y en la medida que aumenta la inversión, aumenta y crece la economía—y garantizar mejores condiciones de empleo.

Bajo este esquema, el presidente Uribe fue muy claro al decir que el Estado iba a aplicar todo el rigor para combatir a los terroristas pero, al mismo tiempo, toda la generosidad para recibir a aquellos que de manera inmediata quisieran reintegrarse a la sociedad. El Presidente ha tenido desde el principio una política de mano dura frente al terrorismo. Pero al mismo tiempo, Uribe ha sido explícito—y ha habido muestras de ello—de que en la medida que hayan señas claras y definidas de que esas personas quieren dejar el terrorismo, él está dispuesto a incorporarlos dentro de los esquemas que facilitan la democracia y el Estado colombiano. (Bermúdez 24, 2007)

El gobierno de Colombia también se encuentra en una fase de diálogos de paz con el Ejército de Liberación Nacional (ELN), la última guerrilla activa en el país; sin embargo, este proceso ha encontrado complicaciones tras varios atentados atribuidos a este grupo guerrillero, además de que el ELN estaría tomando las zonas abandonadas por las FARC para agrandar su influencia (El Universo 2017). La inseguridad continúa como uno de los puntos principales a combatir, a fin de evitar el resurgimiento de nuevos grupos armados, no obstante, las prolongadas fases de diálogo y, la firma del acuerdo de paz entre el gobierno colombiano y la principal fuerza armada del país, las FARC ha permitido vislumbrar la paz y la esperanza de un futuro sin guerrillas en Colombia.

Este ambiente de cambios positivos, permitió que el turismo se desarrolle y explotar nuevos destinos como Antioquia donde se encuentra el famoso Municipio de Guatapé, Nariño con el Santuario de las Lajas, Putumayo y la Cascada del Fin del Mundo; así como reafirmar los lugares turísticos que por historia han sido íconos en Colombia: Cartagena, Santa Marta, el archipiélago de San Andrés, entre otros lugares conocidos por sus atractivos naturales, históricos y culturales (El Tiempo 2016). El cuadro 5 muestra el número de turistas que visitaron Colombia entre 2003 y 2013. Desde el año 2007 a 2009 se muestra un crecimiento positivo pero

desacelerado en cuanto a la cantidad de turistas que llegaron al país, hasta el año 2010 donde existe una tasa de crecimiento negativa, producto de la falta de dinamismo en la economía colombiana.

La desaceleración de la economía colombiana iniciada en 2008 se profundizó en 2009, año que registra la tasa de crecimiento más baja de la década. La economía de Colombia aumentó el 0,4% en 2009. La pérdida de dinamismo en la demanda interna y externa se explica fundamentalmente por la crisis financiera en los Estados Unidos que comenzó a mediados de 2007 y alcanzó su punto máximo en el último trimestre de 2008. Esta repercutió en la economía colombiana, con menores exportaciones e importaciones, reducción de precios de los productos básicos, pérdida de confianza y menor dinámica en las remesas y los flujos de capital. (Zúñiga y Castillo 2012, 70)

Nuevamente se demuestra el vínculo entre los aspectos económicos de un país y la dinámica del turismo. Desde el año 2011 se retoma nuevamente la tasa de crecimiento positiva en el número de turistas que llegan a Colombia.

Cuadro 5
Número de Turistas que Llegan a Colombia

Año	Número de turistas	Tasa de Crecimiento
2003	625.000	-
2004	791.000	20,99%
2005	933.000	15,22%
2006	2.045.000	54,38%
2007	2.254.000	9,27%
2008	2.317.000	2,72%
2009	2.364.000	1,99%
2010	1.405.000	-68,26%
2011	2.042.000	31,19%
2012	2.175.000	6,11%
2013	2.288.000	4,94%

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

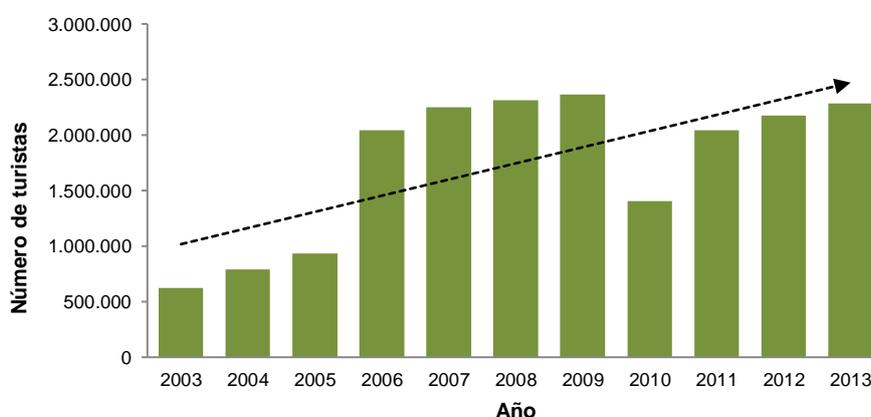
El gráfico 3 muestra que la tendencia de número de turistas que llegan al país es positiva con una perspectiva de crecimiento, sin embargo se observa un crecimiento volátil con cambios bruscos, especialmente en la baja que tuvo la visita de turistas en 2010. El año 2006 tuvo el mayor crecimiento de la década con un 54,38%.

El crecimiento del número de turistas permite diferenciar 3 fases marcadas. La primera del año 2004 al 2007 que muestra tasas de crecimiento muy altas, en la que también se señalan acontecimientos importantes para el turismo de Colombia: en el año 2005 por primera vez el Departamento de Estado de los Estados Unidos no recomienda expresamente a sus ciudadanos abstenerse de viajar a Colombia, sin embargo aconseja evitar los desplazamientos vía terrestre; en el año 2006 se crea el Viceministerio de Turismo como entidad gubernamental que rige y coordina los temas relacionados con turismo; en el mismo año el aeropuerto José María Córdova de Rionegro (Antioquia) es acogido como el primer destino trasatlántico del Airbus A380, el avión comercial más grande del mundo; en el año 2007 ingresa a Colombia Easy Fly, la primera aerolínea bajo costo, que opera entre ciudades intermedias (El Tiempo 2008).

La segunda fase del año 2008 al 2010 donde las tasas de crecimiento bajan significativamente como consecuencia de la crisis global del año 2008 con un efecto rebote en el año 2010 llegando a una tasa de crecimiento negativa del 68,26%.

La tercera fase del año 2011 al 2013 en la que nuevamente se muestran tasas de crecimiento positivas menores a la primera fase, sin embargo, en esta fase, el número de turistas que llegaron al país no superó la cantidad del año 2009 con 2'364.000 turistas. En esta fase, en el año 2011 se promocionaron nuevos nichos de mercado como el turismo religioso y de bienestar, además de ofrecer nuevos atractivos como buceo, golf, observaciones de aves, entre otros (El País 2012).

Gráfico 3
Número de Turistas que Llegan a Colombia



Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

Capítulo tercero

Instrumentos de promoción del turismo

En este capítulo se revisan las políticas de promoción del turismo y especialmente los instrumentos que se utilizan, primero a nivel internacional y luego en el caso específico del Ecuador y Colombia; esa revisión contempla el análisis del marco regulatorio, del ambiente de negocios y de las características fundamentales de la operación del turismo en los dos países. A continuación se comparan las políticas de promoción del turismo y los instrumentos utilizados en los dos países.

1. Principales instrumentos de promoción del sector turístico

La promoción del turismo es el eje medular en el manejo del sector, debido a la gama de oferta turística en el mundo. El objetivo de la promoción turística es dar a conocer un destino a nivel internacional, a fin de posicionarlo y recibir réditos económicos por la permanencia de un turista en el lugar.

La promoción turística, según Victor Middleton, son todas las formas que se utilizan para hacer con que los clientes se den cuenta de los productos, que aguce sus deseos y estimule la demanda (Middleton 2001:90). Manuel Blanco añade que es una actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejora de las operaciones de la industria (Blanco 1990:100). (en Da Cruz y De Camargo 2008)

Para desarrollar la promoción del turismo es importante la conjugación de dos elementos: el sector público y el sector privado, mediante la unión de los recursos que cada uno posea. El Estado mediante los mecanismos de administración pública se encarga de instrumentar las políticas y acciones para lograr el fortalecimiento de la actividad turística, para ello debe coordinar la gestión participativa de instituciones públicas y privadas. El sector público se constituye en el principal actor capaz de administrar los recursos turísticos en forma eficiente, con un criterio sustentable, y con una estrategia que contemple incentivos y adecuados controles (Benseny, s.f., 4).

Por otro lado, en el sector privado se combinan varios intereses que actúan de forma independiente; eso permite generar una competencia adecuada en la oferta actividades y establecimientos turísticos.

Las estrategias sólidas de desarrollo económico basadas en el turismo requieren el interés público y las entidades privadas que compartan una visión común de las oportunidades, los retos y las percepciones que enfrentan la industria del turismo. Esta comprensión es fundamental para la coordinación de políticas y la promoción. [...] Los negocios basados en turismo crean puestos de trabajo, genera ventas locales e ingresos fiscales, que pueden ayudar a diversificar la base económica de una región. Sin embargo, la industria del turismo podría necesitar una coordinación de esfuerzos a fin de maximizar su rendimiento. (Dudensing, Hughes y Shields 2011, 1453 - 1454)

Para medir la promoción turística es necesario tomar indicadores específicos a fin de analizar la trayectoria y evolución de cada variable, es así que como referencia se utilizarán los indicadores del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo de los años 2009, 2011 y 2013. Este reporte es elaborado por el Foro Económico Mundial con la colaboración de varias entidades involucradas en el sector de viajes de turismo como la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), la Organización Mundial de Turismo (OMT); aerolíneas como Delta, Jet Airways, Lufthansa, Etihad Airways; hoteles como Hilton, Marriott, Safan y Starwood Hotels & Resorts; y encuestas a empresarios vinculados con el sector. Los indicadores detallados en el reporte buscan dar un diagnóstico de los viajes y turismo, y proporcionar una plataforma de análisis para las partes interesadas en el desarrollo del sector.

En esta revisión también se incluirán datos del Banco Mundial para complementar el detalle de cada variable.

Los indicadores están divididos en tres categorías:

- a. Marco regulatorio,
- b. Ambiente de negocios e infraestructura y,
- c. Recursos humanos, culturales y naturales

Marco regulatorio: En este grupo se encuentran los elementos vinculados con las políticas gubernamentales relacionadas con el sector turístico, que se detallan las siguientes variables:

- Políticas y reglamentos: Recoge el ambiente político para un correcto desarrollo del sector de viajes y turismo donde se visualiza el manejo gubernamental y su impacto en el sector.

- Sostenibilidad ambiental: Mide la trascendencia de un destino al largo plazo, en base a las políticas de protección ambiental aplicadas por el gobierno.
- Protección y seguridad: Determina el manejo público de protección en el país a fin de evitar crímenes, violencia y terrorismo.
- Salud e higiene: Incluye las medidas para precautelar por la salud de los turistas, así como el buen manejo del servicio de salud en caso de enfermedad.
- Priorización del sector turístico: Verifica la importancia del turismo como sector prioritario, no únicamente en el ámbito público, sino también en cuanto a la respuesta del sector privado.

Ambiente de negocios e infraestructura: En este segmento se encuentran elementos vinculados al ambiente de negocios que se generan para el sector turístico; también se detalla la infraestructura que presenta el país al exterior. Dentro de este grupo se encuentran las siguientes variables:

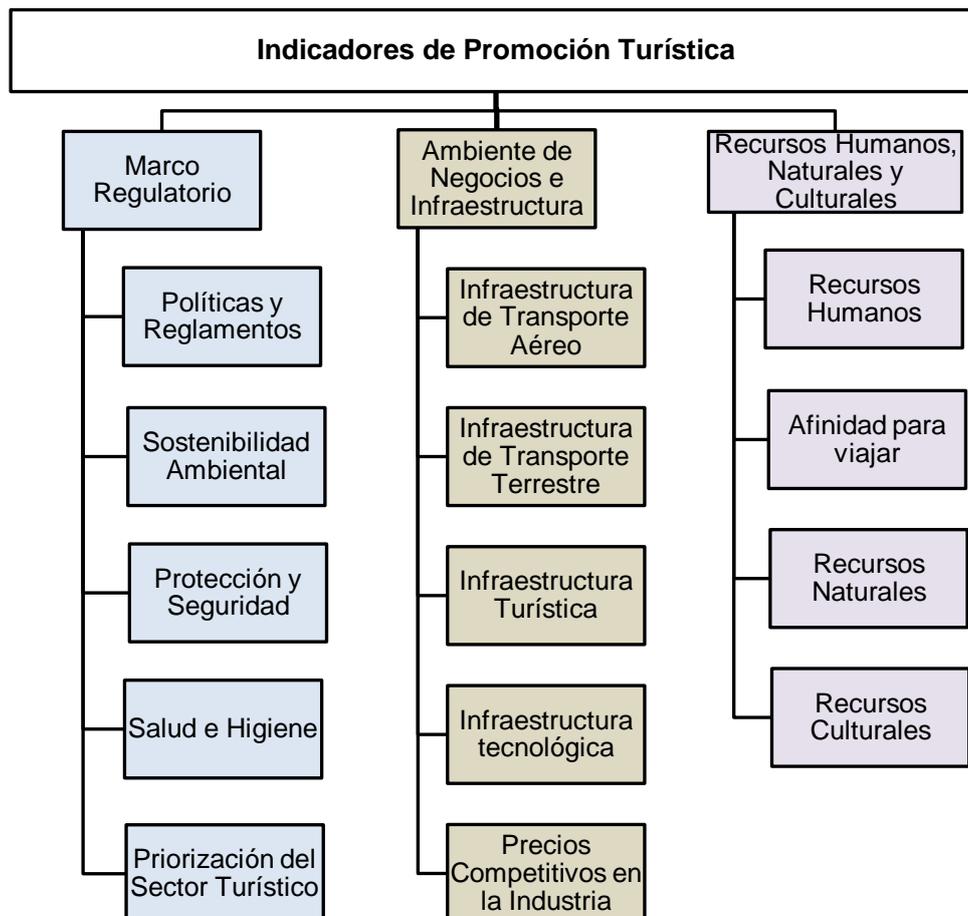
- Infraestructura de transporte aéreo: Mide la calidad del transporte aéreo existente, así como el acceso de rutas desde y hacia el país tanto en vuelos domésticos como internacionales.
- Infraestructura de transporte terrestre: Toma en cuenta la calidad de las vías, puertos, y acceso de rutas dentro del país.
- Infraestructura turística: Verifica infraestructura general para el desarrollo del turismo como sector hotelero, renta de vehículos, y herramientas para el uso de transacciones de negocios en tema de turísticos.
- Infraestructura tecnológica: Mide el uso, manejo y fuerza de mercado en tecnologías como internet, líneas telefónicas, banda ancha, etc.
- Precios competitivos en la industria de viajes y turismo: Coteja la información de costos tomando la paridad del poder de compra en bienes y servicios que se relacionan al sector turístico.

Recursos humanos, culturales y naturales: Este grupo captura los elementos referentes a la dotación de recursos humanos y a los aspectos culturales y naturales que existen en el país. En este segmento se encuentran las variables:

- Recursos humanos: Mide el número de personal involucrado y calificado en el sector turístico, así como su perspectiva de crecimiento.
- Afinidad para viajar: Identifica la apertura del país y la sociedad hacia el turismo y a los turistas extranjeros.
- Recursos naturales: Toma en cuenta los atractivos medioambientales que ofrece el país hacia el exterior, y su diversidad en cuanto a flora y fauna. En este grupo se identifican los Patrimonios Culturales de la Humanidad decretados por la UNESCO.
- Recursos culturales: Identifica el atractivo cultural que posee el país.

La figura 2 detalla la composición de los indicadores que conforman cada uno de los grupos de análisis.

Figura 2
Composición de los tres indicadores en el análisis de promoción turística



Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

2. Principales instrumentos de promoción turística en Ecuador

Ecuador de manera general, ha incrementado su ranking en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo desde 2009 a 2013. En 2009, el país se encontró en el lugar 96 de 133 países, y se ubicó en la casilla 18 entre los países de América Latina y El Caribe. Para el año 2011, Ecuador subió al lugar 87 de 139 países en el ranking mundial y a la casilla 16 en el ranking regional. En 2013 Ecuador mejoró notablemente su índice ubicándose en el lugar 81 de 140 países, y en la casilla 12 a nivel regional. Estos cambios evidencian que se han manejado políticas de competitividad turística de manera óptima, en especial con lo referente a campañas de promoción y publicidad. En los últimos años se han buscado espacios de difusión masiva como el *Super Bowl* donde en 2015 Ecuador con su campaña “*All you need is Ecuador*” se convirtió en la primera marca país en pautar durante este evento deportivo (El Comercio 2015). El cuadro 6 muestra el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo para Ecuador.

Cuadro 6
Índice de Competitividad de Viajes y Turismo - Ecuador

2009			2011			2013		
Ranking Regional América Latina y El Caribe	Ranking Mundial / 133	Calificación /7	Ranking Regional América Latina y El Caribe	Ranking Mundial / 139	Calificación /7	Ranking Regional América Latina y El Caribe	Ranking Mundial / 140	Calificación /7
18	96	3,72	16	87	3,79	12	81	3,93

Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.

Elaboración propia.

Respecto a los indicadores de promoción turística, dos de los índices de análisis –marco regulatorio y ambiente de negocios e infraestructura– se encuentran ubicados en la media inferior del ranking a nivel internacional. En los tres años se observa que el índice más bajo es el referente a “marco regulatorio”, lo que demuestra que una de las debilidades que existe en Ecuador, es la referente al conjunto de políticas y reglamentos que norman el turismo, donde se encuentran inmersos los sectores vinculados para el desarrollo en conjunto de las actividades turísticas. El índice también demuestra la falta de seguimiento de las metas y objetivos planteados dentro de las políticas implementadas para el sector turístico.

A partir del año 2007 se elaboran diagnósticos del turismo en el país, como el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador – PLANDETUR 2020 – elaborado por Tourism & Leisure Advisory Services – Europraxis, el Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno del Ecuador, elaborado por Tourism & Leisure Advisory Services, el Ministerio de Turismo del Ecuador y el Fondo de Promoción Turística, en el que señalan metas claras en el largo plazo, para posicionar al país como destino turístico; también se incluye las acciones que se deben realizar desde el sector público para cumplir con cada uno de los objetivos.

El cuadro 7 detalla los indicadores de promoción turística con su respectivo ranking mundial.

Cuadro 7
Indicadores de Promoción Turística - Ecuador

	2009		2011		2013	
	Ranking Mundial / 133	Calificación	Ranking Mundial / 139	Calificación	Ranking Mundial / 140	Calificación
<i>Marco regulatorio</i>	103	4,0	93	4,2	85	4,4
Políticas y reglamentos	126	3,2	124	3,6	89	4,3
Sostenibilidad ambiental	86	4,2	75	4,5	65	4,6
Protección y seguridad	99	4,5	90	4,4	104	4,0
Salud e higiene	73	4,4	82	4,4	76	4,6
Priorización del sector turístico	106	3,7	82	4,4	76	4,3
<i>Ambiente de negocios e infraestructura</i>	97	2,9	93	3,3	83	3,4
Infraestructura de transporte aéreo	86	2,7	76	2,8	84	2,7
Infraestructura de transporte terrestre	119	2,4	118	2,8	79	3,3
Infraestructura turística	89	2,1	86	2,9	84	3,2
Infraestructura tecnológica	85	2,4	86	2,8	98	2,4
Precios competitivos en la industria	40	5,0	36	5,0	11	5,2
<i>Recursos humanos, naturales y culturales</i>	62	3,9	64	3,9	56	4,0
Recursos humanos	98	4,6	102	4,5	88	4,7
Educación y entrenamiento	101	4,0	84	4,4	86	4,5
Disponibilidad de personal calificado	97	5,1	117	4,6	88	4,9
Afinidad para viajar	117	4,2	109	4,3	123	4,1
Recursos naturales	19	4,7	25	4,5	13	5,3

	2009		2011		2013	
	Ranking Mundial / 133	Calificación	Ranking Mundial / 139	Calificación	Ranking Mundial / 140	Calificación
Recursos culturales	71	2,2	73	2,2	76	2,2

Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

En los indicadores de este índice se señalan algunas bajas en el ranking entre el año 2011 y el año 2013. El índice de “protección y seguridad” se incrementó del año 2011 al 2013, denotando mayor inseguridad en el país. En este período de tiempo sucedieron varios hechos lamentables con turistas extranjeros que se difundieron incluso en la prensa internacional. En el año 2012, en el Cuyabeno (Provincia de Sucumbíos) seis desconocidos robaron documentos y objetos personales a 20 turistas (europeos, chilenos y estadounidenses); en el mismo año y lugar dos turistas de origen australiano y británico fueron secuestradas, al día siguiente fueron rescatadas por las Policía y las Fuerzas Armadas (El Comercio 2013). Sin duda uno de los crímenes que más conmovió al país, fue el asesinato en el año 2013 del turista japonés Hitomi Tet Suo quién llegó al país junto a su esposa para celebrar su luna de miel. Tras este hecho, al menos cinco medios de Japón, llegaron a Ecuador para cubrir este siniestro caso (El Comercio 2013).

En cuanto a la baja del índice “infraestructura de transporte aéreo”, factores como el cierre definitivo del aeropuerto Reales Tamarindos en la ciudad de Portoviejo provincia de Manabí a finales del año 2011, y el cierre temporal del aeropuerto Eloy Alfaro de Manta, en la misma provincia en septiembre de 2012, por mantenimiento en la pista, causó inconvenientes para los turistas que seleccionaron a Manabí como destino turístico (El Universo 2012). Si bien Ecuador es un país de fácil acceso por el tamaño de su territorio, estos incidentes cierran las posibilidades de escoger un destino específico cuando el turista tiene un tiempo limitado de visita al país.

En referencia a la “infraestructura tecnológica”, la tecnología de la información y comunicación (TIC), aún no se encuentra explotada en su totalidad en el país. Si bien se ha incrementado el uso del Internet como medio de información para el turista no residente, el primer medio por el que el turista conoce a Ecuador es a través de sus familiares y amigos (Quito Turismo 2013, 23).

El gráfico 4 muestra el cambio de los indicadores de promoción turística en Ecuador. El indicador con mejor ubicación en los tres años es el referente al de “Recursos humanos, naturales y culturales”, que se encuentra en la media superior del ranking a nivel internacional. Esto evidencia que existen políticas de protección de recursos naturales plasmadas a nivel legal, en base a los artículos de derechos de la naturaleza inscritos en la Constitución de la República. En cuanto a los recursos culturales, se aplican políticas de fortalecimiento de identidad nacional a partir de las diversidades, y se promueve la construcción de conocimientos culturales como base de la formulación de la política pública (Ministerio de Cultura 2011).

Los cuatro ejes programáticos de las políticas públicas culturales podrían ir acompañados de una idea fuerza, tomando en consideración la perspectiva integral y simbólica de la cultura, de la siguiente manera:

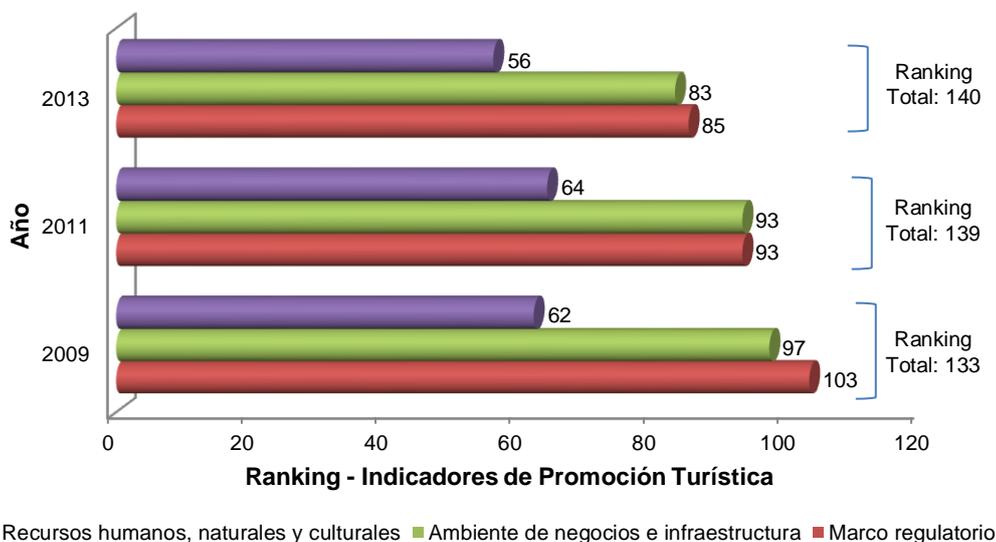
Descolonización: afirmación de lo propio negado por la colonialidad del saber y del poder, para una inclusión de la población multicultural, y así escapar de la hegemonía simbólica de los dominadores.

Derechos Culturales: posibilidades de acceso a la circulación simbólica de la diversidad creativa de los colectivos, en condiciones de igualdad.

Emprendimientos Culturales: fomento a la producción, comercialización y consumo masivos de contenidos simbólicos, sobre la base del respeto a los derechos de los creadores, valorando lo propio.

Nueva Identidad Ecuatoriana Contemporánea: cuestionamiento simbólico de la autoreferencialidad sobre lo ecuatoriano, para asumir con orgullo una nueva identidad intercultural en construcción. (Abad 2013, 63 – 64)

Gráfico 4
Indicadores de Promoción Turística - Ecuador



Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

2.1 Marco Regulatorio

Para evidenciar los resultados que se reflejan en los Indicadores de Promoción Turística en Ecuador, se tomaron nuevas variables según información del Banco Mundial. Con referencia al “Marco Regulatorio” que define el manejo de políticas dentro del país, se analizará la Inversión Extranjera Directa, como la entrada neta de capital medido dentro de los indicadores macroeconómicos. Adicionalmente, se revisarán datos respecto al Gasto en Turismo Internacional, a fin de identificar la fluctuación de este parámetro a lo largo del tiempo. Un indicador importante dentro del análisis es el tiempo necesario para iniciar un negocio, lo que ayudará a identificar si existen políticas eficientes de incentivo al sector privado, o si se encuentran trabas en el ambiente de negocios. Por último se analizará el número de homicidios en el país, para evaluar la política de seguridad, factor clave en el desarrollo del turismo. El cuadro 8 detalla los indicadores referentes al PIB, Inversión Extranjera Directa y Gasto en Turismo en Ecuador.

Cuadro 8
Indicadores Macroeconómicos - Ecuador
Millones de dólares

Indicadores						
Año	Producto Interno Bruto (PIB)	Tasa de Crecimiento PIB	Inversión Extranjera Directa (IED)	Tasa de Crecimiento IED	Gasto en Turismo Internacional (GTI)	Tasa de Crecimiento GTI
2003	32.432,86		871,51		500,00	
2004	36.591,66	11,37%	836,94	-4,13%	577,00	13,34%
2005	41.507,09	11,84%	493,41	-69,62%	644,00	10,40%
2006	46.802,04	11,31%	271,43	-81,78%	706,00	8,78%
2007	51.007,78	8,25%	193,87	-40,00%	733,00	3,68%
2008	61.762,64	17,41%	1.057,56	81,67%	790,00	7,22%
2009	62.519,69	1,21%	307,69	-243,71%	806,00	1,99%
2010	69.555,37	10,12%	162,96	-88,82%	863,00	6,60%
2011	79.276,66	12,26%	643,59	74,68%	917,00	5,89%
2012	87.623,41	9,53%	584,58	-10,09%	944,00	2,86%
2013	94.472,68	7,25%	725,05	19,37%	987,00	4,36%

Fuente: Banco Mundial.
 Elaboración propia.

La Inversión Extranjera Directa es el reflejo macroeconómico del ingreso de capital al país. En el caso ecuatoriano, la tasa de crecimiento de este índice ha fluctuado entre valores negativos durante la década de 2003 a 2013, con excepción de los años 2008 y 2011 donde se registran índices positivos. En 2011, se recibieron cantidades considerables de inversión por parte de China, que inyectó capital para la construcción de varios proyectos, sobre todo hidroeléctricos. (El Tiempo 2011).

A primera vista, el monto de la inversión extranjera - de 2013 - en Ecuador es un hecho destacable, es el segundo más alto en la administración de Rafael Correa, solo por debajo del registrado en el 2008, cuando se contabilizó USD 1 058 millones, según el Banco Central del Ecuador. El promedio de los últimos siete años bordea los 520 millones, un monto insuficiente para cubrir las necesidades del país, según los gremios empresariales, quienes han venido demandando incentivos y reglas claras para invertir, ya que el Ecuador se está quedando rezagado respecto a países vecinos como Perú y Colombia. Ambos reciben no solo más inversión que Ecuador, sino que también han firmado acuerdos comerciales que abren mercado a sus productos. (Revista Líderes 2013)

El Gasto en Turismo Internacional también muestra tasas de crecimiento que van disminuyendo a lo largo del tiempo, sin llegar a ser negativas. Es importante

destacar que cada año de la década de 2003 a 2013, el Gasto en Turismo Internacional tiene un peso aproximado del 1,50% del porcentaje del PIB. Esto demuestra, que a pesar de que existe una disminución en la economía nacional debido a factores internos y externos, el porcentaje destinado al turismo internacional se mantiene estable. El turismo es una fuente importante de ingresos, por lo que dinámica necesita un porcentaje del PIB constante destinado al sector.

En los últimos años se identificaron 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas para el proceso de cambio de la matriz productiva de Ecuador. Los sectores priorizados así como las industrias estratégicas serán los que faciliten la articulación efectiva de la política pública y la materialización de esta transformación, pues permitirán el establecimiento de objetivos y metas específicas observables en cada una de las industrias que se intenta desarrollar (SENPLADES 2012, 15). Dentro de los sectores priorizados, se encuentra el turismo como parte de la matriz productiva, eso explica el porcentaje constante del PIB destinado al Gasto de Turismo Internacional y su importancia en la economía ecuatoriana. Otras industrias vinculadas al sector turístico como transporte y logística, tecnología y vehículos también se encuentran priorizados, lo que fomentará de manera directa el desarrollo del sector turístico.

Otro de los índices para analizar el “Marco Regulatorio” es el referente a la seguridad. Uno de los indicadores que ayuda a visualizar este hecho, es el referente a homicidios. Desde 2003 hasta 2012, se tiene un promedio de 16 homicidios por cada 100.000 habitantes, lo que ubica a Ecuador como un país de seguridad media. Cabe recalcar que la seguridad no se centra únicamente en tema de homicidios, los turistas son susceptibles a hurtos y asaltos, es así que “países como Estados Unidos, España o Gran Bretaña recomiendan medidas de seguridad a los viajeros que visitan Ecuador. En su página web la Embajada estadounidense menciona al menos seis delitos recurrentes en el país: secuestros exprés, hurtos, asaltos, robo de vehículos, delitos sexuales y crímenes”. (El Comercio 2012).

Es importante señalar que del año 2008 al 2012 el número de homicidios bajó de 18 por cada 100.000 habitantes a 12,40; debido al trabajo realizado por la Policía Nacional que cada vez busca equiparse de tecnología de punta y que incluye entre sus miembros a personas con una visión comunitaria. El porcentaje promedio de homicidios en Latinoamérica está sobre el 23%, por lo que los índices que registra Ecuador se encuentran por debajo de este valor. (El Telégrafo 2013).

El indicador que se tomó en cuenta para medir el marco regulatorio referente al sector privado es el tiempo necesario para iniciar un negocio. En 2003, los trámites para la apertura de un negocio equivalían a 92 días, disminuyendo considerablemente en 2012 a 55,50 días. Esta reducción en tiempo equivale principalmente al uso de medios electrónicos en las instituciones involucradas en el proceso de inicio de un negocio. Para el caso ecuatoriano entidades como la Superintendencia de Compañías, Registro Mercantil, Servicio de Rentas Internas, etc. han integrado a sus sistemas procesos en línea que eliminan tiempos de respuesta de trámites. El cuadro 9 muestra a detalle los indicadores de homicidio y tiempo necesario para iniciar un negocio.

Cuadro 9
Indicadores de Gestión - Ecuador

Año	Indicadores	
	Homicidios Intencionales (por cada 100.000 habitantes)	Tiempo necesario para iniciar un negocio (días)
2003	14,60	92,00
2004	17,70	92,00
2005	15,40	69,00
2006	17,00	65,00
2007	15,90	65,00
2008	18,00	65,00
2009	17,80	64,00
2010	17,60	56,00
2011	15,40	55,50
2012	12,40	55,50

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

2.2 Ambiente de Negocios e Infraestructura

El indicador "Ambiente de Negocios e Infraestructura" se vincula con la industria del transporte, las telecomunicaciones; y su desarrollo con el área del turismo. Para este punto se tomaron índices de Computación, Comunicaciones y Otros Servicios; y, Servicio de Transporte como porcentaje de las exportaciones de servicios comerciales. Esta información permitirá hacer una evaluación de los

sistemas informáticos y de transporte que se encuentran habilitados en el país. Adicionalmente se tomó como variable el Transporte Aéreo para identificar el número de partidas de vuelos en todo el mundo de compañías registradas en el país, así, si existe demanda de apertura de rutas internacionales implica que existe mayor cantidad de visitantes en el país.

Los servicios de computación y comunicación tuvieron un despunte en el año 2008, en 2009 crecieron en un 0,48%, porcentaje menor al que registraban en años anteriores; y de 2010 a 2012 decrecieron con porcentajes que no se alejaban del promedio de 2002 a 2012 de 15% de la exportación de servicios comerciales. Este índice disminuye debido a que el gobierno ingresa con una nueva operadora pública en 2010 para servicios de telefonía fija local, regional e internacional. El índice contempla los servicios privados, por ello al existir un nuevo competidor, reduce los índices de las dos empresas privadas (Claro y Movistar) existentes en el mercado.

El servicio de transporte como porcentaje en las exportaciones de servicios contempla todos los medios de transporte, que según cifras del Banco Mundial han experimentado un decrecimiento a lo largo del período, sin alejarse del promedio del 28%. En este punto es importante resaltar la evolución del sistema de carreteras en el país, lo que facilita la oferta de transporte terrestre catalogándolas de excelente estado y reconociendo su seguridad para los viajes masivos como feriados: "Para viajar durante el feriado de Semana Santa, que empezará este viernes, la mayoría de carreteras hacia la Sierra norte y centro, el Austro y la Costa están en buen estado (El Comercio 2014).

Dentro de los medios de transporte, el aéreo cobra vital importancia por la facilidad de acortar distancias entre países, es así que se incluyó en el análisis las partidas de vuelos hacia todo el mundo de compañías registradas en el país. Este rubro tuvo un decrecimiento en 2009 y 2011, para luego incrementar paulatinamente. Nuevas compañías aéreas iniciaron operaciones en Ecuador, al igual que nuevas rutas de las ya existentes. Los nuevos destinos se dirigen principalmente hacia Sudamérica y Estados Unidos. El cuadro 10 refleja los indicadores vinculados al Ambiente de Negocios e Infraestructura.

Cuadro 10
Indicadores de Infraestructura - Ecuador

Indicadores						
Año	Computación, Comunicaciones y Otros Servicios (% de las Exportaciones de Servicios Comerciales)	Tasa de Crecimiento Comunicación	Servicios de Transporte (% de las Exportaciones de Servicios Comerciales)	Tasa de Crecimiento Servicios de Transporte	Transporte Aéreo (Partidas de vuelos en todo el mundo de compañías registradas en el país)	Tasa de Crecimiento Transporte Aéreo
2003	24.801,00	..
2004	28.422,00	12,74%
2005	13,17	..	35,42	..	29.844,00	4,76%
2006	12,71	-3,57%	36,51	2,99%	31.016,00	3,78%
2007	13,15	3,32%	31,09	-17,43%	44.842,00	30,83%
2008	18,33	28,25%	27,02	-15,06%	49.162,00	8,79%
2009	18,42	0,48%	27,75	2,63%	46.485,00	-5,76%
2010	17,04	-8,11%	26,16	-6,09%	60.835,00	23,59%
2011	16,62	-2,52%	26,78	2,31%	49.193,00	-23,67%
2012	14,74	-12,70%	24,31	-10,13%	54.250,92	9,32%
2013	12,62	-16,82%	22,17	-9,66%	58.684,74	7,56%

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

2.3 Recursos humanos, naturales y culturales

El índice de recursos humanos, naturales y culturales es el indicador más elevado que tiene Ecuador en referencia a su promoción turística. Los distintos paisajes, y la flora y fauna exóticas son un atractivo para los turistas extranjeros. Es importante mencionar que Ecuador cuenta con 5 patrimonios mundiales otorgados por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Esta organización concede mediante una comisión, la calificación de patrimonios mundiales a lugares con un valor universal excepcional, que liga el concepto de conservación de la naturaleza con la preservación de los sitios culturales. En la lista oficial de UNESCO, constan los siguientes patrimonios mundiales en Ecuador:

- Ciudad de Quito: Cultural (1978)
- Islas Galápagos: Natural (1978, 2001)
- Parque Nacional Sangay: Natural (1983)
- Centro Histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca: Cultural (1999)

- Qhapaq Ñan, sistema viario andino: Cultural (2014)

Dentro de los indicadores asociados a esta variable se encuentran las áreas protegidas terrestres y marinas como porcentaje del total de la superficie territorial; adicionalmente están los datos del área selvática y su relación con la extensión del país. Ecuador tiene una extensión de 256.370 kilómetros cuadrados según información del Banco Mundial, y de ellos más del 37% ha permanecido de manera constante entre los años 2003 y 2012 como áreas protegidas terrestres y marinas; es decir más de la cuarta parte del territorio ecuatoriano está constituido por lugares donde se conserva la biodiversidad y se mantiene procesos ecológicos. Para un mayor cuidado y control, Ecuador cuenta con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP) que garantiza la cobertura y conectividad de ecosistemas importantes en los niveles terrestre, marino y costero marino, de sus recursos culturales y de las principales fuentes hídricas. El SNAP abarca las cuatro regiones del país y administra las reservas naturales que se han establecido en Ecuador.

En cuanto al porcentaje de área selvática en relación a la superficie total, el promedio se ha mantenido en 40%, lo que indica que este territorio es hábitat para la conservación de flora y fauna. Estas zonas selváticas se encuentran principalmente en el oriente ecuatoriano. El cuadro 11 detalla el porcentaje de áreas protegidas y selváticas con relación a la superficie total.

Cuadro 11
Indicadores de Áreas Protegidas y Selváticas - Ecuador

Año	Indicadores		
	Áreas protegidas terrestres y marinas (% del total de la superficie territorial)	Área selvática (kilómetros cuadrados)	Porcentaje de Área Selvática / Superficie Total
2003	37,85	112.482,00	43,87%
2004	37,85	110.506,00	43,10%
2005	37,85	108.530,00	42,33%
2006	37,85	106.554,00	41,56%
2007	37,85	104.578,00	40,79%
2008	37,98	102.602,00	40,02%
2009	37,98	100.626,00	39,25%
2010	37,03	98.650,00	38,48%
2011	..	96.674,00	37,71%
2012	37,04	94.698,00	36,94%

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

Respecto al tema de Recursos Humanos, la Corporación QUALITUR, entidad de derecho privado sin fines de lucro que está acreditada por el Organismos de Acreditación Ecuatoriano (OAE) para certificar establecimientos y personas en el sector turístico, en el año 2013 calificó a 1.689 personas en competencias laborales turísticas, de las cuales 1.337 personas se concentraron en la ciudad de Quito, 226 en Guayaquil, 70 en Santa Elena, 23 en Puerto López, 9 en el Puyo y 24 en otras regiones del país. El cuadro 12 señala el número de personal calificadas según sus competencias laborales.

Cuadro 12
Personas capacitadas y certificadas en competencias laborales turísticas 2013

Competencias Laborales	Ciudad						Total
	Quito	Guayaquil	Puerto López	Puyo	Santa Elena	Otros	
Administrador de Empresas de Alojamiento	26	4	30
Administrador de Restaurante	47	9	56
Agente de Seguridad Para Lugares Turísticos	3	3
Agente de Ventas	28	1	2	31
Ama de Llaves	1	2	6	..	9
Auditor Nocturno	10	10
Ayudante de Mesero	1	1
Barman	5	5	10
Botones	8	4	12
Cajero	2	4	6
Camarera de Pisos	88	8	24	..	120
Capitán de Meseros	17	5	22
Chef de Cocina	1	1
Chef de Partida	5	3	8
Chef Pastelero – Panadero	1	1
Cocinero Polivalente	105	7	112
Conductor de Transporte Turístico Terrestre	12	1	13
Coordinador de Eventos	..	2	2
Encargado de Mantenimiento	6	4	10
Encargado de Reservas	1	1	2

Competencias Laborales	Ciudad						Total
	Quito	Guayaquil	Puerto López	Puyo	Santa Elena	Otros	
Gerente de Operadora	17	1	18
Guia Especializado en Turismo Cultural	2	1	14	17
Hospitalidad	206	1	..	9	..	8	224
Instructor de Seguridad Alimentaria	1	2	1	..	4
Jefe de Recepción	1	1	2
Mesero	26	3	29
Mesero Polivalente	116	21	12	..	149
Organizador de Eventos	1	2	3
Posillero	2	9	11
Recepcionista	10	10
Recepcionista Polivalente	13	1	11	..	25
Seguridad Alimentaria Para Personal Operativo	572	106	23	..	16	..	717
Seguridad Alimentaria Para Supervisores y Gerentes	..	18	18
Servicio de Vinos y Licores	1	1
Vendedor	2	2
TOTAL	1.337	226	23	9	70	24	1.689

Fuente: QUALITUR.
Elaboración propia.

En tema de personal calificado, la categoría más alta es la referente a “seguridad alimentaria para personal operativo”, que implica manejar normas de seguridad y manipulación aplicadas a técnicas de producción de alimentos y bebidas. Las categorías más bajas son las de “ayudante de mesero”, “chef de cocina”, “chef pastelero – panadero” y “servicio de vinos y licores”, todas vinculadas al servicio de cocina. La falta de calificación en cada una de las categorías, no implica que en el país no existan este tipo de actividades, más bien reflejan la informalidad con las que se desarrollan, limitando el incremento de personal calificado en el sector turístico.

3. Principales instrumentos de promoción turística en Colombia

En el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo para el período 2009-2013 Colombia se encontraba dentro de los primeros 15 lugares en el ranking regional de América Latina y El Caribe. Sin embargo su ubicación a nivel mundial cambió de manera mínima, así en 2009 Colombia estaba en el puesto 72 de 133 países, y se ubicó en la casilla 13 a nivel regional, para 2011 descendió al lugar 77 de 139 países en el ranking mundial, sin embargo se mantuvo en la casilla 13 a nivel regional. En 2013 Colombia bajó al puesto 84 de 140 países a nivel mundial y redujo un puesto a nivel regional ubicándose en el lugar 14, que se refleja en el cuadro 13. A nivel internacional hay países que se volvieron más competitivos que desplazaron a Colombia del ranking mundial en ese período; sin embargo a nivel regional Colombia mantiene los estándares de competitividad, ubicándose siempre en los 15 primeros lugares, lo que significa que si bien existieron modificaciones en los indicadores mundiales, en la región los estándares no tuvieron cambios significativos.

Cuadro 13
Índice de Competitividad de Viajes y Turismo - Colombia

2009			2011			2013		
Ranking Regional América Latina y El Caribe	Ranking Mundial / 133	Calificación /7	Ranking Regional América Latina y El Caribe	Ranking Mundial / 139	Calificación /7	Ranking Regional América Latina y El Caribe	Ranking Mundial / 140	Calificación /7
13	72	3,89	13	77	3,94	14	84	3,90

Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

Sobre los indicadores de promoción turística, tanto el marco regulatorio como el ambiente de negocios e infraestructura, se encuentran ubicados en la media inferior dentro del ranking a nivel internacional. En 2009 y 2011 se observa que el índice más bajo es el referente al “marco regulatorio”, sin embargo en 2013 esta tendencia cambia y para este año el índice con menor ranking es el de “ambiente de negocios e infraestructura” a pesar de que la diferencia entre éste y “marco regulatorio” fue únicamente de dos casillas. El cuadro 14 detalla los indicadores de promoción turística en el ranking mundial.

Cuadro 14
Indicadores de Promoción Turística – Colombia

	2009		2011		2013	
	Ranking Mundial / 133	Calificación	Ranking Mundial / 139	Calificación	Ranking Mundial / 140	Calificación
<i>Marco regulatorio</i>	91	4,2	102	4,2	101	4,1
Políticas y reglamentos	60	4,5	60	4,5	56	4,6
Sostenibilidad ambiental	84	4,3	77	4,4	97	4,3
Protección y seguridad	125	3,7	126	3,7	115	3,8
Salud e higiene	86	4,1	95	3,9	100	3,6
Priorización del sector turístico	67	4,3	89	4,3	88	4,2
<i>Ambiente de negocios e infraestructura</i>	88	3,1	92	3,3	103	3,1
Infraestructura de transporte aéreo	65	3,1	70	3,0	73	2,9
Infraestructura de transporte terrestre	108	2,7	120	2,7	131	2,6
Infraestructura turística	93	2,0	83	3,1	93	2,8
Infraestructura tecnológica	65	2,9	64	3,3	77	2,4
Precios competitivos en la industria	66	4,7	88	4,4	105	4,2
<i>Recursos humanos, naturales y culturales</i>	34	4,4	39	4,4	34	4,5
Recursos humanos	64	5,1	65	4,9	72	4,9
Educación y entrenamiento	72	4,6	68	4,7	70	4,7
Disponibilidad de personal calificado	37	5,6	55	5,1	63	5,1
Afinidad para viajar	104	4,4	93	4,4	86	4,5
Recursos naturales	5	5,5	12	4,8	16	5,1
Recursos culturales	56	2,7	43	3,3	37	3,5

Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

El problema de sostenibilidad ambiental en Colombia es la deforestación, a tal punto que se señala que el país ha perdido en bosques el equivalente a dos veces la isla de Jamaica. Además, el inconveniente se centra en que las zonas deforestadas se convierten en nuevos cultivos de coca.

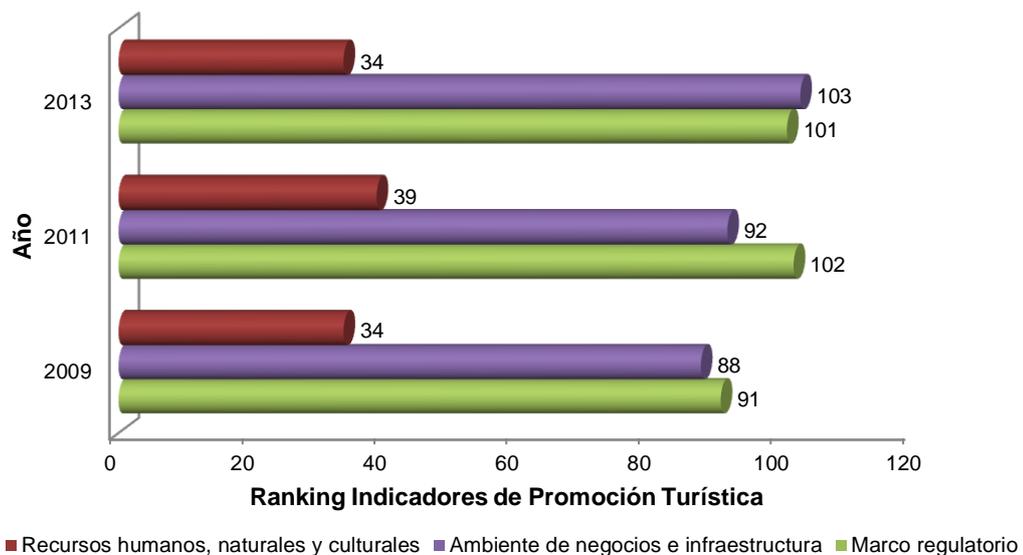
Al comparar el mapa de nuevos sembrados de coca, estos coinciden con las zonas en donde más se han perdido bosques en esos cinco años. Las dinámicas económicas y sociales que genera en el entorno un nuevo cultivo ilícito atraen la inmigración de personas en busca de nuevas oportunidades y con ella se activan otras actividades económicas que llevan a la tala de árboles. (Semana 2011)

Respecto de la infraestructura del transporte terrestre, Colombia adolece de un mal estado en las vías, que incluso ha llegado a generar sobrecostos a transportadores, afectando a sectores como agricultura que se vincula directamente con el servicio de alimentación que forma parte del clúster turístico.

El deficiente estado de la infraestructura vial afecta el transporte de carga, disminuyendo, a su vez, la competitividad logística en el país. Esta condición resulta grave teniendo en cuenta los Tratados de Libre Comercio, TLC, que están a punto de entrar en vigencia con Panamá, la Unión Europea, Reino Unido, Turquía, entre otros. Además, la minería y el petróleo y la agricultura, entre otros, son sectores que requieren una movilidad eficiente en el transporte de carga, ya que, un 80% del transporte empresarial se mueve por carretera hacia los puertos y las zonas fronterizas. Por las malas condiciones viales en las que tienen que transitar las tractomulas, las transportadoras pagan unos sobrecostos de un 35%. (El País 2013).

El gráfico 5 muestra el cambio de los indicadores de promoción turística en Colombia. El indicador con mejor ubicación en los tres años es el referente a “recursos humanos, naturales y culturales”, ubicado en la media superior del ranking a nivel internacional. De todos los aspectos en este índice, el que sobresale es el referente a recursos naturales, que incluso en 2009 se ubicó en el lugar 5 de 133 países a nivel mundial. También se destacan los recursos culturales que han ido aumentando su ranking a lo largo de estos años.

Gráfico 5
Indicadores de Promoción Turística - Colombia



Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

3.1 Marco Regulatorio

Para resaltar los resultados reflejados en los Indicadores de Promoción Turística en Colombia, se incluyó nueva información con variables del Banco Mundial. Estos indicadores se utilizaron para el caso ecuatoriano, y su alcance se explicó con mayor detalle en el análisis precedente sobre Ecuador; por esta razón y con el objeto de realizar una comparación, los retomamos para el caso colombiano. El “marco regulatorio” establece las políticas dentro del país, por ello se incluyó la Inversión Extranjera Directa, como entrada neta de capital dentro de los indicadores macroeconómicos. También se incluyó el Gasto en Turismo Internacional para visualizar su tendencia en el tiempo. Datos adicionales como tiempo necesario para iniciar un negocio y homicidios dentro del país, ayudarán a evaluar la gestión que realiza el gobierno en cuanto a facilidades al sector privado, y seguridad, respectivamente. El cuadro 15 muestra los indicadores referentes al PIB, Inversión Extranjera Directa y Gasto en Turismo en Colombia.

Cuadro 15
Indicadores Macroeconómicos - Colombia
Millones de dólares

Indicadores						
Año	Producto Interno Bruto (PIB)	Tasa de Crecimiento PIB	Inversión Extranjera Directa (IED)	Tasa de Crecimiento IED	Gasto en Turismo Internacional (GTI)	Tasa de Crecimiento GTI
2003	94.684,58		1.720,49		1.349,00	
2004	117.074,87	19,12%	3.015,64	42,95%	1.469,00	8,17%
2005	146.566,27	20,12%	10.235,42	70,54%	1.934,00	24,04%
2006	162.590,15	9,86%	6.750,62	-51,62%	2.157,00	10,34%
2007	207.416,49	21,61%	8.885,77	24,03%	2.460,00	12,32%
2008	243.982,44	14,99%	10.564,67	15,89%	2.775,00	11,35%
2009	233.821,67	-4,35%	8.034,59	-31,49%	2.801,00	0,93%
2010	287.018,18	18,53%	6.429,94	-24,96%	3.188,00	12,14%
2011	335.415,16	14,43%	14.647,76	56,10%	3.631,00	12,20%
2012	369.659,70	9,26%	15.039,37	2,60%	4.363,00	16,78%
2013	380.063,46	2,74%	16.199,37	7,16%	4.485,00	2,72%

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

La Inversión Extranjera Directa refleja el ingreso de capital al país; para Colombia, este índice ha fluctuado entre tasas de crecimiento positivas y negativas hasta el año 2010. Los años 2006, 2009 y 2010 mostraron un decremento en la Inversión Extranjera Directa, sin embargo en 2011, este indicador dio un salto importante con un incremento del 56,10%. Para los años posteriores, la inversión ha incrementado de manera desacelerada en comparación con el año 2011. Los principales aspectos que motivan la inversión en Colombia son los beneficios sectoriales que brinda el gobierno. Según Procolombia, entidad encargada de promover el turismo y la inversión extranjera en Colombia, uno de los factores decisivos de inversión que tiene mayor peso es el tributario, puesto que se exonera a distintos sectores del pago del 25% de la tarifa general del impuesto a la renta, en periodos más o menos largos de tiempo (entre 5 y 10 años), lo que genera mayor certitud para los inversionistas.

Los servicios y sectores beneficiados señalados por Procolombia son:

- Servicios turísticos, de la producción agropecuaria, piscícola, maricultura, mantenimiento y reparación de naves, salud, procesamiento de datos, *call center*, corretaje en servicios financieros, programas de desarrollo tecnológico aprobados por Colciencias, educación y maquila, ofrecidas por nuevas empresas que se constituyan, instalen efectivamente y desarrollen la actividad en el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina a partir del 1° de enero de 2013. Este beneficio se obtendrá hasta el año 2017.
- Servicios hoteleros prestados en nuevos hoteles construidos antes del 31 de diciembre del año 2017, por 30 años.
- Servicios hoteleros prestados en hoteles que remodelen o amplíen antes del 31 de diciembre del año 2017, por 30 años, en la proporción que represente el valor de la remodelación o ampliación en el costo fiscal del inmueble remodelado o ampliado.
- Servicios de ecoturismo, por 20 años a partir de 2003.

- Venta de energía eléctrica generada con base en recursos eólicos, biomasa o residuos agrícolas, realizada por las empresas generadoras, hasta el 1 de enero de 2018.
- La prestación del servicio de transporte fluvial con embarcaciones y planchones que con carga tengan un calado igual o inferior a 4.5 pies, hasta el 1 de enero de 2018.
- Las empresas editoriales dedicadas a la edición de libros, revistas, folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural están exentas hasta el 31 de diciembre de 2033.
- El aprovechamiento de nuevas plantaciones forestales, así como los nuevos aserríos vinculados directamente al aprovechamiento.
- El *software*, elaborado en Colombia y con derechos de propiedad intelectual protegidos, siempre y cuando tenga un alto contenido de investigación científica y tecnológica nacional, certificado por Colciencias o quien haga sus veces, por un término de cinco (5) años a partir 1 de enero de 2013.

El detalle que muestra Procolombia, especifica claramente que el país promueve de manera categórica al turismo y a todas sus aristas. Existen otros sectores que también son beneficiados, sin embargo existen mayores opciones de inversión en la industria turística por los beneficios existentes al mediano y largo plazo.

El Gasto en Turismo Internacional muestra tasas de crecimiento positivas, donde se observa un mayor crecimiento en los años 2004 y 2012. Para 2013, el crecimiento en este indicador fue menor pasando de 16,78% a 2,72%. Para este indicador existe crecimiento a pesar de que es desacelerado en algunos años.

Un indicador que incluye el “marco regulatorio” es el referente a seguridad. Para visualizar este punto, se tomó el índice de homicidios. Desde 2003 a 2012, Colombia muestra un promedio de 44 homicidios por cada 100.000 habitantes. Colombia hasta los años noventa, fue catalogada como un país inseguro por los problemas de narcotráfico, drogas y guerrilla. La percepción internacional cambió con el manejo de medidas estrictas como el Plan Colombia que inició en 1999 con financiamiento principalmente de Estados Unidos, a fin de erradicar las drogas,

contralar la guerrilla y restablecer la paz. Ahora Colombia es un destino apreciado por sus múltiples atractivos, y no se lo descarta por temas de inseguridad. “En Bogotá y Medellín se han reducido la mayoría de los delitos; homicidios, secuestros y asaltos, de una manera sustancial. La clave fue la recuperación urbanística de zonas centrales que eran aguantaderos de delincuentes. También se aplicaron fuertes políticas de desarme civil” (La Nación 2009).

Respecto al tiempo necesario para iniciar un negocio, los días se han reducido notablemente, de 43 en 2003 a 11 en 2012, es decir en Colombia toma menos de un mes establecer un negocio. “La creación de empresas en el país no presenta grandes desafíos. Sin embargo, la gestión de las mismas, por la gran cantidad de obligaciones formales relacionadas con información e impuestos, crea una barrera que no hemos podido superar para lograr que los autónomos o emprendedores estructuren sus operaciones, grandes o pequeñas, desde sociedades comerciales”. (Mprende 2014). De este análisis se desprende que el problema del establecimiento de un negocio no se encuentra necesariamente en la eliminación de pasos administrativos, sino en las obligaciones que se generan con la formalización del negocio como tal, lo que se aplica también al sector turístico.

Cuadro 16
Indicadores de Gestión – Colombia

Año	Indicadores	
	Homicidios intencionales (por cada 100.000 habitantes)	Tiempo necesario para iniciar un negocio (días)
2003	53,80	43,00
2004	44,80	40,00
2005	39,60	40,00
2006	36,80	41,00
2007	34,70	40,00
2008	33,00	34,00
2009	33,70	18,00
2010	32,30	10,00
2011	33,60	10,00
2012	30,80	11,00

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

3.2 Ambiente de Negocios e Infraestructura

En cuanto a comunicación y servicio de transporte, los valores han disminuido sin llegar a alejarse de manera extrema del promedio. Esto se debe a la fluctuación dentro del ámbito de las exportaciones de servicios comerciales.

La tasa de transporte aéreo muestra un crecimiento importante durante toda la década. Colombia es uno de los canales de conexión más importantes en América del Sur, por ello busca rutas en diferentes destinos regionales para enlazarlos especialmente hacia Estados Unidos y Europa. Adicionalmente, aerolíneas de bajo costo que parten desde y hacia Colombia, hacen que el viajero opte al menos por tener una conexión en el país.

El aumento del número de pasajeros para este año [2013] ha sido significativa: 3,19 millones de personas más están utilizando este medio de transporte. Factores como la mayor competencia que hay en el sector, impulsada por la presencia de tres de las empresas más grandes de la región (Avianca, Copa y LAN), además de la llegada de la aerolínea *low cost*, han provocado una importante caída de los precios de los tiquetes. Según un informe de abril de este año de la Asociación del Transporte Aéreo en Colombia (ATAC), mientras que en 2012 un pasaje para viajar de Bogotá a Medellín, comprado con un mes de anticipación, costaba un mínimo de \$150.000 [*sic*, seguramente por ‘pesos colombianos’], esta misma cifra para 2013 era de \$50.000 [*sic*, seguramente por ‘pesos colombianos’]. Así mismo, uno de Bogotá a Cartagena, en la misma época en 2012, estaba alrededor de \$170.000 [*sic*, seguramente por ‘pesos colombianos’], y este año podía encontrarse por menos de \$100.000 [*sic*, seguramente por ‘pesos colombianos’]. (El País 2013)

Las aerolíneas de importancia regional garantizan los servicios al turista que llega del exterior, y ofrece opciones de viaje dentro del país con precios competitivos, lo que impulsa al sector turístico de manera significativa.

Cuadro 17
Indicadores de Infraestructura - Colombia

Indicadores						
Año	Computación, Comunicaciones y Otros Servicios (% de las Exportaciones de Servicios Comerciales)	Tasa de Crecimiento Comunicación	Servicios de Transporte (% de las Exportaciones de Servicios Comerciales)	Tasa de Crecimiento Servicios de Transporte	Transporte Aéreo (Partidas de vuelos en todo el mundo de compañías registradas en el país)	Tasa de Crecimiento Transporte Aéreo
2003	171.933,00	..
2004	153.204,00	-12,22%

Indicadores						
Año	Computación, Comunicaciones y Otros Servicios (% de las Exportaciones de Servicios Comerciales)	Tasa de Crecimiento Comunicación	Servicios de Transporte (% de las Exportaciones de Servicios Comerciales)	Tasa de Crecimiento Servicios de Transporte	Transporte Aéreo (Partidas de vuelos en todo el mundo de compañías registradas en el país)	Tasa de Crecimiento Transporte Aéreo
2005	19,00	..	26,93	..	162.095,00	5,49%
2006	21,30	10,80%	24,64	-9,29%	175.006,00	7,38%
2007	18,24	-16,77%	28,50	13,54%	185.872,00	5,85%
2008	20,00	8,82%	26,33	-8,25%	187.382,00	0,81%
2009	20,63	3,01%	24,02	-9,58%	196.298,00	4,54%
2010	20,45	-0,85%	22,77	-5,52%	226.094,00	13,18%
2011	17,73	-15,35%	26,63	14,51%	237.570,83	4,83%
2012	20,67	14,22%	23,53	-13,18%	254.059,93	6,49%
2013	20,14	-2,61%	25,30	7,02%	291.316,12	12,79%

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

3.3 Recursos humanos, naturales y culturales

Entre los indicadores, el referente a recursos humanos, naturales y culturales muestran una mejor ubicación para Colombia. Los distintos paisajes que posee, al igual que los lugares posicionados como destinos turísticos preferidos hacen que el país esté ubicado en un ranking significativo a nivel mundial y regional. Es importante mencionar que Colombia cuenta con 8 patrimonios mundiales otorgados por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO):

- Puerto, fortalezas y conjunto monumental de Cartagena: Cultural (1984)
- Parque Nacional Natural de Los Katíos: Natural (1994)
- Parque Arqueológico de San Agustín: Cultural (1995)
- Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro: Cultural (1995)
- Centro histórico de Santa Cruz de Mompox: Cultural (1995)
- Santuario de flora y fauna de Malpelo: Natural (2006)
- Paisaje cultural cafetero de Colombia: Cultural (2011)
- Qhapaq Ñan, sistema viario andino: Cultural (2014)

El cuadro 18 detalla el porcentaje de áreas protegidas y selváticas con relación a la superficie total.

Cuadro 18
Indicadores de Áreas Protegidas y Selváticas - Colombia

Año	Indicadores		
	Áreas protegidas terrestres y marinas (% del total de la superficie territorial)	Área selvática (kilómetros cuadrados)	Porcentaje de Área Selvática / Superficie Total
2003	19,32	612.060,00	53,61%
2004	19,32	611.050,00	53,52%
2005	20,04	610.040,00	53,43%
2006	20,04	609.030,00	53,34%
2007	20,17	608.020,00	53,25%
2008	20,23	607.010,00	53,16%
2009	20,53	606.000,00	53,08%
2010	20,83	604.990,00	52,99%
2011	..	603.980,00	52,90%
2012	20,83	602.970,00	52,81%

Fuente: Banco Mundial.
Elaboración propia.

4. Comparación de los instrumentos de promoción turística entre Ecuador y Colombia

Los indicadores detallados a lo largo de este capítulo, muestran el comportamiento en el manejo de la promoción turística de dos países vecinos ubicados en América del Sur: Ecuador y Colombia. En este punto se efectuará un análisis comparativo a base de los índices de promoción turística establecidos por el Foro Económico Mundial en su Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, que han sido utilizados como fuente de análisis para cada país en los títulos precedentes.

En cuanto al “marco regulatorio”, Colombia tuvo en 2009 un índice menor al de Ecuador, ubicándose en el lugar 91 de 133 países, mientras que Ecuador se encontró en el lugar 103.

Colombia está entre los países que han sorteado con más éxito la crisis mundial. Tiene una institucionalidad económica seria y un manejo macroeconómico responsable. También tiene una política de incentivos a la inversión tanto extranjera como doméstica. En 2009 Colombia quedó catalogada como la economía con mejor ambiente

para hacer negocios en A. Latina. Todo ello brinda un clima de confianza que atrae al país para la inversión. (Portafolio 2010)

Colombia en el año 2009 se encontraba bajo el mandato de Álvaro Uribe Vélez, quién desde 2002 se encontraba implementando reglas de atracción a la inversión extranjera como política para lograr un crecimiento económico sostenido.

Con el fin de alcanzar el desarrollo empresarial y tecnológico así como la innovación, la inserción internacional y la facilitación del comercio, se gestó la suscripción de contratos de estabilidad jurídica entre los inversionistas extranjeros y el gobierno (2005), esperando que Colombia se consolidara como una oportunidad de negocio y se desligara del tradicional problema del narcotráfico. Como ejemplo de la política exterior "presidencialista y personalista" de Colombia. Guerra (2013, 190)

Con el presidente Uribe se firmaron varios tratados comerciales con socios importantes en el ámbito político y económico, y se efectuaron negociaciones relevantes como el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. “El logro más importante es en inversión extranjera. Medida como porcentaje de la producción total, la inversión extranjera creció un 50% en estos ocho años [2002 – 2010] en Colombia, cuando en el resto de América Latina subió un 20%” (BBC Mundo 2010).

En el caso de Ecuador, en 2009 se iniciaba un nuevo período presidencial de Rafael Correa Delgado. Luego de una etapa de inestabilidad política de 10 años, Correa asumió por primera vez la presidencia del país en 2007. En 2008, Ecuador reformó la constitución de 1998, creando artículos y nuevas normas, una de las cuales requería adelantar las elecciones para todas las dignidades del país previstas para 2011. Debido a estos cambios, para 2009 no se pudieron ejecutar los planes de gobierno de largo plazo previstos para 2011, por lo que se tuvo que reestructurar los proyectos para el país. Este cambio en el aspecto político trascendió a nivel internacional, dando una percepción de inestabilidad económica.

Para 2011 los indicadores cambiaron, así Ecuador mejoró su índice ubicándose en el lugar 93 de 139, mientras que Colombia estaba en el lugar 102. Ecuador desde 2009 estableció el Plan Nacional de Buen Vivir que articula políticas públicas, con 12 estrategias nacionales y 12 objetivos nacionales. Las políticas se muestran más claras y visibles; y se generan metas específicas. Sobre el turismo se establece la “Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario”. Conceptos como eco-turismo y turismo

comunitario son reforzados en este plan, y se centra al turismo como sector clave en la participación de exportaciones de bienes y servicios no petroleros. Este conjunto de parámetros nuevamente se hacen presentes en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, patrocinado por el gobierno de Rafael Correa quién fue reelecto presidente en 2013. Esta continuidad en políticas de promoción turística, incluso llevó a que el turismo forme parte de la nueva matriz productiva, en la que Ecuador apuesta a cambios estratégicos en la exportación de bienes y servicios a fin de no depender de los productos llamados tradicionales.

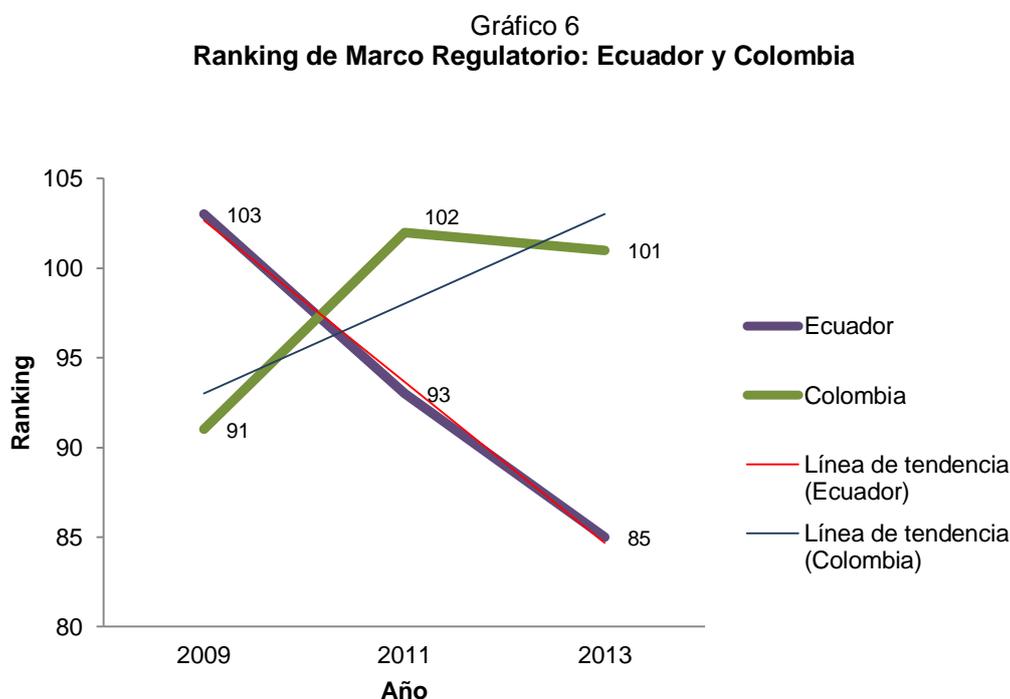
El Ministro Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, Richard Espinosa manifestó que el turismo es uno de los sectores priorizados para el cambio de la matriz productiva, y que el Gobierno estará presente “para seguir impulsando el turismo desde todos los sectores”. Señaló también que “la matriz productiva la hacemos entre el sector público y el privado”, por lo que este es un trabajo conjunto y coordinado en el que el Estado acompañará y atenderá a los empresarios en sus gestiones y requerimientos.

También resaltó el enorme potencial que tiene el Ecuador para el turismo, ya que es un país megadiverso, con enormes atractivos naturales y biodiversidad; y que además ahora cuenta con infraestructura, vías de calidad, aeropuertos adecuados, entre muchos otros factores para el desarrollo de este sector. (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad 2013)

Por otro lado, Colombia muestra una tendencia creciente en lo referente a “marco regulatorio”, lo que implica que se aleja cada vez más del primer lugar, desmejorando su posición en el ranking a nivel mundial. En 2010 Juan Manuel Santos fue electo presidente de Colombia, afirmando continuar con las políticas de seguridad y fortalecimiento de la inversión extranjera que promovió su antecesor. Si bien en el índice de marco regulatorio Colombia bajó varios lugares de 2009 a 2011, la inversión extranjera directa para 2011 tuvo un crecimiento importante. El presidente Santos anunció que “La Inversión Extranjera Directa ha aumentado en los primeros ocho meses del año [2011] por encima del 50 por ciento sobre el mismo periodo del año anterior, y todo indica que este año batirá el máximo récord hasta ahora alcanzado, que fue en el 2008” (Portafolio 2011).

Este comportamiento indica que Colombia desde el gobierno de Uribe apuesta a la inversión extranjera como eje de su economía, sin embargo factores como corrupción pueden estar inmersos en el ámbito público. Según los índices de Transparencia Internacional, Colombia en 2009 se encontró en el lugar 75 de 180 países en el ranking de corrupción, y en 2011 se ubicó en el lugar 94 de 163 países,

es decir, la corrupción aumentó en este período de tiempo afectando a sectores como el turístico. El gráfico 6 muestra el ranking de marco regulatorio y las líneas de tendencia para Ecuador y Colombia.



Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

Respecto al “ambiente de negocios e infraestructura” se observa que Ecuador mejoró su ranking en el período 2009- 2013, mientras que Colombia se alejó del primer lugar. En el período de tiempo señalado, Ecuador presentó inversiones de gran magnitud, como el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en Tababela, inaugurado en 2013. Este nuevo aeropuerto cerca de la ciudad de Quito ha sido galardonado con varios premios. Fue premiado por dos ocasiones por las Naciones Unidas por las mejores prácticas en sostenibilidad ambiental. Adicionalmente los premios internacionales que reconocen la excelencia de todos los sectores clave de la industria de viajes y turismo *World Travel Awards*, galardonó a dicho aeropuerto como líder en 2014 dentro de Sudamérica.

El tema de infraestructura en Ecuador, no se limitó únicamente al fortalecimiento del aeropuerto internacional cerca de la capital, también se dio importancia a los aeropuertos que se encuentran en distintas provincias del país “En los últimos cuatro años el gobierno del Ecuador intervino en 13 de los 25 aeropuertos

del país para revertir 20 años de abandono, con una inversión de 174 millones de dólares en infraestructura y sistemas de comunicación” (Ecuador inmediato 2011). Ecuador es un país con una extensión de 256.370 kilómetros cuadrados, el acceso a las distintas provincias se facilita por los medios de transporte aéreo y terrestre. Cruz, escritor colombiano de opinión, efectúa una comparación entre Ecuador y Colombia señalando:

Si en Colombia el túnel de la línea y la doble calzada Bogotá-Girardot estuvieran totalmente terminadas, si 50.000 kilómetros de vías terciarias se recuperaran después de cada invierno y si El Charco (Nariño) contara con 12 horas de luz, entonces tendríamos por qué creernos los colosos del norte frente a Ecuador. Entre tanto, los hermanos del sur, en menos de siete años, han disfrutado del desarrollo e infraestructura de su país y hoy gozan de una calidad de vida que Colombia envidia y sueña con resignación. (Cruz 2014)

En Colombia existen inconvenientes en las carreteras, lo que dificulta la movilización vía terrestre “En el caso de Colombia, los datos se explican por varios factores que merman su competitividad: tiempos de entrega, calidad de carreteras, y escasa conectividad con sus dos puertos más importantes, Buenaventura y Cartagena” (El País 2014). Este problema con la conectividad hace que el transportarse internamente genere inconvenientes para el turista, y obligue al visitante a seleccionar únicamente un destino específico dentro del país, eliminando la posibilidad de explotar nuevos espacios turísticos. Ecuador tiene la ventaja de ser un país pequeño con varias opciones de transporte de calidad. Según el Reporte de Competitividad Global 2013-2014 del Foro Económico Mundial, a nivel regional Ecuador se encuentra en el segundo lugar luego de Chile, en cuanto al estado de las vías.

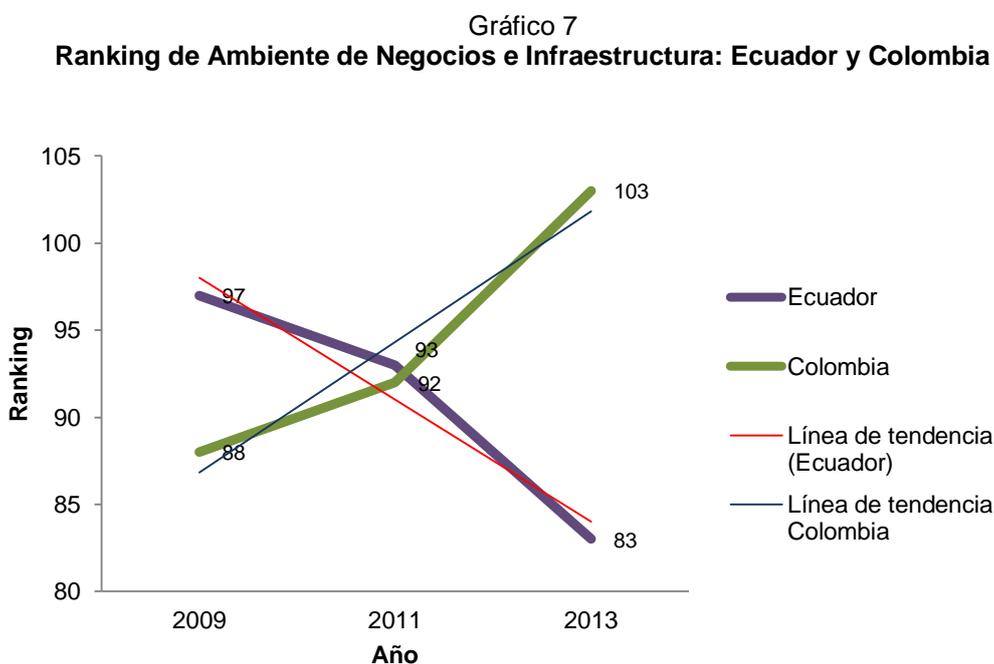
En marzo del 2012, el programa televisivo colombiano de noticias 1, recorrió las vías desde Colombia hasta Otavalo en Ecuador, constatando los resultados para establecer que Colombia tiene retraso en la vialidad. Por otro lado, Colombia se encuentra en el puesto 130, con una calificación de 2,6, y por debajo de países como Madagascar, Nigeria o Nepal. (Revista Ekos 2014)

Otro de los aspectos de la infraestructura es el referente al sector hotelero. En Ecuador, existen hoteles de distintas categorías en todas las provincias del país. La oferta hotelera permite que el turista pueda seleccionar cualquier tipo de hospedaje con calidad óptima, y no centrada únicamente en las grandes ciudades. De hecho, el hotel amazónico Napo Wildlife ubicado en la región amazónica, ha sido reconocido

desde 2010 por su calidad de servicio hotelero, ubicándolo en el “Salón de la Fama” de *Tripadvisor* al obtener este galardón durante 5 años consecutivos (Metro 2015).

De acuerdo al Ministerio de Turismo, empresario turísticos privados tienen previsto realizar una inversión de cerca de US \$ 2.160 millones en infraestructura hotelera en Ecuador, desde 2014 hasta 2020. Esto demuestra que el mercado hotelero ecuatoriano es atractivo hacia el exterior.

El caso colombiano tiene una realidad distinta al ecuatoriano, si bien existen hoteles en los diferentes departamentos de Colombia, la oferta se centra en puntos específicos como Cartagena por viajes recreacionales o Bogotá por viajes de negocios, a tal punto de llegar a una saturación de la oferta hotelera. “El buen momento de la industria hotelera en el país se ve afectado por el aumento desmedido de la oferta hotelera, lo que ha generado que los precios relacionados con los servicios que presta dicho sector tiendan a la baja” (El Espectador 2014). Este comportamiento demuestra que la distribución hotelera no es la óptima en Colombia. El gráfico 7 muestra el ranking de ambiente de negocios e infraestructura para Ecuador y Colombia.

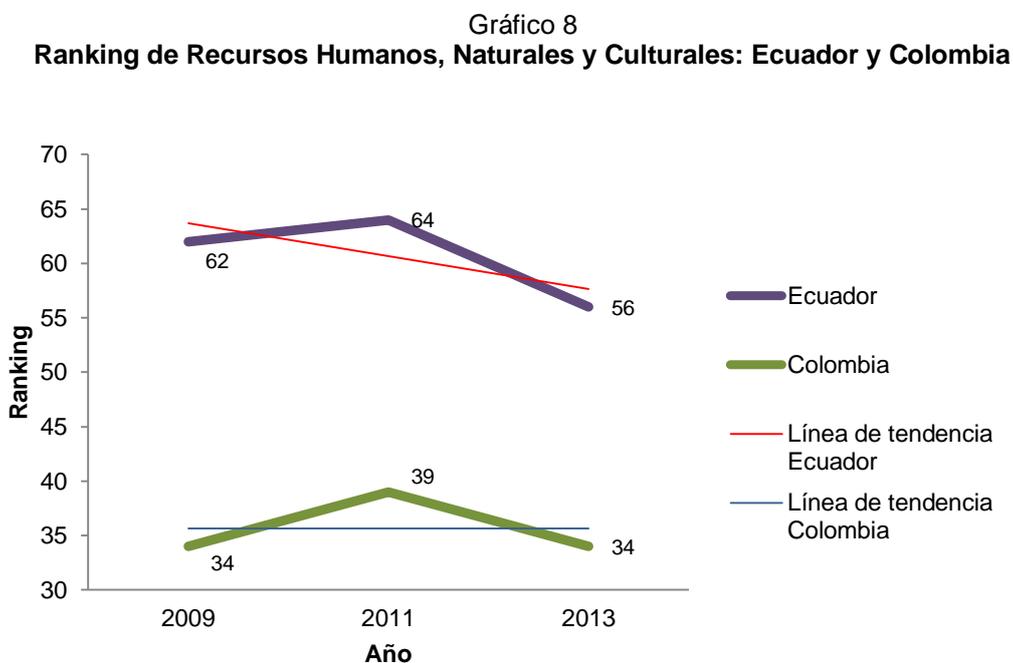


Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
Elaboración propia.

Tanto para Ecuador como Colombia, el índice que refleja mayor fortaleza es el referente a “recursos humanos, naturales y culturales”. Durante el período de análisis este indicador fue el que destacó ubicándose en mejor ranking que los otros indicadores analizados anteriormente. Como se observa en el gráfico 8, este es el único caso en que las cifras de Ecuador y Colombia no se cruzan en un punto de encuentro, más bien se manejan de manera independiente, donde Colombia tiene una mejor posición superando casi en el doble a los indicadores ecuatorianos.

Ecuador y Colombia son países biodiversos, con una gran cantidad de flora y fauna, sin embargo la administración que Colombia realiza sobre estos recursos muestra mejores resultados. En el informe del *Revenue Watch Institute*, que mide el índice de Gestión de los Recursos Naturales, se ubicó a Colombia en el cuarto lugar a nivel regional, mientras que Ecuador, Venezuela y Bolivia fueron los peor calificados de la región (Contexto ganadero 2013).

Ecuador está mejorando su ranking, incluyendo nuevas políticas públicas con responsabilidad social y ambiental. Un ejemplo de ello es el acuerdo que firmó con CEPAL para el tema de asistencia técnica en la elaboración y discusión de la Agenda Nacional de Energía del Ecuador (Ecuador Inmediato 2015).



Fuente: Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo (Años 2009, 2011 y 2013) - Foro Económico Mundial.
 Elaboración propia.

Capítulo cuarto

Conclusiones

El turismo se constituye como un eje innovador dentro del manejo político y económico, incluso de países con economías sólidas, debido a la dinámica que genera. Este comportamiento también lo cataloga como un sector sensible, viéndose afectado de manera directa por factores externos, como la crisis económica mundial de 2008, que desaceleró su crecimiento en los años posteriores, para recuperarse rápidamente generando una tendencia creciente.

La idea de turismo se ha transformado a lo largo del tiempo, en décadas anteriores se concebía únicamente como el flujo de visitantes de un país hacia otro, y sus indicadores se medían con cifras netas de ingreso y gasto. Actualmente la importancia del sector, involucra diversos conceptos regulados a nivel internacional por instituciones como la Organización Mundial de Turismo, que miden el manejo del turismo, la calidad de los servicios que se otorgan a los turistas, el desarrollo de políticas públicas vinculadas al turismo, etc. De igual manera, nuevas entidades incluyen en sus indicadores de investigación, valores referentes al manejo turístico como parte de la evaluación de una economía.

El tema de sostenibilidad es uno de los puntos fundamentales en el sector, el cuidado de recursos naturales y el manejo óptimo de gestiones públicas motivan a que el turismo no sea un sector de explotación al corto plazo, la visión de gobiernos como los latinoamericanos es mantenerlo estable a lo largo del tiempo, inyectar inversión para el crecimiento del sector y obtener nuevos ingresos dentro del aparato económico.

Ecuador y Colombia son dos países que se benefician de estos ingresos turísticos. Ecuador tiene como premisa el posicionamiento del turismo como la principal exportación de servicios según la nueva matriz productiva. Con este cambio se pretende crear un clúster firme del turismo extendiéndolo hacia la industria hotelera, de recreación, de transporte, etc. Esta transformación se debe a que Ecuador desea ofertar nuevos productos y servicios a fin de innovar en sus exportaciones y liberarse de los productos tradicionales que poco a poco se ven mermados por el ingreso de nuevos participantes en el mercado internacional.

Datos de *World Travel and Tourism Council* señalan que en 2016, el sector de viajes y turismo aportó con 2.033,7 millones de dólares al PIB en Ecuador, siendo la tercera fuente de ingresos no petroleros luego del banano y del camarón, lo que representa el 2,0% del PIB de manera directa y el 5,1% del total del PIB incluyendo efectos indirectos. Este sector también participó con 137.500 empleos directos (1,9% del total de empleos) y 344.000 empleos indirectos (4,7% del total de empleos). Si bien el turismo contribuye en un lugar significativo a la economía ecuatoriana, es necesario implementar medidas estratégicas eficientes que involucren a todos los actores del clúster turístico, aprovechando la ventaja competitiva de ser un sector priorizado en la economía del país.

Para el caso de Colombia, en 2016, el sector de viajes y turismo aportó con 6,1 miles de millones de dólares al PIB, que representa el 2,1% del PIB de manera directa y, el 5,8% del total del PIB incluyendo efectos indirectos. El sector generó 610.000 empleos directos (2,7% del total de empleos) y 1.379.500 empleos indirectos (6,1% del total de empleos). En el caso colombiano, el porcentaje de participación en el PIB de manera directa es similar a la ecuatoriana, sin embargo la generación de empleos es mayor, debido a la creciente demanda en eventos y convenciones internacionales, lo que ha llevado a la creación y mejora de hoteles.

En los últimos años, Colombia recuperó su imagen de destino turístico luego de haber atravesado episodios de inseguridad interna, narcotráfico y guerrilla. Si bien, los conflictos internos no se han eliminado totalmente, la paz se restituyó en base a políticas de los gobiernos de turno. Este cambio positivo permitió que Colombia promueva la inversión extranjera en sectores como el hotelero.

La gestión turística de Ecuador y Colombia se ve reflejada en los reconocimientos a nivel internacional. Ecuador desde 2013 ha sido catalogado como destino turístico de Sudamérica, imponiéndose ante países de trayectoria turística como Perú o Brasil. El posicionamiento de Ecuador ha sido gracias a estrategias de promoción y publicidad que si bien existieron en años anteriores, ahora se hacen más visibles por las campañas internacionales. Las críticas a estas campañas de difusión masiva fueron los altos costos en que incurrió para su elaboración y transmisión; sin embargo, ayudó a fortalecer los mercados ya existentes como Estados Unidos, y a la apertura de nuevos mercados

Dentro de estos premios, Colombia posee el galardón a la mejor aerolínea de Sudamérica en 2015. Colombia tiene una ventaja importantísima con el tema de

conectividad hacia diferentes lugares del mundo, a más de poseer una oferta calificada en transporte aéreo. Si bien estos incentivos son vitales en el ámbito turístico, existen otros que han sido descuidados en su manejo. Colombia fue galardonada con este premio, sin embargo, los aeropuertos internos no han sido remodelados, manteniendo una infraestructura centralizada únicamente en los aeropuertos de mayor afluencia de turistas. Estas contradicciones llevan a que los beneficios sean centralizados y no se explote el potencial que existe en el país.

El manejo de políticas es uno de los factores que se debe fortalecer, ya que si bien Ecuador y Colombia están mejorando en el ranking elaborado por el Foro Económico Mundial, las cifras están alejadas de los primeros lugares. Colombia está adoptando diversas políticas de incentivos tomadas de otros casos. En tema tributario, se instauró la devolución del IVA a turistas extranjeros respecto de los bienes y servicios de producción nacional. Esta política inició en Colombia desde 2014 a fin de promover la compra de productos nacionales por parte de turistas. En Ecuador, esta política existía desde al año 2002, sin embargo no fue muy difundida, hasta 2008 en que se otorga esta competencia al Servicio de Rentas Internas, que se ha encargado de difundir en establecimientos y en los aeropuertos internacionales el procedimiento para la recuperación de este valor en beneficio del turista. Colombia al incluir beneficios de otros países, está buscando ofrecer al menos lo que los turistas encuentran en los países vecinos.

En temas de infraestructura, los dos países han mostrado un crecimiento del sector especialmente en lo que refiere a hotelería y carreteras. Ecuador ha sido reconocido a nivel internacional por la calidad de vías terrestres, lo que le da una ventaja frente a otros países de la región. Además, por su tamaño, Ecuador es un destino donde se puede conocer cada una de sus regiones en poco tiempo. Este es uno de los principales atractivos con los que se vende al país. Colombia por otro lado, conecta a sus departamentos con carreteras que no se encuentran en condiciones óptimas dificultando las conexiones vía terrestre, lo que recae nuevamente en que el turista se mantenga en un destino fijo dentro del país.

Respecto a los recursos naturales, Colombia muestra un manejo y una gestión adecuada en políticas de gestión ambiental y recursos sensibles como los minerales; por parte de Ecuador se están iniciando acuerdos para recibir capacitaciones con instituciones como CEPAL, a fin de evitar el uso inadecuado de los recursos naturales.

Ecuador, luego de la época de inestabilidad política, retomó las buenas prácticas generadas en otros gobiernos e implementó reformas que ayudaron de manera categórica a promover el turismo en el país. El cambio a una nueva matriz productiva, e incluir al turismo dentro del Plan Nacional del Buen Vivir y destinar recursos para el crecimiento del sector, son factores que permitirán incrementar el ranking de promoción y competitividad a nivel mundial y regional, como se observó en el período 2009-2013. Para ello se deben cumplir las metas establecidas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, e incorporar nuevas prácticas de promoción y apoyo al sector turístico.

Colombia es un país receptor de inversión extranjera, por temas prioritarios es necesario otorgar parte de los ingresos a sectores vulnerables, sin embargo, no se puede descuidar al sector turístico como una actividad clave dentro de la economía. Colombia está centralizando su mercado turístico, limitando el turismo a ciertas regiones; una de las causas es que su infraestructura aún no ha sido desarrollada en su totalidad. Existen planes gubernamentales para impulsar grandes inversiones en carreteras y puertos.

Bibliografía

- Abad, Andrés. 2013. “Las políticas públicas culturales del Ecuador en la época del Sumak Kawsay”. En *Punto Cero*, Año 18, No. 26, pp. 57 – 64. Universidad Boliviana “San Pablo”. Cochabamba.
- Arrington, Ann. 2010. “Competing for tourists at Victoria Falls: A historical consideration of the effects of government involvement”. En *Development Southern Africa*, Vol. 27, No. 5, Diciembre.
- Babbie, Earl. 2013. *The Practice of Social Research*, 13^{va} edición, China: Wadsworth, Cengage Learning.
- Bailey, Earl, y Richardson Robert. 2010. “A new economic framework for tourism decision making”. En *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10, No. 4, Octubre, pp. 367 – 376.
- Banco Mundial. 2014. “Latin American and the Caribbean”. En *Global Economic Prospects*, No. 2.
- Becker, Marc. 2011. “Correa, Indigenous Movements, and the Writing of a New Constitution in Ecuador”. En *Latin American Perspectives*, Vol. 38, No. 1, Enero, pp. 47 – 62.
- Berli, Asunción, y Martín Josefa. 2004. “Tourists’ characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis”. En *Tourism Management*, Vol. 25.
- Bermúdez, Jaime. 2007. “Los procesos de paz en Colombia”. En *Latin American Program Special Report*. Woodrow Wilson International Center for Scholars, pp. 23 – 24.
- Betancourt, María. 2004. “Esquema de planificación y gestión integral del turismo desde los territorios”. En *Retos turísticos*, Vol. 3, Tomo 1 No. 2, pp. 1 -19.
- Blanco, Luis. 2013. “Turismo en la red: adiós al intermediario”. En *Gerencia en la red*, Vol. XVIII, Nol. 2.

- Bradberry, Travis. 2016. “Por qué debe gastar su dinero en experiencias y no en cosas”. En *Revista Gestión*, Agosto.
- Brau, Rinaldo, Lanza Alessandro, y Usai Stefano. 2008. *Tourism and Sustainable Economic Development*, Gran Bretaña: Edward Elgar Publishing Limited.
- Bryden John. 1973. *Tourism and Development: A case study of the Commonwealth Caribbean*. Cambridge University Pres. Gran Bretaña.
- Caiza, Roberto, y Molina Edison. 2012. “Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano”. En *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, No. 4, pp. 6 – 24.
- Calderón, Álvaro. s.f. *Análisis de la cadena del turismo*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Campbell, John, De Mediros Karine, y Viceira Luis. 2010. “Global Currency Hedging”. En *The Journal of Finance*, Vol. 65, No. 1, Febrero, pp. 87 – 121.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). 2008. “Papel de las organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales en la promoción de la cooperación regional y subregional del desarrollo sostenible”. En *CEPAL – Series, Seminarios y Conferencias*, No. 11.
- Clancy, Michael. 2001. “Mexican Tourism: Export Growth and Structural Change since 1970”. En *Latin America Research Review*, Vol. 36, No. 1, pp. 128 150.
- Coles, Tim, y Scherle Nicolai. 2007. “Prosecuting power: tourism, inter-cultural communications and the tactics of empowerment”. En Church Andrew, y Coles Tim, edit., *Tourism, Power and Space*. Estados Unidos y Canadá: Routledge.
- Contexto Ganadero. 2013. “Colombia, 9no país con el mejor manejo de recurso naturales”. Consulta: 13 de marzo de 2015. <<http://www.contextoganadero.com/economia/colombia-9no-pais-con-el-mejor-manejo-de-recursos-naturales>>

- Constitución de la República del Ecuador. 2008. Título II, “Derechos”, capítulo segundo, “Derechos del buen vivir”. Asamblea Nacional, Comisión Legislativa y de Fiscalización, Quito.
- Constitución de la República del Ecuador. 2008. Título VII, “Régimen del Buen Vivir”. Asamblea Nacional, Comisión Legislativa y de Fiscalización, Quito.
- Da Cruz, Gustavo, y De Camargo Patricia. 2008. “Análisis de las mejores estrategias de promoción en la web desarrolladas por los destinos turísticos internacionales”. En *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 17, No. 2, (abril – junio).
- Diamond, J. 1977. “Tourism's Role in Economic Development: The Case Reexamined”. En *Economic Development and Cultural Change*, Vol. 25, No. 3, Abril, pp. 539 – 553.
- Douglas, Norman, Douglas Ngaire, y Derrett Ros. 2001. *Special Interest Tourism*. Kyodo Printing, Singapur.
- Ecuador. 2002. *Ley de Turismo*. En *Suplemento del Registro Oficial* No. 733.
- El Comercio. 2013. “Los turistas son vulnerables a hurtos y asaltos en Ecuador”. Consulta: 31 de mayo de 2016. <<http://www.elcomercio.com/actualidad/seguridad/turistas-son-vulnerables-a-hurtos.html>>
- El Confidencial. 2015. “Estos son los diez países más seguros del mundo”. Consulta: 1 de febrero de 2016. <http://www.elconfidencial.com/multimedia/album/mundo/2015-01-20/estos-son-los-diez-paises-mas-seguros-del-mundo_625569/>
- El País. 2012. “Turismo en Colombia ha tenido grandes avances: Sergio Díaz Granados”. Consulta: 28 de mayo de 2016. <<http://www.elpais.com.co/economia/turismo-en-colombia-ha-tenido-grandes-avances-sergio-diaz-granados.html>>

- El País. 2013. “Mal estado de vías en Colombia generan 35% en sobrecostos a transportadores”. Consulta: 28 de julio de 2016. <<http://www.elpais.com.co/economia/mal-estado-de-vias-en-colombia-generan-35-en-sobrecostos-a-transportadores.html>>
- El País. 2013. “En 17,8% aumentó el transporte aéreo en Colombia en el 2013”. Consulta: 30 de julio de 2016. <<http://www.elpais.com.co/economia/en-17-8-aumento-el-transporte-aereo-en-colombia-en-el-2013.html>>
- El Telégrafo. 2013. “Los crímenes violentos bajaron en los últimos 4 años”. Consulta: 27 de julio de 2016. <<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/judicial/13/los-crimenes-violentos-bajaron-en-los-ultimos-4-anos>>
- El Tiempo. 2008. “25 hitos de la historia del turismo colombiano”. Consulta: 28 de mayo de 2016. <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4606550>>
- El Tiempo. 2016. “Estos son los destinos colombianos del 2017”. Consulta: 5 de marzo de 2017. <<http://www.eltiempo.com/vida/viajar/destinos-en-colombia-para-viajar-en-el-2017-45631>>
- El Universo. 2005. “Ecuador atraviesa crisis política”. Consulta: 27 de mayo de 2016. <<http://www.eluniverso.com/2005/04/24/0001/8/E8BC3021F3D948ED99F8270C9EA3C6EB.html>>
- El Universo. 2012. “Se alista el cierre del aeropuerto de Manta”. Consulta: 31 de mayo de 2016. <<http://www.eluniverso.com/2012/09/17/1/1447/alista-cierre-aeropuerto-manta.html>>
- El Universo. 2017. “Atentados complican el cese al fuego con el ELN, en Colombia”. Consulta: 10 de marzo de 2017. <<http://www.eluniverso.com/noticias/2017/02/27/nota/6066187/atentados-complican-cese-fuego-eln>>
- Elliott, James. 1997. *Tourism, Politics and public sector management*, Estados Unidos y Canadá, Routledge.

- Ferrari, Guido, Montero José, Jiménez José, y Vargas Manuel. 2010. *Investigaciones, métodos y análisis de turismo*, España, Septem Ediciones.
- Forbes Staff. 2016. “¿Cuál es el impacto de la crisis económica mundial?”. En *Revista Forbes México*.
- Gómez, Aitor, Elboj Carmen, y Capllonch Marta. 2013. “Beyond Action Research”. En *International Review of Qualitative Research*, Vol. 6, No. 2, pp. 183 – 197.
- Gómez, Beatriz. 2013. “Los Premios Alimara reconocen las mejores campañas turísticas”. Consulta: 1 de noviembre de 2014. <<http://www.territorioymarketing.com/los-premios-alimara-reconocen-las-mejores-campanas-turisticas>>
- Hall, Derek. 2004. *Tourism and Transition: Governance, Transformation and Development*. CABI Publishing, Gran Bretaña.
- Harbers, Imke, y Illerhues Judith. 2006. “Stalled Political Reforms in Ecuador: Decentralization under the Palacio Government”. En *Iberoamericana (2001-)*, Nueva época, Año 6, No. 22, pp. 170 – 173.
- Hummon, David. 1988 “Tourist Worlds: Tourist Advertising, Ritual, and American Culture”. En *The Sociological Quarterly*, Vol. 29, No. 2, pp. 179 – 202.
- Instituto Panameño de Turismo, BID (Banco Interamericano de Desarrollo), UNWTO (Organización Mundial de Turismo), Tourism & Leisure, PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo) y Plan Maestro de Turismo. 2008. *Análisis Diagnóstico General del Turismo en Panamá, Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2007 – 2020*, España, EuroPraxis Consulting.
- Jamal, Tazim, y Robinson Mike. 2009. *The Sage Handbook of Tourism Studies*. Sage Publications, Gran Bretaña.

- Jameson, Kenneth. 2011. 'The Indigenous Movement in Ecuador: The Struggle for a Plurinational State'. En *Latin American Perspectives*, Vol. 38, No. 1, Enero, pp. 63 – 73.
- Kim, Chulwon. 2000. *A Model Development for Measuring Global Competitiveness of the Tourism Industry in the Asia – Pacific Region*, Corea, KIEP.
- Kokkranikal, Jithendran, Cronje Paul, y Butler Richard. 2011. "Tourism Policy and Destination Marketing in Developing Countries: The Chain of Influence". En *Tourism Planning & Development*, Vol. 8, No. 4, Noviembre, pp. 359 – 380.
- Lansing, Paul, y De Vries Paul. 2007. "Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy?". En *Journal of Business Ethics*, Vol. 72, No. 1, Abril, pp. 77 – 85.
- Larrea, Carlos, y North Lusa. 1997. "Ecuador: Adjustment Policy Impacts on Truncated Development and Democratisation". En *Third World Quarterly*, Vol. 18, No. 5, Diciembre, pp. 913 – 934.
- Márquez, Luis, y Cuétara Leonardo. 2006. "Propuesta y aplicación de un sistema de indicadores para determinar el Índice de Desarrollo Sostenible Global (IDSG) De un destino turístico. Caso: Patanemo, Venezuela". En *Revista Faces*, Vol. XVII, No. 1.
- Martínez, Gabriel. 2006. "The political economy of the Ecuadorian financial crises". En *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 30, No. 4, Julio, pp. 567 – 585.
- Maxwell, Joseph. 2013. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. 3^{ra} edición, Estados Unidos: Sage Publications.
- Mbaiwa, Joseph, y Stronza Amanda. 2009. "The Challenges and Prospects for Sustainable Tourism and Ecotourism in Developing Countries". En Jamal Tazmin y Robinson Mike, edit., *The Sage Handbook of Tourism Studies*. Gran Bretaña: MPG Books Group.

- Mendoza, Juan. 2000. “¿Cuál es el rol del Estado?”. En *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, No. 15, Marzo, pp. 45 – 62.
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. 2013. “Turismo es uno de los sectores priorizados para el cambio de la matriz productiva: Ministro Richard Espinosa”. Consulta: 30 de julio de 2016. <<http://www.produccion.gob.ec/turismo-es-uno-de-los-sectores-priorizados-para-el-cambio-de-la-matriz-productiva-ministro-richard-espinosa>>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. 2012. *Boletín de Estadísticas Turísticas 2006 – 2010*, Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. 2012. *La experiencia turística en el Ecuador, cifras esenciales de turismo interno y receptor*, Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. 2014. *Proyecto Ecuador Potencia Turística*, Ecuador, Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Mings, Robert. 1981. “Tourism Development in Latin America And Related Research Needs”. En *Proceedings of the Conference of Latin Americanist Geographers*, Vol. 8, pp. 336 – 346.
- Moreno, Camila. 2016. “¿Cómo está la agroindustria en Latinoamérica?”. En *Fierros Industrial*. Consulta 20 de diciembre de 2016. <<http://fierrosindustrial.com/noticias/esta-la-agroindustria-en-latinoamerica/>>
- Murgoci, Cristiana, Firoiu Daniela, e Ionescu Emilia. 2009. “Global recession and its effect on tourism and travel industry”, DAAAM International Vienna.
- Organización Mundial de Turismo. 2014. *Glosario de términos turísticos*.
- Organización Mundial de Turismo. 2012. *Turismo y sostenibilidad energética: propulsores del desarrollo sostenible*.

- Otgaar, Alexander, Van Den Berg Leo, Berger Christian, y Xiang Rachel. 2010. *Industrial Tourism, Opportunities for City and Enterprise*, Gran Bretaña: MPG Books Group.
- Pampillón, Rafael. 2008. “Crisis económica: ¿efecto dominó o decoupling?”. En *Diccionario de economía, Economía mundial*.
- Pan, Bing, y Crotts John. 2012. “Theoretical Models of Social Media, Marketing Implications, and Future Research Directions”. En Sigala Marianna, Christou Evangelos, y Gretzel Ulrike, edit., *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality*. Gran Bretaña: MPG Books Group.
- Pantano, Eleonora, y Servidio Rocco. 2012. “Advanced Technologies and Tourist Behaviour: The Case of Pervasive Environments”. En Ordóñez de Pablos Patricia, Tennyson Robert, y Zhao Jingyuan, edit., *Global Hospitality and Tourism Management Technologies*. Gran Bretaña: IGI Global.
- Parra-López, Eduardo, y Guitiérrez-Taño Desiderio. 2012. “Travellers 2.0: Motivation, Opportunity and Ability to Use Social Media”. En Sigala Marianna, Christou Evangelos, y Gretzel Ulrike, edit., *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality*. Gran Bretaña: MPG Books Group.
- Pavlic, Ivana. 2009. “The characteristics and specific features of modern tourist demand”. En *International DAAAM*, Vol. 20, No. 1.
- Pearce, Philip, Filep Sebastian, y Ross Glenn. 2010. *Tourist, Tourism and the Good Life*, Estados Unidos y Gran Bretaña, Routledge.
- Portafolio. 2010. “Inversión extranjera colombiana en noviembre del 2009 fue mejor que lo previsto”. Consulta: 30 de julio de 2016. <<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/inversion-extranjera-colombiana-noviembre-2009-mejor-previsto-337230>>
- Revista Líderes. 2013. “Ecuador recibió más inversión, pero continúa rezagado”. Consulta: 31 de mayo de 2016. <<http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-recibio-inversion-continua-rezagado.html>>

- Quintana, José. 2004. “El ocio y el tiempo libre desde la animación sociocultural”. En Ministerio de Educación Cultura y Deporte - Secretaría General de Educación y Formación Profesional, edit., *Servicios socioculturales: la cultura del ocio*. España: Estilo Estugraf Impresores.
- Quito Turismo. 2013. *La experiencia del destino turístico Quito en cifras*. Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo.
- Semana. 2011. “Colombia ha perdido en bosques el equivalente a dos veces y media la isla de Jamaica”. Consulta: 27 de julio de 2016. <<http://www.semana.com/nacion/articulo/colombia-ha-perdido-bosques-equivalente-dos-veces-media-isla-jamaica/235887-3>>
- SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). 2013. *Plan Nacional de Desarrollo, Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017*, Ecuador: SENPLADES.
- SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). 2012. *Transformación de la Matriz Productiva, Revolución productiva a través del conocimiento y talento humano*. Quito: Ediecuatorial.
- Sigala, Marianna. 2012. “Web 2.0 and Customer Involvement in New Service Development: A Framework, Cases and Implications in Tourism”. En Sigala Marianna, Christou Evangelos, y Gretzel Ulrike, edit., *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality*. Gran Bretaña: MPG Books Group.
- Tirado, María. 2015. “El turismo ante la globalización”. En *GestioPolis*. Consulta: 21 de mayo de 2016. <<https://www.gestiopolis.com/el-turismo-ante-la-globalizacion-ensayo/>>
- Tribe, John. 2006. “The economic impact of tourism”. En Beech John y Chadwich Simon, edit., *The Business of Tourism Management*, España: Mateu – Cromo Artes Gráficas.
- Tünnermann, Carlos. 2012. “América Latina: identidad, y diversidad cultural. El aporte de las universidades al proceso integracionista”. En *Polis*. Consulta: 15 de mayo de 2016. <<http://polis.revues.org/4122>>

- Tung, Jane. 2012. "Key success factors in implementing marketing strategies in tourism industry". En *Pakistan Journal of Statistics*, Vol. 28, No. 5, pp. 645 – 651.
- UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo). 2013. "Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible". En *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, TD/B7C.I/EM.5/2, No. 3, Marzo.
- Valcuende, José, Murtagh Chantelle y Rummenhoeller Klaus. 2012. "Turismo y poblaciones indígenas: espacios, tiempos y recursos". En *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, Vol. 16.
- Wilson, Tamar. 2008. "The Impacts of Tourism in Latin America". En *Latin American Perspectives*, Vol. 35, No. 3, Mayo, pp. 3 – 20.
- Winson, Anthony. 2006. "Ecotourism and Sustainability in Cuba: Does Socialism Make a Difference?". En *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 14, No. 1.
- Yin, Robert. 2009. *Case Study Research, Design and Methods*, Estados Unidos, Sage Inc.
- Yunis, Eugenio. 2003. "Sustainable Tourism: World Trends and Challenges Ahead". En Buckley Ralf, Pickering Catherine y Weaver David, edit., *Nature – based Tourism, Environment and Land Management*, Reino Unido: Biddles Ltdd. King's Lynn.