

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Estudios Sociales y Globales

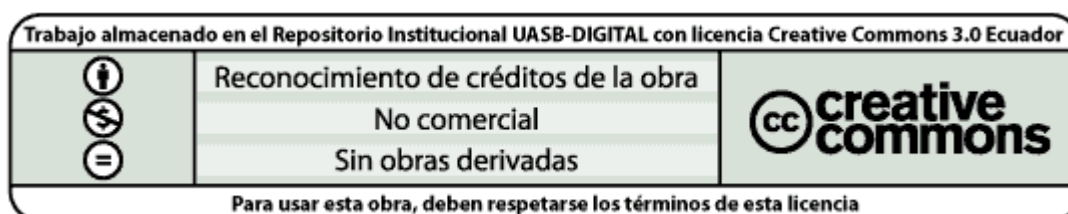
Programa de Maestría en Relaciones Internacionales

Mención Economía y Finanzas

***"LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA BI-NACIONAL, LOS APORTES DE LOS OPERADORES
TURÍSTICO PRIVADOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO LOCAL; COMPARACIONES
ECUADOR-COLOMBIA 2008 - 2012"***

Edgar Francisco Jácome Tipán

2014



**CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE
TESIS/MONOGRAFÍA**

Yo, Edgar Francisco Jácome Tipán, autor de la tesis intitulada *"LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA BI-NACIONAL, LOS APORTES DE LOS OPERADORES TURÍSTICO PRIVADOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO LOCAL; COMPARACIONES ECUADOR-COLOMBIA 2008 - 2012"*, 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 Magister en Relaciones Internacionales, Mención Economía y Finanzas, 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 los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha.

Firma:

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Estudios Sociales y Globales

Programa de Maestría en Relaciones Internacionales

Mención Economía y Finanzas

***"LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA BI-NACIONAL, LOS APORTES DE LOS OPERADORES
TURÍSTICO PRIVADOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO LOCAL; COMPARACIONES
ECUADOR-COLOMBIA 2008 - 2012"***

Edgar Francisco Jácome Tipán

Tutor: Luis Luna Osorio

2014

Quito - Ecuador

RESUMEN

Para efectos de la investigación, se utilizó el método inductivo a partir de la pregunta ¿Cuáles son las características principales del turismo binacional entre Ecuador y Colombia y los aportes de las operadoras turísticas privadas a la dinámica económica de cada país?

Teóricamente, la investigación analiza el entendimiento y el manejo de los ejes centrales de la discusión principal turística bi-nacional y su alcance económico; ya que el tema de investigación pretende entender conceptos teóricos ligados al turismo y a la temática internacional y su dinámica globalizadora, así como efectuar el análisis de la integración turística regional; después, mostrar las relaciones que guarda la dinámica de servicios con la dinámica económica en conjunto y sus contribuciones en el mercado turístico local, para finalmente establecer un período comparativo y poder confrontar aportaciones anteriores, para fortalecer el debate en este ámbito.

Metodológicamente, el tema de estudio se desarrolló a partir de la utilización de información proveniente de fuentes primarias, producto de la aplicación de entrevistas y la observación directa, además de la utilización de fuentes secundarias, con cuyo análisis se ha podido realizar los capítulos de esta investigación, de tal forma que el Capítulo I: Definiciones Introdutorias, presenta de forma preliminar una exploración sobre aspectos relacionados con el turismo y la evolución de esta actividad en la era moderna y de su importancia, tanto para la economía del Ecuador como de Colombia; el Capítulo II: Diagnóstico de los sectores turísticos de Ecuador y Colombia, analiza de la situación actual del sector turístico en los dos países que son parte de este estudio, partiendo desde los atractivos y destinos que conforman la oferta turística de las dos naciones, así como la infraestructura con la que los dos países cuentan, luego se analiza tanto las políticas y agendas ministeriales de Ecuador y Colombia, para concluir con un análisis de las acciones e iniciativa privada en referencia al recurso turismo; el Capítulo III: Las políticas en los sectores turísticos de Ecuador y Colombia en el período 2008-2012, hace un análisis de las políticas turísticas, los planes nacionales, los planes turísticos y los cambios que esas legislaciones han operado en los dos países, para finalmente aterrizar en el análisis de las similitudes y diferencias que pueden existir en dichas legislaciones. El Capítulo IV: Conclusiones y Propuestas, es la finalidad de ésta investigación, con el objetivo de que la misma sea un aporte, tanto para el sector público como privado, en la generación de alternativas que viabilicen un mejor entendimiento y se llegue a una verdadera integración turística bi-nacional entre Ecuador y Colombia.

DEDICATORIA

*A Batia y Matilda, mis angelitos disfrazados de personas, por
dibujarme las formas y los colores del amor.*

*A mi esposa Tatiana, por poner en sus manos los pinceles con que
delinean esas formas.*

*A Fabiola, mi madre, por esbozar en sus corazones esos trazos,
con su dulzura y herencia anímica.*

*A mi padre Rodrigo, que desde el cielo cuida de esas manos, de
esos corazones y de esa herencia.*

*A mis compañeras y compañeros de clase, que con el tiempo se
convirtieron en mis amigos entrañables.*

*Y a Ana Cris, por poner en su corazón el compromiso y el cariño
de una gran amiga.*

AGRADECIMIENTOS

Mi profundo agradecimiento, de manera general, a todo el cuerpo colegiado de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, tanto a sus docentes, pues constituyen un verdadero soporte y apoyo académico para quienes hemos tenido la suerte de ser sus alumnos; como a su personal administrativo y operativo, pues todos siempre tuvieron dibujada una sonrisa y la mayor de las voluntades cuando pudieron brindarme una mano amiga.

Agradezco al economista Luis Luna Osorio, quién, actuando como tutor de mi tesis, me compartió sus experiencias, por ser un norte en mi proceso de investigación y por diligenciarme con su oportuno apoyo, así como con su paciencia.

Mis sinceros agradecimientos a Walter Ocaña Zambrano, docente de la Facultad de Turismo y Hospitalidad de la Universidad de las Américas, por su valioso aporte y por el tiempo dedicado a compartir sus conocimientos, así como el material para mi investigación.

A la Universidad de las Américas, a su Facultad de Turismo y Hospitalidad, a todo el personal directivo, administrativo y operativo de la biblioteca, mi gratitud por su gentil ayuda, amable diligencia y oportuna asistencia.

Agradezco a quienes en las aulas de la UASB, escalando al nivel de amig@s, fueron un peldaño más en este proceso de aprendizaje, al compartirme sus vivencias y buen corazón.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	6
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPITULO I: Marco teórico referencial.....	13
1.1.El desarrollo del turismo como hecho de globalización e integración.....	13
1.2.El papel del estado frente al recurso turismo.....	16
1.3.El turismo en espacios intrarregionales.....	19
CAPITULO II: El diagnóstico de los sectores turísticos de Ecuador y Colombia.....	24
2.1 Principales destinos turísticos.....	26
2.1.1 Ecuador y sus destinos turísticos más relevantes.....	27
2.1.2 Colombia y sus destinos turísticos más relevantes.....	34
2.2 Infraestructura y servicios turísticos.....	45
2.2.1 Infraestructura y servicios de Ecuador.....	45
2.2.2 Infraestructura y servicios de Colombia.....	53
2.3 Análisis de la situación del turismo en Ecuador y Colombia.....	59
2.3.1 Análisis de las agendas de los ministerios de turismo de Ecuador y Colombia.....	62
2.3.1.1 Las Agendas del Ministerio de Turismo del Ecuador.....	63
2.3.1.2 Las Agendas del Ministerio de Turismo de Colombia.....	66
2.3.2 El sector privado frente al recurso turismo.....	68
2.3.2.1 Los operadores turísticos de Ecuador.....	69
2.3.2.2 Los operadores turísticos de Colombia.....	74
CAPITULO III: Las políticas en los sectores turísticos de Ecuador y Colombia en el período 2008-2012.....	78
3.1 Las políticas gubernamentales del Ecuador con respecto al turismo.....	78
3.1.1 El Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador.....	79
3.1.2 Los planes de desarrollo turístico.....	84
3.1.3 Los cambios en la legislación.....	93
3.2 Las políticas gubernamentales de Colombia con respecto al turismo.....	94
3.2.1 El Plan Nacional de Desarrollo de Colombia.....	95
3.2.2 Los planes de desarrollo turístico.....	97
3.2.3 Los cambios en la legislación.....	100

3.3 Similitudes y diferencias.....	104
3.3.1 Similitudes.....	104
3.3.2 Diferencias.....	105

CAPÍTULO IV: Análisis del aporte de los impactos de los operadores turísticos privados 108

4.1 Los modelos de gestión turística más habituales en Ecuador y Colombia ...	108
4.2 Los aportes de los operadores turísticos privados del Ecuador en el mercado local	111
4.3 Los aportes de los operadores turísticos privados de Colombia en el mercado local	116

CAPÍTULO V: Conclusiones y Propuestas.....120

5.1 Conclusiones.....	121
5.2 Propuestas.....	126

BIBLIOGRAFÍA.....131

NETGRAFÍA.....135

ANEXOS.....140

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y CUADROS

GRÁFICO A1. Evolución de las llegadas internacionales e ingresos por turismo	21
GRÁFICO A2. Llegadas internacionales según regiones del mundo 2011	22
GRÁFICO B1. El producto en la oferta del Trade Turístico del Ecuador	28
GRÁFICO B2. Los productos turísticos más comercializados a nivel global	29
GRÁFICO B3. Comparativos arribos acumulados – mercados clave	32
CUADRO B4. Entradas extranjeros	32
GRÁFICO B5. Visitantes internacionales a Colombia 2007 – 2011	35
CUADRO B6. Comparaciones de la oferta de servicios turísticos por mundos Ecuador	51
GRÁFICO B7. Colombia kilómetros de carreteras	54
GRÁFICO B8. Rutas Colombianas.....	55
GRÁFICO C1. Proyección de turistas internos con PLANDETUR - horizonte 2020.....	88
GRÁFICO C2. Proyección comparativa de llegadas internacionales.....	89
GRÁFICO C3. Proyección comparativa de generación de divisas internacionales	90
GRÁFICO C4. Evolución de mercados emisores al Ecuador	92
CUADRO C5. Circuitos turísticos	93
GRÁFICO C6. Ejes del plan nacional de desarrollo 2010- 2014	96
GRÁFICO C7. Proyección del crecimiento del turismo por regiones continentales	98
GRÁFICO D1. Proyectos de inversión turística 2014	114
CUADRO D2. Evolución del mercado local	116

INTRODUCCIÓN

En el período comprendido entre las Guerras Mundial, todos los esfuerzos económicos, tecnológicos y científicos que las potencias mundiales habían utilizado para desarrollar el aparato bélico, debían tener un nuevo rumbo con fines pacíficos, una vez concluidas dichas guerras; es esto lo que origina un vuelco a todo lo establecido en esa época, para entre otros, dar origen a la generación de nuevos y mejores medios de transporte, más eficientes, veloces y de mayores capacidades, además de generar una mejor calidad de vida para las personas.

Este y otros fenómenos generaron la idea de que una parte del tiempo vital debía dedicarse a la recreación; esto significó el mejoramiento de infraestructuras, como son caminos, puentes, vías férreas y demás; lo cual, en el caso de Europa, dio impulso al desarrollo del turismo. En el caso de los Estados Unidos (EE.UU.), por otra parte, se generó un auge económico que impulsó su economía de manera sostenida, desde que terminó la Segunda Guerra Mundial, hasta ya entrada la década de los ochenta, en cuyo período, el tener tiempo libre y la mejora de conectividad fue una realidad en que las personas se vieron involucradas y consecuentemente desarrollaron actividades relacionadas al ocio y la distracción.

Todas estas nuevas realidades en que el mundo se involucró, fueron factores que impulsaron el turismo nacional e internacional y el deseo de las personas de usar su tiempo de ocio, en realizar viajes de placer, lo cual se conoce como turismo.

“Hoy en día el turismo es celebrado como una decisiva fuerza económica global y una gigantesca industria mundial. Muchas publicaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre otras, dan buena cuenta de su crecimiento desde la Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, en 1950, 25,3 millones de turistas generaron US\$2.100 millones. A finales del siglo XX, en 1998, el número de turistas internacionales estaba ya en 625 millones que gastaron US\$445 millardos. Ese mismo año, el gasto mundial total por turismo internacional y doméstico superó los tres billones de dólares americanos. Esta última cifra, según algunos analistas, es varias veces mayor que el gasto mundial en defensa; o, dicho de otra manera, el gasto mundial en turismo excede el producto nacional de todos los países del mundo a excepción del de Estados Unidos y Japón. En 2002, el número de turistas internacionales superó por primera vez los 700 millones de llegadas con un gasto cercano a los US\$475.000 millones. Las estimaciones de crecimiento del turismo en los años iniciales del siglo XXI siguen siendo impresionantes.

La OMT espera que en 2020 las llegadas de turistas internacionales alcancen los 1.600 millones. Por su parte, el Consejo Mundial para Viajes y Turismo (WTTC en sus siglas inglesas), una institución que agrupa a las principales empresas mundiales de viajes y hotelería, calcula que en 2014 el turismo mundial, doméstico e internacional, generará un total de US\$4,2 billones, contando sus efectos directos e indirectos.”¹

Lo que el autor Jafar Jafari llama *una gigantesca industria mundial*, es un fenómeno que engloba a todas las naciones del mundo y ante cuya realidad no escapa América Latina; más aún, cuando como bloque se ha convertido en un atractivo muy especial ante la retina de los visitantes de otros continentes, sin dejar de lado los importantes flujos de turistas de la región, que visitan y se movilizan dentro del continente.

Según datos proporcionados por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo colombiano (MCIT), el incremento de turistas entre Ecuador y Colombia es importante; en efecto, en el período comprendido entre el año 2008 y el 2012, los ingresos de turistas registrados en los aeropuertos de las dos naciones, fueron de 520.561 ecuatorianos que ingresaron a Colombia, mientras que 1.127.878 colombianos ingresaron al Ecuador².

Estas diferencias se hacen aún más importantes para Ecuador, ya que Colombia se ha convertido en el mayor y mejor socio comercial en lo que a flujos turísticos se refiere, en toda la región, toda vez que cada año esos flujos turísticos van operando incrementos importantes, en referencia a años anteriores; puesto que si solamente en el año 2008, por los aeropuertos ecuatorianos ingresaron 176.377 colombianos; para el año 2012 esa cifra se tradujo en 318.794 ingresos, lo que significó un incremento del 180 por ciento³. Es en ese sentido que, tanto los órganos locales y nacionales públicos, como los

¹ JAFARI, Jafar, *El turismo como disciplina científica*, Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout, Revista Política y Sociedad, 2005, Vol. 42 Num. 1, p. 40.

² Centro de Información Turística CITUR, Estadísticas de Turismo, en <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

³ Centro de Información Turística CITUR, Estadísticas de Turismo, en <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>

empresarios turísticos, han tomado acciones tendientes a fortalecer esos lazos comerciales, no solo debido a los importantes ingresos económicos que este fenómeno genera, sino también a lo significativo que representa para el sector el intercambio de experiencias, alternativas y emprendimientos entre los operadores turísticos privados.

Tanto Colombia como el Ecuador, al ser países miembros de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se han beneficiado de las ventajas que esto les otorga, pues dicha Organización a más de analizar los flujos turísticos que las dos naciones generan, está encaminada a comprender las realidades que envuelven al sector turístico de cada país miembro, esto les otorga importantes ventajas, ya que la OMT estructura y diseña las estrategias de promoción y posicionamiento de las cualidades turísticas locales, en los mercados internacionales.⁴

Ante esta realidad, el conjunto de este trabajo se articula para responder la pregunta: ¿Cuáles son las características principales del turismo bi-nacional entre Ecuador y Colombia y los aportes de las operadoras turísticas privadas a la dinámica económica de cada país?, desde cuya definición se puede estructurar la existencia de esas acciones públicas, que el sector requiere y la participación de los operadores privados de las dos naciones, quienes son los llamados a realizar las inversiones que el sector necesita e impulsar la economía bi-nacional.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la

⁴ Comprender, país por país, dónde se genera el turismo que cada uno recibe es esencial para analizar los flujos de turismo internacional y diseñar estrategias de marketing, tales como las relacionadas con el posicionamiento de los mercados nacionales en el extranjero. El Anuario se centra en los datos relacionados con el turismo receptor (total de llegadas y pernoctaciones), desglosados por país de origen. Constituye, junto con el Compendio de estadísticas de turismo, uno de los principales conjuntos de datos de la OMT y una de sus más importantes publicaciones sobre estadísticas anuales de turismo. Organización Mundial del Turismo, (UNWTO por sus siglas en inglés), Estadísticas y Cuentas Satélites del Turismo, en <http://statistics.unwto.org/es/content/anuario-de-estadisticas-de-turismo>

contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible.

La OMT genera conocimiento de los mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz para el desarrollo mediante proyectos de asistencia técnica en más de 100 países del mundo.

Entre sus miembros figuran 156 países, 6 miembros asociados y más de 400 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.⁵

⁵ Organización Mundial del Turismo, (UNWTO por sus siglas en inglés), Datos acerca de la OMT, en <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

CAPITULO I: Marco teórico referencial.

1.1 El desarrollo del turismo como hecho de globalización e integración.

El desarrollo masivo del turismo ha sido uno de los fenómenos mundiales que más ha afectado positivamente a la era moderna, aunque no se puede afirmar que antes de ésta, algunas personas no hayan dedicado su tiempo de descanso a realizar viajes con fines netamente recreativos. *“Según la Biblia, hace muchos siglos Moisés envió a la tierra de Canaán a un grupo de representantes para obtener información sobre lo que de útil pudiera existir en ella. Su viaje fue de reconocimiento y de exploración y descrito, según el hebreo antiguo, con el sinónimo de tur. En la actualidad, millones de personas se desplazan sobre la mayor parte del planeta, en los llamados viajes de placer, (...) fenómeno que da lugar a la moderna actividad lucrativa definida con el vocablo turismo.”*⁶

Existe una ruptura en el proceso histórico de la edad moderna. El mundo era uno antes y fue otro después de la II Guerra Mundial, pues antes de ésta todo estaba orientado a un modo de vida tradicional, el cual cambió al existir un proceso de industrialización de las grandes potencias o imperios de la época, apalancados en el uso del ferrocarril como medio de transporte tradicional y luego en los grandes trasatlánticos y veloces aviones, cada vez más grandes, que facilitaron llegar a países cada vez más distantes, en pocas horas.

El proceso de industrialización sirve en la Segunda Guerra Mundial como fuente de generación de tecnologías al servicio del aparato belicista de las naciones en conflicto; pero, una vez finalizada ésta, los esfuerzos y nuevas tecnologías encontraron

⁶ GETINO, Octavio, *Turismo entre el ocio y el negocio*, Identidad Cultural y desarrollo económico de América Latina y el Mercosur, 2ª. Ed., Buenos Aires, Ediciones CICCUS, 2009, p. 9.

un espacio para su uso con fines pacíficos. Precisamente, es la aeronáutica la que se ve mayormente impulsada por esos avances y consecuentemente es el turismo, entre otras actividades, el que se sirve de las mejoras, tanto en capacidad, velocidad, independencia y comodidad, de los medios de transporte, a fin de movilizar a personas con fines de ocio o placer.

El turismo es una actividad lucrativa, de interés no solo de empresarios e inversionistas, sino también de organismos públicos y privados, locales, nacionales e internacionales, puesto que esta actividad genera ingentes recursos económicos que, a más de mover el aparato productivo de las naciones y sus sociedades, genera importantes fuentes de trabajo; *“en materia de empleo, el turismo, en términos aproximados, ocupa en los EE. UU., a 21 millones de personas; en la Unión Europea, a 22 millones; en el sudeste asiático, a 34 millones; en América Latina, a 10 millones, previéndose que en los próximos diez años, la creación de empleo a escala mundial incorpore a otros 100 millones de personas”*⁷

Entidades internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), han puesto en marcha importantes estudios y comparaciones de las cifras que engloban a la *nueva industria mundial*, como se conoce a la explotación turística, pues según datos del año 2007, *“los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 856 mil millones de dólares, de los cuales correspondieron al continente americano 171 mil millones, distribuidos entre América del Norte (EE. UU., Canadá y México) con 125 mil millones de dólares y a los de América del Sur, 17 mil millones.”*⁸

Según informes de la Organización Mundial del Turismo (OMT), *“en el año 2000, los países de América del Sur, recibieron en su conjunto, algo más de 15 millones*

⁷ GETINO, Octavio, *Turismo entre el ocio y el negocio*, p. 12.

⁸ Boletín “Barómetro OMT del Turismo Mundial”, Vol. 6, No. 2, junio 2008, en www.unwto.org

de turistas, es decir, alrededor de 2,3 por ciento del turismo mundial, lo que representó, con un estimado de 11 mil millones de dólares de ingresos totales, el 2,2 por ciento del gasto turístico internacional. Para el 2007 esas cifras tradujeron un incremento de más del 80 por ciento con relación al año 2000, tanto en número de llegadas como en volumen de ingresos”⁹

Es en ese sentido y ante la importante generación de recursos económicos que el turismo aporta a la economía de los países receptores de viajeros, el sector turismo se ha establecido como una prioridad en las agendas de los gobiernos y en particular de los ministerios de turismo de las naciones de la región y para el caso de estudio, en las carteras de Estado de Ecuador y Colombia, que se han preocupado por la ejecución de planes de turismo que impulsen la integración de las dos naciones y además en la generación de información, más amplia de las tendencias de ese intercambio.

Por otro lado, al tener el turismo un carácter integracionista en un mercado global, pues si para quien actúa como beneficiario del servicio, es decir para el turista, esta actividad no tiene intenciones o fines lucrativos; por lo contrario, para los actores que proveen el servicio, ésta es una actividad que busca de por sí un lucro y en cuyo dinamismo involucra a otros actores, tanto públicos como privados, que se interrelacionan e interactúan y benefician en esta actividad, transformándola en una verdadera industria muy especializada y dinámica, que genera relaciones de carácter local e internacional y cuyas especificidades confluyen en beneficios económicos para todos sus actores directos e indirectos. El turismo ha ido evolucionando, se ha ido nutriendo de conocimientos, técnicas y actividades del saber humano, hasta encontrar una tecnificación y complejidad propias de una actividad altamente tecnificada,

⁹ Organización Mundial del Turismo, (UNWTO por sus siglas en inglés). Reporte Anual, en <http://www2.unwto.org/es/annual-reports>

serviéndose de un sinnúmero de actividades y conocimientos, así como del uso y aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S), del intercambio comercial, social cultural y humano; hechos propios de un mundo globalizado; su ámbito está definido por cada lugar y espacio del planeta.

El turismo transforma la situación económica de los países que explotan el recurso de forma racional y equilibrada, esto genera flujos económicos que aportan con recursos a sus economías y se origina un crecimiento del ingreso y de la riqueza de las personas. Esta dinámica económica y social del turismo es más clara cuando los intercambios turísticos son generados entre países vecinos, se generan mayores expectativas sobre los lugares a los que quieren o necesitan viajar las persona, pues de los primeros destinos a visitar, generalmente suelen ser los atractivos turísticos de su país vecino.

1.2 El papel del Estado frente al recurso turismo.

No solo en el sentido económico, sino también en el sentido social y cultural, las naciones han puesto su mirada en las perspectivas y articulaciones que el turismo genera, bien sea dentro de sus fronteras, como fuera de ellas; el turismo es visto como una nueva alternativa de desarrollo se ha convertido en una efectiva herramienta de impulso económico y mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.¹⁰ En ese contexto, el turismo es una de las industrias a las que mayor atención, impulso e importancia le van dando los Estados a nivel mundial.¹¹ De manera específica, tanto

¹⁰ Fuente: Documento Conceptual del XIX Congreso Interamericano de Turismo, de San Salvador, <https://www.oas.org/.../Documento%20conceptual%20del%20XIX%20C>

¹¹ El turismo se encuentra claramente inserto en la economía global con mercados internacionalizados, pero al mismo tiempo tiene importantes efectos e influencia en las economías nacionales y en comunidades y economías locales. El contexto descrito amerita darle un enfoque económico renovado al análisis de su desarrollo, a la información de la actividad turística que se utiliza para la toma de decisiones gubernamentales, empresariales y profesionales, y al diseño de las políticas turísticas empresariales, en MEYER, Daniel, *Economía turística en América Latina y el Caribe*, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, 2004, p. 19.

Ecuador como Colombia están apostando al turismo, con la finalidad de generar mejoras en su economías, puesto que es ésta una de las actividades que de mejor manera genera incrementos en el ingreso de divisas, creación de empleos directos e indirectos y generación de valor agregado bruto, como parte de las estrategias de desarrollo (Meyer, 2004; 151) que estas dos naciones deben ir incorporando a sus agendas locales, nacionales y bi-nacionales.

Al estar la actividad turística constituida por servicios complementarios, como la hotelería, el transporte, la alimentación, la gestión directa o indirecta de operadores turísticos, entre otros, ésta se convierte en una industria que engloba a actividades económicas variadas y que al ser de carácter formal o empresarial, aportan con importante información a los entes reguladores de cada sector del comercio en que se desarrollan y con lo cual el papel del Estado se convierte en un puntal de su desarrollo e impulso, toda vez que al ser la mano ejecutora del control, la coordinación y la generación de políticas que lo racionalicen, pasa a ser uno de los principales actores del sector, pues es su gestión la que mejora el ambiente en que se desarrollan estas actividades, además de ser favorable en la generación de espacios de desarrollo.

Es el Estado el llamado a apoyar a los sectores de la economía, pues en el papel que le compete es el de generar espacios organizados y regulados, en los cuales tanto los sectores, como sus actores, encuentren ambientes apropiados para desarrollar sus actividades. Tal es el caso del turismo, en cuya acción, el actor privado a fin de desarrollar al sector requiere de la gestión del estado en esa dinámica de apoyo e impulso, para llegar a establecer un verdadero desarrollo sectorial.

“La política turística es producto de la política general de un Estado y estará supeditada siempre a razones de orden público. Así, por ejemplo, un Estado, con el objeto de estrechar relaciones más amistosas con otro, puede valerse de actitudes liberales para con los nacionales de ese país que se internen en su territorio, Por otra parte, no todas las medidas de carácter restrictivo que asume un Estado y que afectan al turismo responden necesariamente a una política anti turística o de animadversión hacia el turismo, sino que pueden obedecer a

prevenciones de carácter económico o de política exterior. De lo anterior, podemos deducir que la participación del Estado en el turismo es decisiva y que su actitud frente a este fenómeno podrá determinar su fomento o restricción y hasta su extinción.”¹²

Un ejemplo claro respecto de lo antes afirmado, tiene que ver con el hecho de que en el período 2009 – 2012, el Ecuador definió una política de seguridad ante la cual, los colombianos que visitaban el país debían presentar el documento denominado como *pasado judicial*; esto desmotivó al turista colombiano y en ese período Ecuador operó un estancamiento en el crecimiento del ingreso de turistas ecuator; en el año 2010 se registraron 214 mil ingresos de turistas, pero en el año 2011 se bajó a 212 mil ingresos, lo cual reflejó un decrecimiento que afectó al sector. Es en el 2012, cuando se elimina este requerimiento por parte del gobierno ecuatoriano, en que el crecimiento fue más bien acelerado, ya que para ese mismo año se registraron 318 mil ingresos.

Para fortalecer al sector turístico el Estado debe propender a la creación, fomento y mejora de atractivos turístico; impulsar el desarrollo de infraestructura adecuada; generar campañas de difusión, con la finalidad de crear cultura turística en las personas; gestionar la promoción de los atractivos y destinos turísticos de su entorno; y, apoyar la iniciativa privada, lo cual se convierte en el principal motor de desarrollo del sector. Son el Estado y sus gobiernos los llamados a ejecutar acciones de apoyo a las iniciativas, mediante la provisión de créditos, la facilitación de espacios para desarrollar la actividad y la generación de regulaciones claras. En el caso ecuatoriano, el Estado por medio de su ministerio del ramo, ha ido definiendo las estrategias de promoción y difusión turística, a fin de generar mayor interés en el turista nacional y extranjero, con la finalidad de aumentar los flujos turísticos tanto locales como internacionales y reactivar el aparato productivo del recurso turismo.

¹² DE LA TORRE PADILLA, Oscar, *El Turismo: fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980.

1.3 El turismo en el espacio subregional andino.

Los países de América Latina, alineados en la UNASUR y los de la Cumbre de América Latina y el Caribe (CALC), han buscado nuevos mecanismos para la generación de divisas y uno de ellos tiene que ver con la inversión en el recurso turismo, mediante la puesta en marcha de programas de desarrollo e inversión pública, que fomenten no solo la mejora de los destinos turísticos locales, sino que también generen una cultura turística en sus habitantes; con lo cual el turismo y su impulso tiene un espacio subregional, pues después del fracaso de la implementación de políticas neoliberales, (Getino 2009, 137) los países de la región buscaron en la creación de acuerdos para la cooperación e integración, en especial en asuntos relativos al turismo y su impulso desde un espacio regional; la generación de flujos turísticos que generen ingresos importantes de divisas, con lo cual el concepto de desarrollo y crecimiento se situó en la discusión regional.

La generación y fomento de las relaciones subregionales andinas, apalancadas en el intercambio turístico entre los países miembros de la Comunidad Andina (CAN), ha sido una de las acciones que se han definido en las agendas de la subregión. El 25 de mayo de 1999, la Comisión de la Comunidad Andina, en reunión mantenida en la ciudad de Cartagena de Indias, definió según decisión No. 463, la aprobación del *Régimen para el Desarrollo e Integración del Turismo*; con el objetivo fundamental de fomentar el desarrollo integrado del turismo entre y hacia los países de la Región Andina; de igual manera se establecieron los siguientes objetivos específicos:

- a) *Fomentar el turismo intrasubregional, fronterizo y hacia la Subregión;*
- b) *Propiciar que el turismo sea un elemento de educación y promoción de la Comunidad Andina;*
- c) *Propiciar la creación de conciencia ciudadana sobre la importancia económica y social del turismo para el desarrollo de la Subregión, así como sobre la calidad de los servicios que deben brindarse al turista;*
- d) *Contribuir al mejoramiento y diversificación de la oferta turística subregional;*
- e) *Propiciar el mejoramiento técnico y administrativo de los recursos humanos*

vinculados al sector turístico de cada País Miembro;

f) Promover la conservación, recuperación y uso sostenible de los recursos naturales y culturales vinculados con el turismo;

g) Promover el desarrollo de la oferta turística de manera sostenible en la Subregión;

h) Propiciar la facilitación de los flujos turísticos en la Subregión;

i) Eliminar las restricciones y obstáculos a los servicios y prestadores de servicios turísticos y propiciar la armonización de las normas necesarias para la conformación del mercado común andino de turismo; y,

j) Propiciar las condiciones para facilitar el uso de tecnologías que tiendan a mejorar la competitividad de los prestadores de servicios turísticos de la Subregión.¹³

El Comité Andino de Autoridades de Turismo (CAATUR), que es el Organismo Técnico Asesor de la Secretaría General de la CAN y estará conformado por los representantes de los organismos nacionales responsables del turismo de cada País Miembro y que se reúne dos veces al año, es el encargado, de entre otras actividades, de la presentación de informes en los cuales se haga un seguimiento del cumplimiento tanto del objetivo general, como de los específicos, pero además de generar los espacios de cooperación a fin de que tanto el intercambio turístico, como los mecanismos de consecución del desarrollo basados en el recurso, se generen de forma coordinada en la subregión.

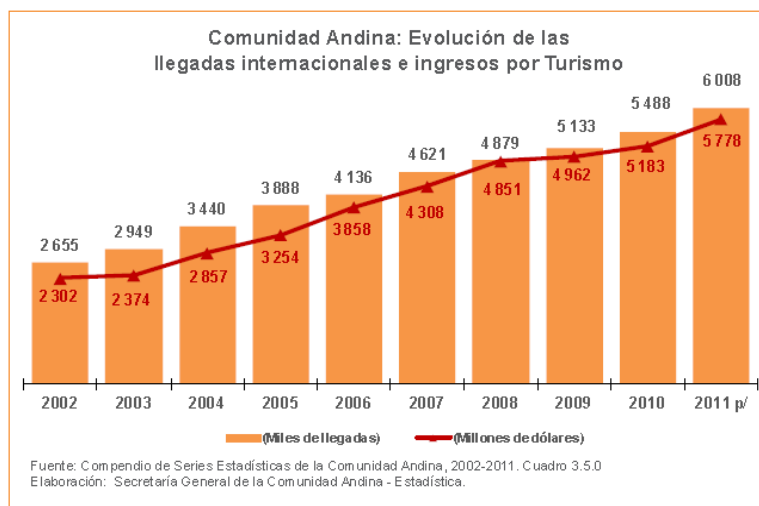
En ese sentido tanto los acercamientos, como los acuerdos bilaterales se han ido gestando, tanto desde las iniciativas Estatales y Locales, como de las privadas, fundamentalmente entre los países vecinos; de tal forma que el fomento del turismo intrasubregional fronterizo, ha ido generando acuerdos, que buscan mejorar las condiciones del intercambio.

La dinámica actual ha ido consolidando la idea de que el turismo debe apuntar a la promoción y venta de productos competitivos, articulados y regionales, en una lógica de encadenamiento comercial y de servicio, a fin de que tanto Ecuador como Colombia

¹³ UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, página principal, Departamento y Centro de Investigación, en <https://www.urjc.es/ceib/espacios/migraciones/instrumentos/can/decisiones/DEC463.pdf>

se miren como un destino turístico subregional y que la generación de productos subregionales, turísticamente hablando, genere un dinamismo de producción turística consolidada entre las dos naciones.

Gráfico A1



Fuente: Comunidad Andina, Informe Estadístico de Turismo 2012.
Elaboración: Secretaría General de la Comunidad Andina – Estadística.

En el período comprendido desde el año 2002 hasta el 2011, considerándose esto como un mediano plazo, el crecimiento que ha operado en la Región, con referencia al turismo y los ingresos de divisas que esos flujos turísticos generan, le ha significado un aporte de algo más de 39 mil millones de dólares; de igual forma hay un fenómeno que opera en este lapso de diez años y tiene que ver con el hecho de que el crecimiento ha sido sostenido, con un aporte promedio, que ha estado cercano a los 500 millones de incremento en los años de mayor crecimiento y de 130 millones en los años más bajos. Pero lo que destaca en los 10 años analizados es que no existieron decrecimientos y que más bien la tendencia fue siempre a generar cada año mayores flujos de personas y por ende de recursos monetarios.

Es precisamente el turismo, a través de la dinámica productiva y comercial que genera, el que ha aportado en la dinamización del comercio regional, pues además de aportar al crecimiento del sector turístico, genera desarrollo en los sectores relacionados

directa o indirectamente con el recurso. Los gobiernos de la subregión miran en el turismo, la oportunidad de apalancarlo como un mecanismo de generación de divisas, con lo cual se producen importantes equilibrios en sus balanzas comerciales.

Gráfico A2



Fuente: Comunidad Andina, Informe Estadístico de Turismo 2012.
Elaboración: Secretaría General de la Comunidad Andina – Estadística.

El aporte que generan los flujos turísticos tanto intrarregionales, como del resto de América Latina, es altamente importante para la Región, ya que la contribución en números reales es muy superior, en referencia a las llegadas de turistas de otras regiones del mundo, ya que es cercano al 50% personas del Cono Sur, que se movilizan dentro del mismo continente con fines turísticos, mientras que los Estados Unidos (EE UU) es un importante socio comercial, en términos turísticos de la subregión, debido a que su aporte es del 22%; Europa ocupa un importante tercer lugar con un aporte del 19% de ingresos de turistas, mientras que el resto de regiones mundiales, en conjunto aportan con un 9%.

De estas cifras podemos concluir que tanto los Estados de la Comunidad Andina, como los organismos subregionales, deben generar una importante mejora en las

campañas de difusión y promoción en las otras regiones del mundo, a fin de establecer un posicionamiento comercial del producto que representa, turísticamente hablando, la Región Andina; sin dejar de lado la promoción y fomento de las bondades de la Zona, en EE. UU. y Europa, que representan los mejores socios comerciales de la Región; esto contribuirá a que se incrementen los ingresos de turistas y con ello también la captación de mayores recursos, tan necesarios para generar crecimiento económico y desarrollo.

Pero esto será posible si los recursos provenientes del turismo, en parte al menos, son reinvertidos por los Estados, para generar mejoras importantes en la infraestructura de sus naciones; además de generar inversiones para mejoras y construcción de aeropuertos; construcción y mejoramiento de carreteras; impulso de campañas de capacitación para mejorar la provisión de servicios; generación de políticas que racionalicen la actividad turística y que dichas políticas faciliten, entre otras, la movilidad de las personas en las fronteras de todo el continente, sin dejar de lado el establecimiento de normas que faciliten la movilidad de vehículos; estas acciones principalmente y otras, serán un valioso aporte a fin de generar un intercambio turístico subregional más equitativo y dinámico.

CAPITULO II: El diagnóstico de los sectores turísticos de Ecuador y Colombia.

Es necesario analizar los esquemas territoriales de las dos naciones; Colombia es un país que es de cierta manera cuatro veces más grande que el Ecuador, pero a pesar de esa gran diferencia, compartimos ecosistemas muy similares, contamos con una diversidad cultural, social parecida; tanto comercial, como turísticamente vendemos productos muy similares, los cuales van desde oferta cultural y oferta geográfica semejantes. Pero existe un factor que de cierta forma ha desequilibrado las semejanzas y tiene que ver con el hecho de que existe una diferencia poblacional muy grande a favor de Colombia, lo que representa que el peso de su mercado interno es mucho mayor que el de Ecuador.

El tema turístico ha estado siempre en la retina de los gobiernos del Ecuador y Colombia, así como de empresarios e inversionistas, nacionales y extranjeros en las dos naciones, pues se observó en esta industria una importante alternativa para proyectarse al crecimiento económico y la mejora de las condiciones de vida, enmarcado dentro de las alternativas y debates del desarrollo; toda vez que el turismo, al tener la característica de fuente inagotable y generadora de recursos, además genera importantes fuentes de trabajo y provee a las economías nacionales de mejoras sociales y dinamismo comercial.

En Ecuador, *“pese a la cautela de la información del número de viajeros, indicadores económicos también confirman el crecimiento de esta actividad. Hay evidencias de un crecimiento modesto, pero sostenido, de la infraestructura del alojamiento y alimentos, de los ingresos y el empleo entre 1990 y 2009 (Ordoñez, 2001; Ministerio de Turismo, 2009). Es más, según cifras oficiales en el 2004, el turismo ocupó el segundo lugar en las exportaciones del país.”*¹⁴

¹⁴ FLACSO, Sede Ecuador, *Espacios en disputa: El turismo en Ecuador*, Editorial Crear Imagen, Quito, Junio 2011, p. 10.

En el caso colombiano “*Con la creación del Servicio Oficial de Turismo en 1931, (...) pero es realmente a partir del 2002, que gracias a la política de seguridad democrática gubernamental, el sector comienza a reactivarse. (...) Colombia cuenta con una gran diversidad de atractivos naturales y culturales. Costas en el Océano Pacífico y Atlántico, más de mil ríos, la montaña costera más alta del mundo, 53 áreas naturales (pertenecientes al sistema de Parques Nacionales) que representan el 9% del territorio nacional, cientos de lugares considerados como bienes de interés cultural, entre muchos otros atractivos. Los mismos resumen toda la oferta turística del país en siete productos: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales (este a su vez integra otros como compras, salud, congresos, convenciones e incentivos).*”¹⁵

El caso ecuatoriano no es menos parecido, pues al ser países que comparten una cultura e idiosincrasia similar, también han sido un país afectado por los mismos problemas económicos y sociales, salvo el caso de la guerrilla que ha afectado a Colombia por algo más de 50 años, Ecuador ha tenido los mismos problemas de desigualdad y pobreza, que en los últimos años han sido las preocupaciones de los gobiernos de turno, por tal motivo se ha buscado en el turismo, una alternativa a el desarrollo y a la búsqueda de espacios de generación de ingresos para la economía local.

El turismo, como actividad económica explotada en un sentido técnico, en cierta forma es nuevo en Ecuador, pues no fue sino hasta finales de la década del 80 en que en el país inicia una gestión turística efectiva por parte de los actores públicos y en que se empieza con la profesionalización de los actores privados, a fin de generar un crecimiento de la oferta turística y generar flujos favorables de turistas a los más variados atractivos turísticos con los que cuenta el país.

¹⁵ SUCH, María de Jesús y otros, *Turismo y crecimiento económico*, Un análisis empírico de Colombia, mayo del 2008, Colombia, p. 23.

En el año de 1992, en el gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén, en que se crea el Ministerio de Información y Turismo, pero ante una reactivación del sector y crecimiento de la actividad turística, es que para el año de 1994, las dos carteras de estado se separan, para dar origen al Ministerio de Turismo, encargado desde ese entonces de la regulación, control y fomento de esta actividad.

2.1 Principales destinos turísticos.

Según lo que manifiesta Walter Ocaña, docente investigador de la Universidad de las Américas, un *destino turístico*, para ser considerado como tal, debe estar dentro de la estructura de la cadena de valor, en cuyo ejercicio debe irse construyendo desde el recurso hacia el producto; entonces, un producto turístico es la unión de infraestructura básica, infraestructura turística, los atractivos que lo rodean, la puesta en valor, la comercialización y la venta de dicho producto-destino. El *destino turístico*, concretamente es un lugar, que está estructurado por una serie de subproductos, pudiendo ser una estructura regional, territorial o, en su defecto, un país.

Por lo tanto un *atractivo turístico* es un lugar o espacio geográfico de potencial turístico, el cual puede ser explotado, con fines recreativos, o para satisfacer una expectativa, bien sea por los atractivos naturales o artificiales que lo componen, por los hechos culturales o históricos que lo envuelven, o por todos los anteriores; en cambio, un *destino turístico* es el lugar o espacio geográfico que, cumpliendo las características de *atractivo turístico*, tiene todas las condiciones para que el turista llegue a visitarlo, generando en el mismo no solamente flujos de personas, sino también importantes flujos económicos que, siendo recursos que impulsan la economía del lugar, también mejoran el comercio y las finanzas de las empresas e individuos que desarrollan sus actividades comerciales, directa o indirectamente, en ese espacio geográfico.

2.1.1 Ecuador y sus destinos turísticos más relevantes.

La publicación 201 de la revista Gestión, presenta una edición especial dedicada al turismo y presenta las bondades de los destinos turísticos más relevantes del Ecuador, pues al ser un país mega diverso, cuenta con innumerables atractivos turísticos, muchos considerados destinos turísticos, los cuales, en los últimos años han concentrado la atención del turista local y extranjero y en especial del turista colombiano; pues, es esa diversidad, así como la proximidad entre las regiones naturales (amazonia, costa del Pacífico, región insular y región andina), es la que facilita al turista movilizarse por los diferentes destinos.

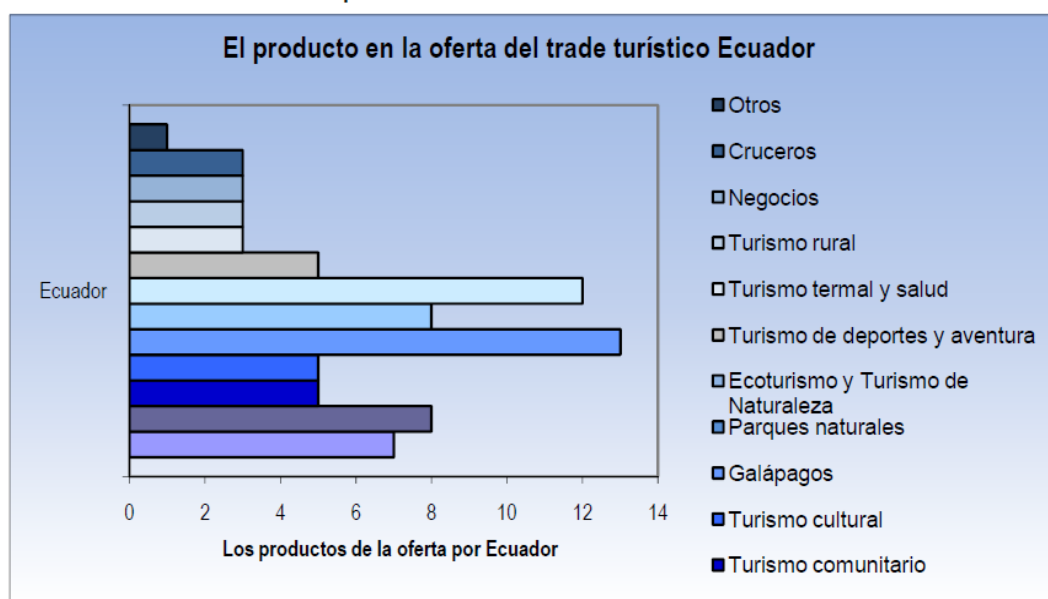
El país cuenta con una amplia variedad cultural y natural, definida en sus cuatro regiones naturales, generando gran interés en el turista de la región y del mundo entero. Es esa marcada diferencia, tanto climatológica, como natural de sus regiones, lo que ha dado origen a un sinnúmero de especies de flora y fauna; es considerado como uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, además de ser el país más diverso por kilómetro del mundo.¹⁶

A estas cualidades se suma la variedad cultural, propia de cada región y de las ciudades que conforman esas regiones naturales; es este fenómeno el que ha generado una variada gastronomía, la cual es muy apreciada. El Ministerio de Turismo del Ecuador (MTE) en su página web: <http://ecuador.travel/blog/archivo/page/2/>, presenta un mejor y variado detalle que promociona al país.

¹⁶ Fuente: REVISTA GESTIÓN, Octubre del 2013, No. 201, en http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf

Gráfico B1

GRÁFICA 16. El producto en la oferta del Trade turístico del Ecuador



Fuente: Realización propia a partir de Encuesta al Trade para la Fase I de Evaluación del PIMTE '03-'06 (2009).

* Las cantidades absolutas para 2009 son de valor cualitativo a partir de la Encuesta al Trade para la Fase I de evaluación del PIMTE '03-'06 (2009).

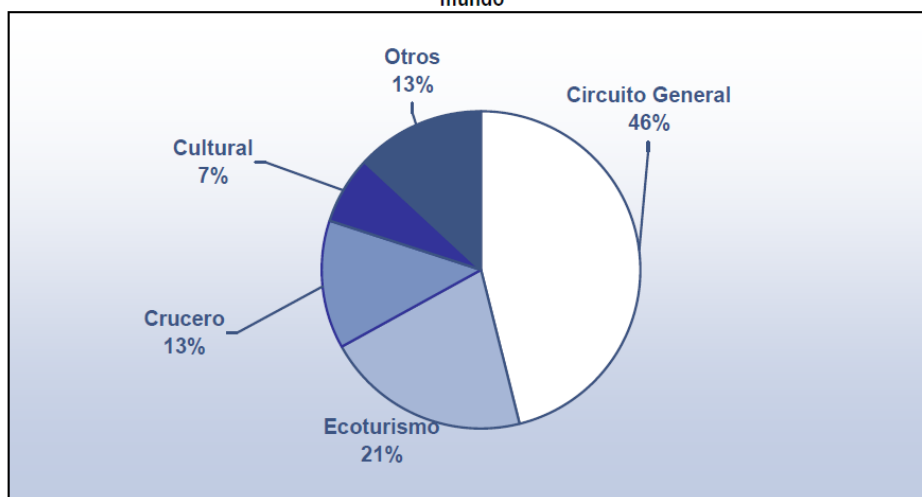
Fuente: PIMTE 2009

Elaboración: PIMTE 2009, a partir encuesta Trade Fase I, evaluación del PIMTE, 03-06-2009.

En el Ecuador existen productos turísticos principales, que son los de mayor y mejor comercialización; pues, según el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE), el país cuenta con once líneas de productos (*Cuadro B1*); que dependen de la planificación del Plan Nacional de Turismo 2020 (PLADETUR), que puesto en marcha en el año 2007, estructuraba una programación del manejo del recurso turismo en el país hasta el año 2020; estas once líneas de productos son: turismo de naturaleza; turismo cultural; ecoturismo; turismo comunitario; turismo gastronómico; turismo científico; turismo de congresos y eventos; turismo de investigación, voluntariados e intercambios; turismo de sol y playa; turismo de parques temáticos; y, turismo de negocios.

Gráfico B2

GRÁFICA 15. Los productos turísticos más comercializados a nivel global por operadores que venden Ecuador en el mundo



Fuente: Realización propia a partir de Encuesta al Trade para la evaluación del PIMTE (2009).

Fuente: PIMTE 2009

Elaboración: PIMTE 2009, a partir de encuesta Trade evaluación PIMTE 2009.

De estas once líneas de productos, el país se ha concentrado en tres: Turismo de Naturaleza, Ecoturismo y Turismo Cultural; aunque el Cuadro B2 muestra gráficamente que en porcentajes, que son los Circuitos Generales, Ecoturismo y Cruceros, los que concentran mayor cantidad de ventas por parte de los operadores que comercializan en el exterior el producto Ecuador, pero es el PLANDETUR que establece los denominados *destinos regionales*, dentro de los cuales se definieron los llamados *circuitos regionales*, constituidos por las cuatro regiones naturales del país: Amazonía, Andes, Costa y Galápagos; con lo cual se busca dar impulso a las tres líneas de productos antes detalladas, a fin de fomentar el turismo comunitario.

El *circuito regional* Amazonía, también denominado como *ruta del agua*, está subdividido, según el mencionado Plan en: Amazonía Norte, Amazonía Centro y Amazonía Sur, con una amplia variedad de oferta turística, pero que dentro de la cual el destino turístico mayormente comercializado y que tiene más aceptación en el turista colombiano es el Parque Nacional del Cuyabeno, que está ubicado geográficamente en la

Amazonía Norte.

El *circuito regional* Andes, cuenta con una infraestructura y servicios bastante desarrollados, está subdividido en: Norte, Centro, Austro y Sur. En el caso del *circuito regional* Andes Norte, el destino de mayor aceptación es Otavalo y todo su complejo de lagunas; el *circuito regional* Andes Centro, su producto estrella es la ciudad de Quito y sus alrededores, además de ferrocarril y sus circuitos; el *circuito regional* Andes Austro, cuyo destino principal es Cuenca y su patrimonio cultural y el Parque Nacional Cajas; y, en el *circuito regional* Andes Sur, la ciudad de Loja y su patrimonio, Parque Nacional Podocarpus y el Valle de Vilcabamba.

El *circuito regional* Costa, está integrado por la Ruta del Espondylus, dividida en costa norte, costa centro norte, costa centro sur y costa sur; dentro de esta oferta turística, la que atrae de mejor manera la atención del turista extranjero es el puerto de Manta, en lo que a cruceros se refiere y el puerto principal, específicamente la ciudad de Guayaquil, en lo que tiene que ver a el tema de negocios y rondas empresariales.

El *circuito regional* Galápagos, que como producto y destino emblemático del Ecuador, debido a los altos costos y a las restricciones de flujos turísticos, por aspectos netamente ecológicos y de conservación de las islas, no es precisamente uno de los destinos a los cuales lleguen flujos importantes de turistas colombianos, ya que sus preferencias están más centradas en los destinos del Ecuador continental.

El país ha generado una gran expectativa turística a nivel mundial, mediante la promoción y explotación de destinos representativos y emblemáticos tales como: Galápagos y sus islas; Quito con su patrimonio cultural y arquitectónico; el Parque Nacional Cuyabeno, el Parque Nacional Cotopaxi, Cuenca y su parte patrimonial; en segundo plano la ciudad de Guayaquil y el turismo urbano, Baños con su variedad de

turismo de aventura y Montañita con su sol y playa.¹⁷

Es esta realidad la que le ha otorgado un valor agregado a la experiencia de viajar por Ecuador, siendo la apuesta del Ministerio de Turismo principalmente la promoción, ya que por medio del enlace <http://ecuador.travel/es>, se puede encontrar publicidad de destinos turísticos nacionales, por cada una de las regiones naturales antes detalladas y de las ciudades que lo conforman, de manera más específica.

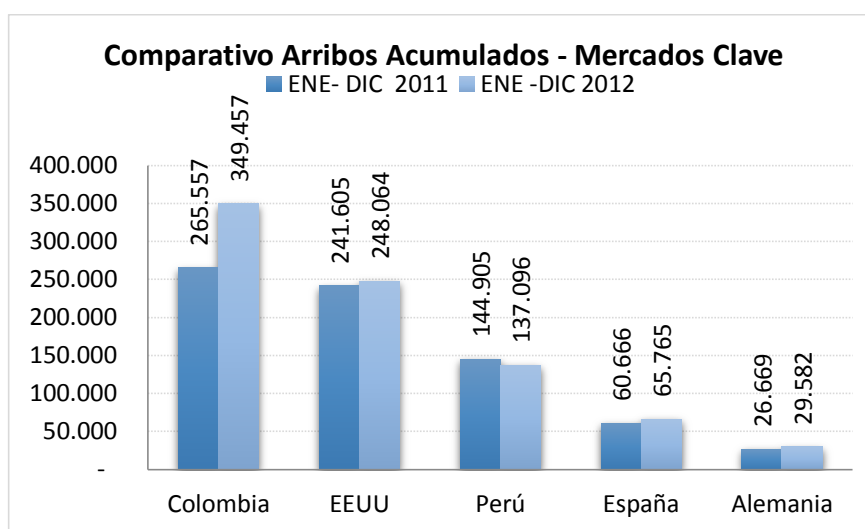
Según datos del ministerio de turismo de Ecuador, proporcionados por Estefanía Gallegos, coordinadora de mercado Sudamérica y encargada de promoción con Colombia, desde el año 2011, el crecimiento de flujos turísticos provenientes de Colombia ha ido de sostenido a acelerado (Cuadro B3); toda vez que la facilidades que el país otorga para la movilización, por el mejoramiento de la red vial así como la proximidad de los destinos, ha generado un gran interés en los colombianos, quienes visitan varios destinos nacionales, originándose un importante crecimiento del sector a nivel nacional, además de incentivar las economías locales; es en ese sentido que Colombia se va estableciendo como un importante socio comercial del Ecuador, pues es uno de los países que cada año ha ido creciendo en la emisión y demanda turística con el Ecuador.¹⁸

El cuadro B4 muestra claramente esa tendencia de incremento de las visitas de turistas extranjeros por provincia, como se puede apreciar la tendencia de crecimiento en el período comparado 2011 – 2012, es del 11,47% del total acumulado por provincia; lo cual muestra un importante aumento de los flujos turísticos a cada provincia del Ecuador y ante cuya realidad genera un análisis en referencia a que el turismo es un factor que cada año, está expresado por un fenómeno cuya tendencia es a generar mayores flujos turísticos.

¹⁷ FUENTE: Anexo 1.

¹⁸ Fuente: Anexo 2.

Gráfico B3



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, datos extractados de: http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html
Elaboración: Ministerio de Turismo del Ecuador.

Cuadro B4

Entradas de extranjeros

JEFATURAS	ACUMULADO	
	2011	2012
	Ene-Dic	Ene-Dic
PICHINCHA	485.913	540.075
GUAYAS	301.602	316.544
CARCHI	167.614	228.058
EL ORO	147.610	144.287
LOJA	14.504	13.179
OTRAS		
JEFATURAS	23.794	29.810
TOTAL	1.141.037	1.271.953

Fuente: http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html
Elaboración: Propia.

Los destinos que destacan, por su gran afluencia de turistas son: Centro Histórico de Quito y sus alrededores, así como el Monumento a la mitad del Mundo, los mercados artesanales de la Mariscal, el folklore de los mercados de frutas y verduras como el de

Iñaquito entre otros destinos y atractivos; Guayaquil y sus alrededores; Tulcán; Machala, Santa Rosa y sus alrededores; Loja y sus alrededores; otros destinos como Baños, en donde predomina el turismo de aventura y natural; La provincia de Imbabura, con sus lagunas y fiestas ancestrales; La ciudad de Cuenca y la Ruta del Espondylus, constituida por las playas de las provincias de Esmeraldas, Manabí y Guayas, son sitios que concentran un gran potencial turístico y que generan una importante provisión de servicios, toda vez que cuentan con una significativa infraestructura, tanto pública como privada.

*“La más grande megadiversidad del planeta tiene su hogar en Ecuador, el centro del Mundo. Con un clima privilegiado y los más impresionantes paisajes, la esencia de América Latina se fusiona para crear un destino inolvidable y único. Islas, Selvas, Andes y Mares, 4 mundos esperan por ti”.*¹⁹

Un factor fundamental en la oferta turística ecuatoriana, representa el tren y los circuitos que constituyen su oferta turística, pues su ruta en proceso de rehabilitación, y con un avance casi total de la ruta entre Quito y Guayaquil, se ha consolidado en uno de los mayores atractivos del país; a pesar de que su operación regular inicia en el 2013, pero 4 años antes el gobierno ecuatoriano realizó una inversión importante en su rehabilitación y puesta en marcha, toda vez que, su operación tiene una finalidad netamente turística.

“El Tren Crucero que inició su operación turística el 4 de junio, es un servicio que traza rutas históricas por los Andes y la Costa ecuatorianas. Es un recorrido único, de 4 días y 3 noches, en el cual los viajeros descubrirán los paisajes de la región Andes y de la Costa. Además, tendrán la oportunidad de conocer la cultura y costumbres de las comunidades por donde pasa el tren.

El servicio ofrece excursiones de hasta tres noches, a bordo de una locomotora movilizada por diesel y vapor, que recorre 448 kilómetros uniendo los Andes con la Costa pacífica del Ecuador, pasando por comunidades indígenas, donde se puede experimentar

¹⁹ Ministerio de Turismo del Ecuador, en <http://ecuador.travel/es>

la cocina de la región, adquirir artesanías y conocer sobre la cultura local, con lo cual se pretende impulsar el desarrollo económico de las comunidades que se encuentran a lo largo de la ruta.

El Tren Crucero de Ferrocarriles del Ecuador ofrece tres rutas: Quito – Guayaquil (tres noches), Quito – Alausí (dos noches) y Alausí – Guayaquil (una noche). Adicionalmente existen excursiones diarias para visitar la Avenida de los Volcanes, el bosque nublado y el mercado indígena de Guamote, uno de los últimos en su clase, por ser un mercado indígena auténtico. Los itinerarios incluyen también visitas al Parque Nacional Cotopaxi, entre otros atractivos.

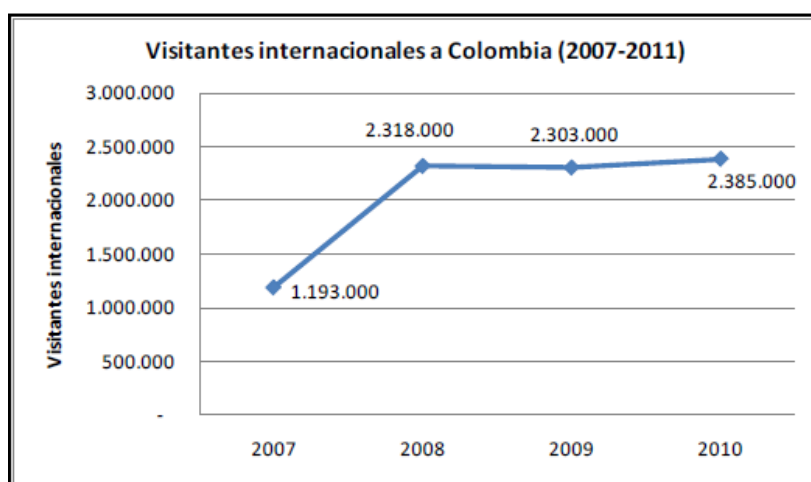
El Tren Crucero tiene cuatro coches. El primero está ambientado con un estilo barroco, de la época colonial quiteña. El segundo es neoclásico, de la época republicana. El siguiente está decorado al estilo prehispánico, de acuerdo a la cosmovisión andina, y el último es clásico de la cultura de la Costa ecuatoriana. Tiene capacidad para 54 pasajeros.”²⁰

2.1.2 Colombia y sus destinos turísticos más relevantes.

En <http://www.colombia.travel/es/directorios/Guias-de-turismo-en-linea/Valle-del-Cauca/Destino-para%C3%ADso/details>, página oficial de PROEXPORT Colombia, se referencia de forma clara las bondades tanto geográficas como culturales, que hacen de Colombia uno de los destinos turísticos más atractivos de la región, cualidad que le ha generado importantes flujos turísticos, pues ha operado importantes crecimientos desde el año 2008, ya que el número de visitantes que llegan al país cafetero, están cada año sobre los 2 millones; este fenómeno caracteriza al sector debido a varios factores que lo favorecen, como la variedad y diversidad de su cultura, la calidez de su gente y la facilidad de generar servicios de primer nivel.

²⁰ Ministerio de Turismo, en <http://www.turismo.gob.ec/el-tren-crucero-del-ecuador-traza-rutas-hacia-destinos-culturales/>

Gráfico B5



Fuente: Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010)²¹
Elaboración: ZUÑIGA, Alexander y CASTILLO, Marisol, Turismo en Colombia.

En el año 2007 Colombia inició una campaña de promoción turística que se denominó *Colombia es Pasión*, cuya campaña de expectativa se denominó: *Otros te ofrecen cuatro mundos nosotros cinco universos* – en contraparte a la campaña de Ecuador, en la cual se promocionan “los cuatro mundos” de Ecuador – en cuyo sentido son las cinco regiones colombianas, las cuales se constituyeron en sus cinco productos turísticos promocionados y con los cuales salen al mercado turístico internacional.

Esos *destinos territoriales* o cinco universos, según el slogan de su campaña promocional, son: Atlántico y el Caribe; La Región Andina; La Región Amazónica; La Región Costa Pacífico y la Región Insular, dentro de la cual está el archipiélago de San Andrés; estos cinco destinos se constituyen en sus productos territoriales de manera general y más amplia, en el puro sentido geográfico.

Es precisamente el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT), el encargado de la promoción oficial de los destinos turísticos de país, la cual contenida en su portal, <http://www.mincit.gov.co/>, presenta información específica de los destinos a

²¹ ZUÑIGA, Alexander y CASTILLO, Marisol, Turismo en Colombia: resultados del sector (2007 – 2010), Universidad de Santiago de Cali, Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Colombia 2011, p. 70.

los cuales el turista puede acceder y las cualidades de los mismos, además “*el centro de información turística de Colombia CITUR es un sistema integral para el manejo de las estadísticas de turismo de Colombia, que facilita el seguimiento del comportamiento del turismo y genera datos para la formulación, evaluación, seguimiento y coordinación de políticas dirigidas al desarrollo del sector, haciendo uso de las tecnologías de la información.*”²² <http://www.citur.gov.co/AcercadeISITURCOL.aspx>

En un sentido geográfico más concreto, Colombia cuenta con productos turísticos específicos, enfocados desde el centro de Colombia hacia el norte del país. Este fenómeno ha ocasionado que tanto desde el centro hacia el sur y la Amazonía



Victorias Regias, Amazonas

del país cafetero, queden de cierta forma

abandonados y opere un cierto descuido en su explotación turística; pues solamente la Amazonía Norte²³, concretamente la zona de las Sabanas, en las fronteras con Venezuela²⁴ y Brasil, son destinos turísticos que a más de la promoción y explotación, cuentan con la aceptación del turista nacional y extranjero; puesto que por los problemas políticos y de seguridad que generan los grupos armados irregulares, es que sectores de

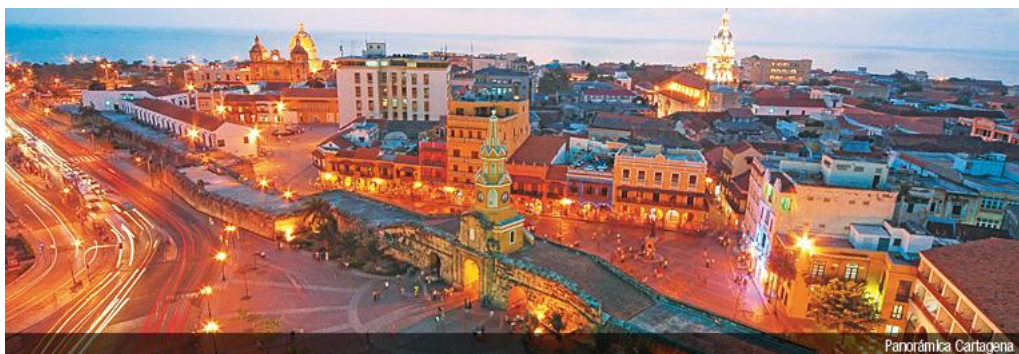
²² Centro de información Turística de Colombia, en <http://www.citur.gov.co/>

²³ La Amazonía: Es una vasta llanura de más de 6.8 millones de km², de los cuales 400.000 km² corresponden a Colombia. Esta extensa selva, considerada el pulmón del planeta y uno de los mayores bancos genéticos de especies vegetales y animales, está habitada por numerosas comunidades indígenas que aún conservan sus formas de vida ancestrales, en <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/geografia>

²⁴ La Orinoquía: Esta vasta zona, que llega hasta el río Orinoco en límites con Venezuela, es una llanura que extiende hacia el oriente sus sabanas salpicadas de matas de monte y bosques. Surcada por numerosos caños y ríos caudalosos, la Orinoquia abarca más de 230.000 km², es decir el 20% del territorio nacional. En el suroccidente de la región se levanta la Serranía de La Macarena, formación montañosa independiente de los Andes, de inmensa biodiversidad, donde confluyen elementos naturales de los Andes, la Amazonía y la Orinoquía, en <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/geografia>

la Amazonía, controlados por estos grupos armados, han sido abandonados en su totalidad de la explotación turística.

Es importante recalcar que el principal destino-producto turístico de Colombia es el Caribe, constituido por la ciudad patrimonio de Cartagena de Indias y el Archipiélago de San Andrés, como ícono principal de la imagen y desarrollo turístico del país y el destino que mayormente es visitado por turistas de todo el mundo; sin dejar de lado las playas de Santa Martha, que como subproducto de la oferta de sol y playa, constituyen la imagen costera colombiana.



Más hacia el centro del país está la ciudad Bogotá que, como capital de la nación y ciudad cosmopolita, constituye uno de los destinos más explotados en lo que a turismo de congresos y eventos se refiere, en su condición de ciudad capital se ha constituido



Noche bogotana /Fot. 92014331@N00

en la ciudad atractivo de Colombia y uno de los lugares que concentra gran interés de los turistas extranjeros.

Existen también los que se podrían denominar como subproductos de la oferta turística del país y que tiene que ver con la zona del eje cafetero, ante lo cual se pasa de una oferta turística netamente metropolitana, para ubicarse en la oferta que tiene que ver

con la ruralidad, desde la dinámica del café o más conocida como la *ruta del café*.

Las zonas que están articuladas en la zona central, son departamentos que no tienen influencia del eje cafetero y que son zonas influenciadas por el conflicto armado, no tienen una retribución en la promoción turística, pues tal es el caso del departamento del Chocó, el cual, siendo el departamento más pobre de Colombia, cuenta con las playas más hermosas del país y que siendo una de las zonas de playa más impresionantes del Pacífico sur, su puesta en marcha en los planes de promoción ha sido casi nula y relegada del catálogo turístico con que cuenta el país colombiano, pues a más de estar ligado al conflicto armado, es un tema de desarrollo en el cual la pobreza y falta de infraestructura lo ha limitado.

En el sur de Colombia, el último producto turístico es la ciudad de Cali, cuya feria es muy promocionada por el país, a más de ser una imagen ampliamente conocida en la región y todos los eventos culturales que están alrededor de dicha feria.

La oferta turística de Colombia ha estado concentrada en los puntos regionales antes detallados, constituyéndose en polos turísticos que ha concentrado mayor promoción y mejor provisión de infraestructura, pero en esa concentración ha sucedido un fenómeno que ha afectado a destinos del extremo sur del país, con lo cual han quedado relegados a segundo o tercer término, tanto de la promoción, como de la inversión; estos destinos son las ciudades de Popayán, Pasto e Ipiales y sus alrededores, las que han quedado un tanto relegadas de la dinámica turística; estas ciudades han dependido más bien del ejercicio de articulación comercial con el Ecuador.

Es importante recalcar que, en entrevista mantenida con Edison Restrepo Ceballos, asesor contratista de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del MCIT de Colombia, (erestrepo@mincit.gov.co), para el año 2013 el país tiene un registro de más de 2 millones de visitantes que ingresaron al país con fines netamente turísticos pero que,

ante la expectativa de mejoras en el sistema político, proceso de pacificación del país y la acertada gestión de promoción, para el 2014, esperan incrementar esa cifra a más de tres millones de visitantes. Para llegar a esa meta el Departamento de Promoción Turística del MCIT, como manifiesta el funcionario, ha generado campañas de promoción mediante estrategias de marketing y diversificación de productos, con lo cual el posicionamiento de sus destinos más representativos – Cartagena, San Andrés, Santa Martha, Bogotá, Medellín, Barranquilla, Eje Cafetero y Amazonía, entre otros – y apoyado esto en la campaña que bajo el slogan *Colombia es pasión, el riesgo es que te quieras quedar*; busca generar interés en el turista extranjero para incrementar los flujos y fomentar ese crecimiento. De igual manera se ha aprovechado la imagen y publicidad que gira alrededor de sus artistas internacionales y su selección de fútbol, para generar un importante espacio de articulación, que aún continúa en un amplio espectro de promoción.

Como afirma el funcionario antes mencionado, el MCIT, por medio de su Departamento de Promoción Turística, ha estructurado un Plan de Promoción en el cual se han definido *destinos territoriales*, con la finalidad de delimitar los espacios hacia los cuales se va a direccionar la promoción, además de evaluar el sentido en el cual se explota las cualidades tanto geográficas como culturales de los destinos y también para tener una evaluación del potencial turístico de dichas zonas, con lo cual finalmente la cartera de estado puede medir el resultado de los programas de promoción e incentivo originados desde el gobierno.

En el caso concreto de ciudades como Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cartagena, se constituyen centros turísticos con alta aceptación en el turística, tanto local como internacional, puesto que ha sido la continua promoción, así como la dotación de infraestructura y servicios, lo que le ha generado flujos importantes de turistas; en ese sentido, la gestión de promoción tanto del MCIT y de organismos de carácter privado

como “Vive Colombia”, quien opera con directa coordinación con el ministerio del ramo, generan espacios en lo que se articulan la gestión pública y privada, con campañas informativas – en la página <http://www.vivecolombia.org/> – cuyos resultados han beneficiado entre otros, principalmente a esos destinos.

Según información proporcionada por el Departamento de Promoción Turística del MCIT de Colombia, los que se han constituido como sus principales destinos turísticos,²⁵ con sus respectivos sitios específicos son:

- **Departamento del Amazonas:**

Con el río más caudaloso del mundo y la mayor selva tropical del planeta, la Amazonía es también un tesoro de Colombia.



Sitios específicos: Parque Amacayacu, Leticia, Isla de los micos, río Amazonas.

- **Ciudad de Barranquilla:** El

Carnaval de Barranquilla es una fiesta mestiza de cumbias, porros, mapalés, gaitas, chandés, puyas, fandangos y fantásticos merecumbés.



²⁵ Fuente: PROEXPORT Colombia, Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones, Calle 28 # 13A-15 Piso 36, Bogotá, Colombia, info@colombia.travel, www.proexport.com.co, en <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/destino>

Sitio específico: Ciudad de Barranquilla.

- **Ciudad de Bogotá:** Para conocer Bogotá hay que venir muchas veces. Es imposible disfrutar todo lo que la ciudad tiene para ofrecer en un solo viaje.



Sitios específicos: cerro de Monserrate, Zona T, museos varios, parque Simon Bolívar, La Candelaria, Usaquén centro viejo o parque central de Usaquén.

- **Departamento de Boyacá:** Boyacá es un mar de fértiles montañas de la Cordillera Oriental decoradas por cultivos testigos de las batallas independentistas que moldearon América del Sur.



Sitios específicos: Sierra Nevada del Cocuy, pantano de Vargas, puente de Boyacá, Villa de Leyva, Chiquinquirá. Laguna de Tota, ciudad de Tunja.

- **Ciudad de Cali y Departamento del Valle del Cauca:** En Cali se distingue en Colombia como capital de la “rumba”, la fiesta callejera, el baile y la salsa, pero también como destino religioso.



Sitios específicos: En Cali La iglesia de la Ermita, Paseo del gato del rio, Mirador de San Sebastián de Benalcázar, Zoológico de Cali

Sitio específico en Valle del Cauca: Lago Calima, Buga La Grande con su Basílica Menor con el conocido Milagroso de Buga, la zona vinícola de la Union, en el océano pacifico esta bahía Málaga, Isla Paraíso e islas circunvecinas.

- **Ciudad de Cartagena:** Por sus historias de piratas, sus playas doradas, su arquitectura, su rumba y sus comidas, Cartagena es el destino predilecto de los viajeros.



Sitios específicos: La ciudad amurallada con su célebre castillo de San Felipe de Barajas, el centro de convenciones y las playas de tierra bomba, Ciénaga de la Virgen. Islas del Rosario.

- **Departamento del Huila:** Huila se caracteriza por una variada producción agrícola, por la formación de paisajes y por la belleza del baile de sus bambucos.



Sitios específicos: Su capital Neiva, el desierto de la Tatacoa, parque arqueológico de San Agustín.

- **Ciudad de Medellín**
Departamento de Antioquia: Por sus hermosas mujeres, gente cálida, clima de primavera, paisaje de flores



y montañas, Medellín y sus alrededores atraen al viajero.

Sitios específicos: ciudad de Medellín: Pueblito paisa, sistema de cable metro y el metro de la ciudad. Los parques temáticos de la ciudad, el centro histórico de la ciudad, Parque Botero, museos y otros.

Sitio específico departamento de Antioquia: Embalse de Guatapé y el municipio del mismo nombre, Santa fe de Antioquia y su puente histórico sobre el río Cauca, Bahía de Urabá, Jardín y su cable aéreo con sus cuevas. Jericó y su teleférico.

- **Pacífico Colombiano:** Las ballenas jorobadas llegan cada año al Pacífico colombiano para procrear y las tortugas marinas habitan su hábitat natural.



Sitios específicos: Las islas de Gorgona y Gorgonilla, la isla de Malpelo, en cuanto a mar abierto y en línea de litoral las playas de Nuquí y Bahía Solano.

- **Caribe Colombiano**

- **Isla de Providencia e Isla de Santa Catalina:**

Providencia y Santa Catalina son un destino romántico



rodeado de un mar intenso que enamora a los turistas.

Sitios específicos: Parque Natural Old Providence y Mac Bean Lagoon, Cabeza de Morgan.

- **Isla de San Andrés:** En San Andrés, hay extensas playas de arena blanca para practicar deportes acuáticos bajo la guía de sus isleños amables y alegres.



Sitios específicos: Toda la isla en especial la cueva de Morgan, Bahía Sardina y el Jhony Cay.

- **Ciudad de Santa Marta:** Santa Marta posee un patrimonio arquitectónico inigualable que evoca los



tiempos de la bonanza bananera y la literatura de García Márquez.

Sitios específicos: El Rodadero, Tanganga, la Quinta de San Pedro Alejandrino.

- **Departamento del Santander:** La tierra santandereana ofrece excelentes escenarios naturales para amantes de los deportes extremos y el ecoturismo.



Sitios específicos: La capital que es la ciudad de Bucaramanga, el cañón del Chicamocha, Barichara y ríos como el Suarez para la práctica del Rafting y otras actividades de deporte aventura.

- **Zona Cafetero Paisaje Cultural**

Cafetero: Caldas, Quindío y Risaralda y el norte del Valle del Cauca conforman el Paisaje Cultural



Cafetero, llamado así porque además de tener uno de los mejores paisajes, ahí nace el mejor café del mundo.

Sitios específicos: Las haciendas de Quimbaya y Montenegro en el departamento del Quindío, En el Valle del Cauca la zona norte de este de este departamento, En Caldas además se puede mirar adicionalmente los termales de Santa Rosa de Cabal.

2.2 Infraestructura y servicios turísticos.

2.2.1. Infraestructura y servicios de Ecuador.

Uno de los proyectos de gobierno del presidente Rafael Correa, es la revolución vial en todo el Ecuador, en cuyo objetivo y meta el turismo es uno de los sectores directamente beneficiados con esta provisión de infraestructura; la cual ha sido intervenida y mejorada desde inicios de ese gobierno. Según datos proporcionados por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO), en el año 2007 de los 8.500 kilómetros de la red vial principal, apenas un 30% estaba en buen estado; pues aquellas que se encontraban en buenas condiciones, estaban a cargo de concesiones privadas y solo constituían las de la Sierra norte y de la provincia del Guayas.

Esta importante infraestructura contaba con un presupuesto anual de 400 millones de dólares, pero entre el 2007 y 2011 la inversión en alcanzó los 3.400 millones de dólares, lo que repercutió en un mejoramiento substancial de la red vial de todo el país,

pues se ejecutaron 140 obras viales, con más del 50% de las carreteras intervenidas por el gobierno ya rehabilitadas y con la red primaria en un 65% en buenas condiciones.

“Entre las terminadas están, por ejemplo, una parte de las del Austro, que por décadas fue una de las de las zonas más postergadas del país (...); se ha invertido solo en esa región alrededor de 300 millones de dólares. Dos ejemplos visibles son las nuevas carreteras de hormigón Cuenca-Loja (de 120 kilómetros) y Cuenca-Molleturo- Naranjal (de 110 kilómetros), ambas a punto de ser inauguradas (...). También avanzan los trabajos en la Ruta del Spondylus, que va desde la península de Santa Elena hasta Bahía de Caráquez, en Manabí. Su extensión es de 280 kilómetros y tiene unos tramos contratados de hormigón y otros de asfalto (...). El puente sobre el río Chone que une San Vicente y Bahía de Caráquez. (...). La carretera Santo Domingo-Esmeraldas (170 kilómetros), que inicialmente se contrató a dos carriles y en asfalto, pero que en el camino se decidió ampliarla a cuatro carriles y que se hiciera de hormigón.”²⁶

Esa inversión y mejoramiento en la infraestructura vial, ha incluido las carreteras administradas por el MTOP, y que conforman la troncal nacional, que es la carretera panamericana cuya ruta es norte-sur; con lo cual se ha impulsado la economía local y se han generado beneficios al sector turístico, al mejorar la movilidad de vehículos y personas, con lo cual se ha incrementado el turismo interno, e incentivando al turista colombiano a visitar los principales destinos del país.

El Estado ecuatoriano a partir del año 2011 ha realizado inversiones adicionales, con la finalidad de fomentar el crecimiento del sector turístico, pues siendo esta una “industria limpia”, ha generado una amplia expectativa gubernamental; en ese sentido, el MTE por intermedio del entonces ministro Vinicio Alvarado, con su equipo de trabajo, se plantearon mejorar lo que definieron como “*cinco pilares fundamentales: seguridad, calidad, destinos y productos, conectividad y, finalmente, promoción. Para los próximos cuatro años se ha previsto realizar una inversión de 600 millones de dólares*”. (...) La

²⁶ Revista Vistazo, Sección Editorial, en <http://www.vistazo.com/impres/pais/imprimir.php?Vistazo.com&id=3547>

*meta del Ministerio es ambiciosa: convertir a los sitios turísticos en destinos de excelencia.*²⁷

La inversión del Estado, sin la inversión del sector privado, poco puede hacer por un sector de la economía, que ante la alta especialización del mismo, requiere de la provisión de servicios que cubran las necesidades y exigencias de turista, toda vez que la diversificación de la oferta turística, debe generarse desde la iniciativa privada e *“inclusión social, mediante el fortalecimiento de infraestructura y facilidades turísticas en las distintas líneas de once productos definidos como rutas para circuitos generales, cruceros, agroturismo, turismo de salud, turismo de sol y playa, turismo de deportes y aventura, ecoturismo, el turismo cultural con todas sus variantes, gastronomía, fiestas populares; turismo urbano, científico, académico, de voluntariado.”*²⁸

Luego de la gran pobra pública generada por el Estado ecuatoriano en el periodo 2008-2013, todos los sectores de la economía nacional se han visto beneficiados, pues si las carreteras son las arterias por donde circula el desarrollo de una nación, los aeropuertos y puertos son la puerta de entrada de ese desarrollo; en cuyo sentido son 8.700 kilómetros de carreteras, 11 aeropuertos y tres puertos principales, los que han sido intervenidos de forma directa por el gobierno ecuatoriano, además de un crecimiento de la economía que con una inflación inferior al 4%, es el resultado de una gestión pública apalancada en la institucionalidad estatal.²⁹

²⁷ FALCONÍ, Fernando, *“Ecuador: potencia turística”*, en El Telégrafo, Quito, 25 de octubre del 2013, en <http://www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/ecuador-potencia-turistica.html>

²⁸ Diario el Mercurio, *“Diversificación de oferta, mejor infraestructura y facilidades turísticas, respaldarán el mejoramiento económico de Ecuador”*, Cuenca, 28 de enero del 2011, en <http://www.elmercurio.com.ec/267596-diversificacion-de-oferta-mejor-infraestructura-y-facilidades-turisticas-respaldaran-el-mejoramiento-economico-de-ecuador/#.VCOsXo0tDIU>

²⁹ Fuente: NAVIA, Manuel, *“Ecuador es un país 100% atractivo para la inversión turística”*, en El Telégrafo, 30 de junio del 2014, en <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/ecuador-100-atractivo-para-la-inversion-turistica.html>

El Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador, ha definido a cada región natural del país, como un “mundo”; en ese sentido Ecuador es promocionado desde las condiciones naturales y las bondades con que cada uno de esos “mundos” cuenta. De esta forma, la página oficial del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR), presenta los servicios turísticos que se ofertan a nivel nacional, por cada mundo que lo conforman.

“En el mundo Andes se ofrece los siguientes servicios: El número de establecimientos turísticos de alojamiento en este mundo es de 1,387 de un universo total de 3,213 establecimientos de este tipo registrados en el 2007 en el MINTUR, (Ministerio de Turismo) lo que corresponde al 43.17% del total. El número de plazas (camas) de hospedaje es de 62,508 plazas, de un universo total de 147,025 registradas en el 2007 en el Ministerio, lo que corresponde al 42.52% del total de camas en el Ecuador.

El número de establecimientos de alojamiento por categorías en este mundo son: Lujo 14, de 1era categoría 261, 2da categoría 393, tercera categoría 637, cuarta categoría 82, obteniendo un total de 1387 hoteles en este mundo, representando un 43,2% del total de los establecimientos del país y representando un 18% de la oferta de alojamiento de Lujo del Ecuador.

El número de establecimientos de comida y bebidas es de 3,709 de un universo total de 8,898 registrados en el 2007 en el MINTUR, lo que corresponde al 41.68% del total de este tipo de establecimientos en el Ecuador. El número de sillas (capacidad) en los establecimientos de comida y bebidas es de 187,906 sillas, de un universo total de 380,687 en el 2007 registrados en el Ministerio de Turismo, lo que corresponde al 49.36% de la capacidad de número de sillas de establecimientos de comida y bebida en el Ecuador.

El número de Agencias de Viajes en el mundo Andes es de 780 agencias, de un universo total de 1,264 agencias de viajes en el 2007 registradas en el MINTUR, lo que corresponde al 61.71% del total de agencias en el Ecuador. Con una composición de 44 agencias mayoristas, 245 agencias internacionales, 308 agencias operadoras de receptivo.

El número de compañías de transporte turístico terrestre en este mundo es de 170, de un universo total de 230 compañías de este tipo de servicio registradas en el Ministerio lo que corresponde al 74% del total de compañías de transporte turístico terrestre en el Ecuador, con una capacidad para 11,244 pasajeros (asientos). No existen embarcaciones para transporte fluvial y marítimo en el mundo Andes registradas en el MINTUR.

En el mundo Galápagos se ofertan los siguientes servicios: El número de establecimientos turísticos de alojamiento en este mundo es de 62 establecimientos turísticos de alojamiento, de un universo total de 3,213 empresas registradas en el 2007, lo que corresponde al 1.93% del total. El número de plazas (camas) de hospedaje en el mundo Galápagos es de 2,670, de un universo total de 147,025 camas registradas en el 2007 en el MINTUR, lo que corresponde al 1.82% del total en el Ecuador.

El número de establecimientos de alojamiento por categorías en este mundo son: No existen alojamientos de Lujo, 21 de 1era categoría, 29 de 2da categoría, 11 de tercera categoría y uno cuarta categoría, obteniendo un total de 62 hoteles en este mundo, representando únicamente el 1,9% del total de los establecimientos del País.

En este mundo lo que más hay son hoteles de primera y segunda categoría representando el 80% de la oferta de hospedaje de este mundo. El número de empresas de comida y bebidas en el mundo Galápagos es de 125 establecimientos, de un universo total de 8,898 registrados en el 2007 en el Ministerio de Turismo, lo que corresponde al 1.40% del total de establecimientos de este tipo en el Ecuador. El número de sillas (capacidad) en el mundo Galápagos es de 4,898 sillas, de un universo total de 380,687 en el 2007 registrados en el Ministerio, lo que corresponde al 1.29% de la capacidad de número de sillas de establecimientos de comida y bebida en el Ecuador.

El número de Agencias de Viajes en este mundo es de 43 agencias de viajes, con una composición de 2 agencias internacionales, y 40 agencias operadoras de receptivo. No existen Compañías de transporte turístico terrestre en el mundo Galápagos. El número de embarcaciones para transporte fluvial y marítimo es de 95 embarcaciones para transporte fluvial y marítimo, de un universo total de 107 embarcaciones en el 2007 registradas en el MINTUR, lo que corresponde al 88.79% del total de embarcaciones para transporte fluvial y marítimo en el Ecuador.

En el mundo Amazonas se ofertan los siguientes servicios: El número establecimientos turísticos de alojamiento en el mundo Amazonía es de 306 registrados en el mismo año. El número de plazas (camas) de hospedaje en el mundo Amazonía es de 11,982 camas, registradas en el Ministerio de Turismo. El número de establecimientos de alojamiento por categorías en este mundo son: Lujo 5, de 1era categoría 46, 2da categoría 72, tercera categoría 175, cuarta categoría 5, obteniendo un total de 303 hoteles en este mundo. En este mundo los hoteles de tercera categoría representan el 57,7% del total de establecimientos en este mundo. El número establecimientos de comida y bebidas en el mundo Amazonía es de 367 y el número de sillas (capacidad) en estos establecimientos en el mundo Amazonía es de 12,548 sillas.

El número de Agencias de Viajes en este mundo es de 47 agencias registradas en el Ministerio correspondiente, con una composición de 2 agencias internacionales y 43 agencias operadoras de receptivo. El número de Compañías de transporte turístico terrestre en el mundo Amazonía es de 1, de un universo total de 230 compañías de transporte turístico terrestre registradas, lo que corresponde al 0.43% del total de compañías que brindan este servicio en el Ecuador, con una capacidad para 24 pasajeros (asientos). El número de embarcaciones para transporte fluvial y marítimo es de 3 embarcaciones para transporte fluvial y marítimo, de un universo total de 107 embarcaciones en el 2007, lo que corresponde al 2.80% del total de embarcaciones para transporte fluvial y marítimo en el Ecuador.

En el mundo Costa se ofertan los siguientes servicios: El número de establecimientos turísticos de alojamiento en el mundo Costa es de 1,458 establecimientos. El número de plazas (camas) de hospedaje es de 69,865 plazas registradas en el 2007. El número de establecimientos de alojamiento por categorías en este mundo son: Lujo 58, de 1era categoría 295, 2da categoría 389, tercera categoría 697, cuarta categoría 19, obteniendo un total de 1,458 hoteles en este mundo, representando un 45,4% del total de los establecimientos 12 Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Noviembre del 2012 del país, siendo el mundo con más hoteles en general y acaparando el 75% de los hoteles de Lujo y el 47% de los hoteles de primera categoría.

El número establecimientos de comida y bebidas es de 4,697 de este tipo de actividad registrados en el 2007, lo que corresponde al 52.77% del total de establecimientos de comida y bebidas en el Ecuador. El número de sillas (capacidad) en este tipo de servicio es de 175,335 sillas, de un universo total de 380,687 en el 2007, lo que corresponde al 46.06% de la capacidad de número de sillas de establecimientos de comida y bebida en el Ecuador.

El número de Agencias de Viajes es de 381 agencias, con una composición de 29 agencias mayoristas, 159 agencias internacionales, 114 agencias operadoras de receptivo. El número de Compañías de transporte turístico terrestre en el mundo Costa es de 49 compañías de transporte turístico terrestre, de un universo total de 230 compañías, lo que corresponde al 21.30% del total de compañías que brindan este servicio en el Ecuador, con una capacidad para 3,772 pasajeros (asientos).

El número de embarcaciones para transporte fluvial y marítimo es de 9 embarcaciones, de un universo total de 107 embarcaciones en el registradas en el 2007, lo que corresponde al 8.41% del total de embarcaciones para transporte fluvial y marítimo en el Ecuador.”³⁰

³⁰ PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, *Análisis sectorial de turismo*, NOVIEMBRE DEL 2012, p. 10.

En síntesis se presentan en el cuadro B6, las cifras de los servicios turísticos del Ecuador, de acuerdo a cada uno de los *mundos*, que turísticamente lo conforman:

Cuadro B6

COMPARACIÓN DE OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICAS POR MUNDOS EN EL ECUADOR					
Servicio	Andes	Galápagos	Amazonía	Costa	Total
# Alojamientos	1,387	62	306	1,458	3,213
# Camas	62,508	2,670	11,982	69,865	147,025
# Establecimientos de comida y bebida	3,709	125	367	4,697	8,898
# Sillas en establecimientos de comida y bebida	187,906	4,898	12,548	175,335	380,687
# Agencias de viajes	780	43	47	381	1,264
# Cías de transporte	170	-	1	49	230
# Embarcaciones para transporte fluvial y marítimo	-	95	3	9	107

Fuente: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.

Elaboración: Página oficial PRO ECUADOR, <http://www.proecuador.gob.ec/>

Pero son los aeropuertos internacionales, como el Aeropuerto de Quito Mariscal Antonio José de Sucre, en la población de Tababela y el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil, los que con su renovada infraestructura, facilidades de acceso, variedad de servicios y conexiones internacionales, los que se han constituido en la principal puerta de entrada al país del turista extranjero, el primero registra un flujo de ingresos, consolidado en el 2012, de 973 mil pasajeros y el segundo con 657 mil.³¹

La inversión en infraestructura aeroportuaria en Ecuador ha llegado a la suma 261,4 millones de dólares, según cifras presentadas por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO) entre el 2010 y el 2014; en cuyo monto se incluye la intervención y el

³¹ Fuente: COMUNIDAD ANDINA, Entrada internacional de pasajeros, según aeropuerto, en <http://estadisticas.comunidadandina.org/estadisticasandinas/aereo/Resultado.aspx?IDSECUENCIAL=50>

mejoramiento de al menos el 65% las instalaciones de aeropuertos de ciudades como Cuenca y Loja, a fin de mejorar las condiciones de los mismos y generar facilidades al turista que usa estas terminales; además de la entrega del renovado aeropuerto Ulpiano Páez, de Salinas, por un costo cercano a los 16 millones de dólares; la inauguraron las instalaciones del aeropuerto Carlos Concha Torres, en Tachina, en la provincia de Esmeraldas, que tuvo una inversión de 18,3 millones de dólares.³²

Otro de los aeropuertos que buscan, con la gestión de las autoridades locales, posicionarse como uno de los importantes del país es el aeropuerto de Latacunga, reinaugurado en el 2011 y que con una inversión de 32,8 millones de dólares, con la gestión que realiza la Cámara de la Producción de Cotopaxi, mediante programas de alianzas locales, apunta a la *“repotenciación de ese aeropuerto. Una propuesta plantea que la administración pase a manos de una mancomunidad de municipalidades y prefecturas de las provincias del centro del país (Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar) para que contraten a una empresa privada que administre la terminal y promocióne las ventajas.”*³³

Por otra parte, el aeropuerto de Tena, en la provincia de Napo, con una inversión de 48,8 millones de dólares, con una *“pista, que mide 2.600 m (84 menos que la de Guayaquil) puede aterrizar un avión Boeing 767 con capacidad para 250 pasajeros.”* Otra inversión importante es la intervención en el aeropuerto de Santa Rosa, en la provincia de El Oro, que registra un flujo de 80 pasajeros por día en la ruta Quito-Santa-Quito, con un costo de 52,6 millones de dólares,³⁴ busca potenciar el sector turístico de la región y aprovechar la inversión tanto vial por parte del Estado, como la privada por parte

³² Fuente: El Universo, en <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/10/nota/2165511/movilidad-aeropuertos-refleja-poca-productividad>

³³ El Universo, en <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/10/nota/2165511/movilidad-aeropuertos-refleja-poca-productividad>

³⁴ Fuente: El Universo, en <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/10/nota/2165511/movilidad-aeropuertos-refleja-poca-productividad>

de empresas turísticas de la zona – <http://www.hillaryresort.com/> – en la que destaca el hotel Hillary; que se ha convertido en uno de los atractivos de la zona y se ha consolidado como un destino de interés, de turistas locales como internacionales.

En la evolución del turismo local, una de las infraestructuras que ha concentrado grandes inversiones, son las que tiene que ver con las plataformas tecnológicas y de la información, pues el turismo se nutre, promociona y apalanca en las ventajas que tanto el internet, como las redes sociales y los medios informativos le proporcionan, por lo tanto en lo que respecta a las Tecnologías de la Información u la Comunicación (TIC'S), en Ecuador son una de las principales infraestructuras con que el país cuenta y a las que tanto el gobierno central, como los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD'S) están desarrollando con miras al 2016.³⁵

2.2.2 Infraestructura y servicios de Colombia.

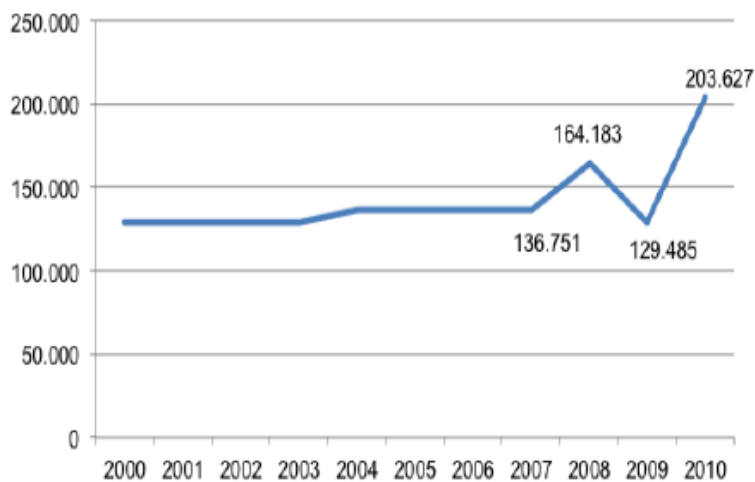
La construcción e intervención de la llamada Ruta del Sol, que es la autopista que optimizará la conexión entre el centro del país – principalmente la ciudad de Bogotá y sus alrededores – y la costa atlántica, ha generado grandes expectativas en el sector turístico, pues esta obra dinamizará la circulación de personas, favoreciendo al sector la posible generación de flujos turísticos desde y hacia las zonas de influencia de esta obra; además de las mejoras en la carretera Bogotá-Buenaventura, lo que facilitará la conexión entre Bogotá y con el principal puerto sobre el Pacífico de la ciudad costera, con la construcción del túnel vehicular más largo de América Latina; también destacan el mejoramiento del Eje Transversal de las Américas, que es la vía que recorre la costa del Caribe colombiano, es un importante incentivo a la vialidad del país.³⁶

³⁵ Fuente: Información extractada de la entrevista mantenida con Cristian Martínez, funcionario del MTE, Departamento de Promoción Turística para América del Sur.

³⁶ Fuente: Círculo de Inversionistas, página oficial, en <http://www.circulodeinversionistas.com/especiales/caribe/item/89-ruta-del-sol-progreso-en->

Gráfico B7

Colombia: Kilómetros de carreteras



Fuente: Ministerio de Transporte³⁷
Elaboración: Fedesarrollo.org

Pese a la inversión puesta en marcha, existe una realidad que no es ajena para propios y extraños, la cual tiene que ver con la preocupación que para los turistas representan los movimientos militares irregulares, este hecho de cierta forma limita la intención de movilizarse por las carreteras colombianas por fines de ocio o diversión; además de que las grandes distancias entre los destinos turísticos, restringen también la movilidad.

Colombia es un país extenso, cuya superficie de 2'129.748 km² está compuesta por 1'114.748 km², que corresponden a su territorio continental y de 988 000 km² que corresponden a su mar territorial;³⁸ y, en lo que concierne a la generación de inversión vial, ha representado el uso de grandes recursos, pero que en referencia a lo que el autor afirma: *“un país de estas características, debería tener un 26 por ciento más de kilómetros de carreteras de los que tiene: su déficit es de aproximadamente 45 mil*

[infraestructura-para-colombia](#)

³⁷ Ministerio de Transporte, Transporte en cifras, versión 2011, en <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Infraestructura-de-Transporte-en-Colombia-Presentaci%C3%B3n-CCI-Nov19.pdf>

³⁸ Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores, Cancillería, en <http://www.cancilleria.gov.co/colombia>

kilómetros. Las vías no pavimentadas explican buena parte este atraso en términos absolutos, pero en términos relativos la brecha es aún más importante en la vías pavimentadas, 30 por ciento.”³⁹

Gráfico B8

Rutas colombianas



Fuente: Ministerio de Transporte.⁴⁰
Elaboración: Ministerio de Transporte de Colombia.

Los puertos marítimos colombianos, por la extensión de país, están a lo largo de todas sus costas y son utilizados para el ingreso y salida, tanto de mercancías como de personas, conformado por un *sistema portuario* de cerca de 120 instalaciones. Los principales y de mayor flujo de turistas son: Buenaventura el cual es el principal de su red del país, aunque con menores flujos están los de Santa Marta, Barranquilla, Tumaco y Cartagena.⁴¹

³⁹ YEPEZ, Tito y otros, *Infraestructura del transporte en Colombia*, Cuadernos de FEDESARROLLO, No. 46, Colombia, julio 2013, p. 13.

⁴⁰ Ministerio de Transporte, página oficial, en www.mintransporte.gov.co

⁴¹ Ministerio de Transporte, página oficial, en <https://www.mintransporte.gov.co/>

El sistema de ferrocarriles es poco usado para el turismo, pues *“el país está poco dotado con suficientes vías férreas. Sin embargo este diagnóstico debe leerse con cautela: la rentabilidad del tren como alternativa de transporte depende de las condiciones del terreno, la extensión de los recorridos y el tipo de carga que se transporta. El tren es una solución rentable pero solo en determinados casos.”*⁴²

Colombia cuenta con una importante dotación de infraestructura aeroportuaria, son trece los aeropuertos internacionales⁴³ y constituyen la principal puerta de entrada de los visitantes extranjeros al país colombiano. Un informe consolidado del año 2012,⁴⁴ presenta las siguientes cifras de ingresos de visitantes por los cinco principales aeropuertos de Colombia: Aeropuerto Internacional El Dorado de Bogotá, con 2,2 millones de ingresos; Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla de Cali, con 177 mil ingresos; Aeropuerto Internacional José María Córdova de la ciudad de Río Negro con 292 mil ingresos, Aeropuerto Internacional Rafael Núñez de Cartagena con 96 mil ingresos; y, Aeropuerto Internacional Ernesto Cortissoz de Barranquilla con 56 mil ingresos.

“Las principales ciudades colombianas cuentan con importantes centros de convenciones y una infraestructura hotelera con altos estándares de calidad, que además incluye cadenas nacionales y extranjeras de gran prestigio y tradición, para la realización de eventos empresariales. Existen opciones que se ajustan a diferentes requerimientos y al impacto que se espera lograr en cada evento.

- *En Bogotá, la capital colombiana, es posible encontrar excelentes centros de convenciones con gran capacidad, un importante recinto ferial y múltiples salones de reunión.*
- *Cartagena, Santa Marta y San Andrés cuentan con hermosos hoteles corporativos que acogen a sus huéspedes con calidez y proporcionan una estadía agradable.*

⁴² YEPEZ, Tito y otros, *Infraestructura del transporte en Colombia*, p. 14.

⁴³ Fuente: Aeronáutica Civil, Unidad Administrativa Especial, en <http://www.aerocivil.gov.co/Paginas/default.aspx>

⁴⁴ Fuente: COMUNIDAD ANDINA: Entrada internacional de pasajeros, según aeropuerto, en <http://estadisticas.comunidadandina.org/estadisticasandinas/aereo/Resultado.aspx?IDSECUENCIAL=50>

- *Barranquilla, por su parte, tiene excelentes centros de convenciones ubicados en grandes hoteles y clubes de la ciudad.*
- *Medellín la segunda ciudad más importante de Colombia, posee una excelente infraestructura de servicios públicos y novedosos escenarios para recibir congresos, seminarios, ferias, exposiciones y eventos.*
- *Cali, la capital del Valle del Cauca, es una ciudad que ofrece magníficos escenarios, hoteles y salones de reunión.*
- *Las tres ciudades que conforman el Paisaje Cultural Cafetero (Armenia, Pereira y Manizales), también se convierten en una opción ideal para organizar un evento de medianas proporciones. Cada ciudad tiene su propio aeropuerto y una valiosa infraestructura. Lo que más llama la atención al momento de escoger esta región como destino de congresos y convenciones, son sus hermosos paisajes cafeteros y la amabilidad de su gente.*
- *En Santander, además, es posible disfrutar de los imponentes y retadores paisajes naturales rodeados por el maravilloso Cañón del Chicamocha.”⁴⁵*

“Colombia presenta opciones de acomodación para todos los gustos e intereses. Además, la oferta hotelera es mucho más diversa por las condiciones geográficas, climáticas y culturales de cada territorio.

Colombia representa el segundo foco de inversión no sólo por su estabilidad económica y financiera sino por sus valiosos recursos naturales que lo hacen atractivo y turístico... Colombia corresponde a uno de los focos más interesantes y prósperos para la Cadena en el continente. Cristiano Gonçalves. Vicepresidente de Desarrollo para Suramérica - Hilton Corporation.

Entre las opciones de alojamiento se destacan:

- *Amplios y lujosos hoteles tradicionales en el centro de las ciudades.*
- *Modernos hoteles de negocios ubicados en cercanías de los principales aeropuertos o en las zonas financieras.*
- *Pequeños y amables hoteles boutique.*
- *Tradicionales haciendas adaptadas para la recepción de turistas o grupos de convencionistas.*
- *Posadas turísticas administradas por familias guardabosques.*
- *Tradicionales malokas indígenas ubicadas en la selva o en cercanías del mar.*

⁴⁵ PROEXPORT COLOMBIA, Página oficial, en <http://www.colombia.travel/es/congresos-incentivos/congresos-y-convenciones>

Dado el incremento de frecuencias aéreas en el país y la mayor accesibilidad, las principales ciudades y los destinos en desarrollo requieren una infraestructura hotelera de alto nivel que supla las necesidades de los turistas.

En Bogotá, la construcción de 18 proyectos hoteleros que se adelantan generarían un total de 9.900 empleos directos. Lo anterior, es resultado de la consolidación de proyectos hoteleros liderados por grandes cadenas mundiales, que han hecho una apuesta por el país al considerarlo como un importante centro turístico y económico. Algunas cadenas hoteleras con proyectos en Colombia son Hyatt, Marriott, Hilton y Estelar, entre otras.”⁴⁶

El incremento de la oferta de infraestructura hotelera en Colombia se debe dos factores principales; el primero por la alta demanda del turista nacional y extranjero y el segundo por el incremento de la inversión privada, tanto en las mejoras como en la construcción de establecimientos hoteleros; debido a los incentivos impulsados desde el gobierno y el Departamento Nacional de Planificación, ante la exención de hasta 30 años del pago del impuesto a la renta, en las inversiones que se hagan en ese sentido:

“En este contexto de crecimiento turístico el Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia (MCIT), espera que para el final de 2014 haya en Colombia disponibles 6.964 habitaciones más que las existentes al inicio del año, sumándose a las 15.245 que fueron construidas entre 2004 y 2012.*

Entre las nuevas propiedades están el Bastion Luxury Hotel (abierto en Cartagena con 51 habitaciones de lujo, mezcla de modernidad y arquitectura colonial del siglo XVI); Cali Marriott Hotel (abierto en febrero en el centro financiero y de entretenimiento de Cali, con 170 habitaciones); el Radisson Cartagena Ocean Pavillion Hotel (abierto en febrero en playa La Boquilla, Cartagena, con 233 habitaciones de lujo), y Hotel Movich Buro 26 (abierto en abril en Bogotá, 252 habitaciones, adjunto al

⁴⁶ Fuente: PROEXPORT Colombia, en <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/informacion-practica/directorio-turistico-de-colombia/Hoteles/Santa-Marta>

*Nota aclaratoria del autor de la tesis.

*aeropuerto El Dorado). Además, el W Bogota Hotel debe abrir en septiembre con 168 habitaciones, incluidas 33 suites y Extreme Wow suites, en el Centro de Negocios Santa Bárbara.*⁴⁷

2.3 Análisis de la situación del turismo en Ecuador y Colombia.

En el caso de la frontera común entre Ecuador y Colombia, existen intenciones de generar una dinámica de mejoramiento de las relaciones turísticas bi-nacionales, toda vez que la poca coordinación que existían antes del 2007 entre sus ministerios del ramo y la falta de gestión de sus agendas regionales, habían dado origen a una integración turística incipiente entre las dos naciones, pues se puede determinar que en la actualidad, que no existen oficinas adscritas tanto al Ministerio de Turismo de Ecuador (MTE), como al Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia (MCIT), que se encarguen de gestionar de forma coordinada la generación de debates, diálogos, así como de intercambio de experiencias a fin de generar propuestas y presentación de promociones coordinadas de sus atractivos y destinos turísticos; pero según información proporcionada por Edison Restrepo Ceballos, funcionario de la Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del MCIT, esta cartera de Estado tiene como objetivo coordinar con sus pares de Ecuador, una ronda de negocios para finales del 2014, a fin de presentar las propuestas de intercambio y analizar la situación del sector de las dos naciones.

Se ha determinado que cada una de estas carteras de estado, en la actualidad, gestiona parte de su trabajo en el sector, con registros estadísticos de los ingresos y salidas de visitantes a cada país; pero muy poco se hace a fin de determinar en qué

⁴⁷ CARIBBEAN NEWS, "Colombia abrirá más de seis mil nuevas habitaciones hoteleras en 2014", en <http://www.caribbeannewsdigital.com/node/62882>

medida y razón esos flujos son efectivamente de personas que llegan a cada país con la intención de hacer turismo, en una dinámica de intercambio; además no existe un verdadero seguimiento de las preferencias del pasajero, así como de las experiencias que éstos recogen y comparten al momento de retornar a sus países de origen.

Un aspecto importante a mencionar y que tiene que ver con la situación relacionada con la situación fronteriza entre Ecuador y Colombia, pues existe una libre circulación de personas entre las ciudades de Tulcán y de Ipiales; y, solamente en los casos en que esa circulación debe superar las fronteras de estas ciudades, las personas, tanto como los vehículos, están en la obligación de someterse a un *Régimen de Tránsito Fronterizo de Personas y Vehículos*.

En la actualidad los dos países generan un flujo significativo de vistas e ingresos de turistas de uno y otro lado de sus fronteras, pero es importante analizar que esos flujos pueden enmarcarse más como un turismo fronterizo, que es muy diferente a la generación de un verdadero intercambio e integración turística, pues a pesar que las dos naciones han generado las llamadas Zonas de Integración Fronteriza (ZIF)⁴⁸, es más bien la gestión de los gobiernos locales de las provincias fronterizas tanto de Ecuador, como de Colombia, las que impulsan un intercambio, cuyos flujos turísticos más importantes, no

⁴⁸ La Ministra de Relaciones Exteriores de Colombia y el Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador y en aplicación del acuerdo alcanzado entre los dos Estados, a través del intercambio de notas reversales de 16 y 19 de diciembre del 2011, mediante el cual se convino en la ampliación de la Zona de Integración Fronteriza Ecuatoriano-Colombiana para fines turísticos, a la totalidad de cada uno de los territorios nacionales de los dos países; y en el marco del Convenio entre Ecuador y Colombia sobre Tránsito de Personas, Vehículos, Embarcaciones Fluviales y Marítimas y Aeronaves, suscrito en la ciudad de Esmeraldas el 18 de abril de 1990, expidieron el Reglamento de Tránsito y Transporte Terrestre Turístico.

- **ZONA DE INTEGRACIÓN FRONTERIZA (ZIF):** Es la que comprende, en territorio ecuatoriano, las Provincias del Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos; y, en territorio colombiano, los Departamentos de Nariño y Putumayo, además de otras que en el futuro incorporen las Partes.
- **ZONA DE INTEGRACIÓN FRONTERIZA PARA FINES TURISTICOS (ZIF-PFT):** Para fines turísticos se considerara Zona de Integración Fronteriza a todo el territorio nacional de cada una de las Partes, con excepción de la Provincia Insular de Galápagos, en el caso de Ecuador, y en el caso de Colombia el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.
(REGLAMENTO DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO ENTRE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA Y LA REPÚBLICA DEL ECUADOR)

van más allá del departamento de Nariño en Colombia y de la provincia de Esmeraldas e Imbabura en Ecuador.

“Pese a la cautela de la información del número de viajeros, indicadores económicos también confirman el crecimiento de esta actividad. Hay evidencias de un crecimiento modesto, pero sostenido, de la infraestructura del alojamiento y alimentos, de los ingresos y el empleo entre 1990 y 2009 (Ordoñez, 2001; Ministerio de Turismo, 2009). Es más, según cifras oficiales en el 2004, el turismo ocupó el segundo lugar en las exportaciones del país.”⁴⁹

En esta afirmación existe una clara muestra de cómo ha ido evolucionando la actividad turística en el Ecuador y de la forma en la cual sus actores, tanto públicos, como privados han ido gestionando espacios de promoción, con los cuales se ha generado una aceptación en el turista y en la comunidad tanto local como internacional; cuyos fenómenos han originado un impulso del sector y una mejor apuesta a la explotación del recurso turístico del país.

Por su lado en cambio, Colombia ha dado impulsado su dinámica de turismo, con una oferta importante y con hechos relevantes en el sentido político que impulsan el sector, tal es el caso del proceso de paz, pero que acompañado de una gestión y acciones efectivas de sus actores privados ha generado grandes expectativas en el consumidor turístico mundial, con la consecuente generación de grandes flujos de visitantes.⁵⁰

La dinámica del turismo en Ecuador, está definida con la ventaja de que sus distancias son muy cortas y que los cambios de diversidad son muy cercanos, además de que la oferta turística es creciente desde el año 2008, de las importantes inversiones del sector público, en especial en la estructura vial, le han generado una posibilidad de ser mucho más competitivos, sin dejar de lado que es un país más barato, pues al experimentar Colombia un importante crecimiento económico, ha significado que muchos de sus costos

⁴⁹ FLACSO, Sede Ecuador, Espacios en disputa: El turismo en Ecuador, Editorial Crear Imagen, Quito, junio 2011, p. 10.

⁵⁰ Fuente: El Tiempo, “El proceso de paz en Colombia”, en <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz>

relacionados con el turismo, se han encarecido.

2.3.1 Análisis de las agendas de los ministerios de turismo de Ecuador y Colombia.

Con la finalidad de establecer un diagnóstico de la situación del turismo tanto en Ecuador, como en Colombia, es necesario conocer y analizar las agendas ministeriales de los dos países, a fin de establecer si éstas incluyen acciones de integración, diálogo y gestión, desde una realidad práctica y sobre todo desde la existencia de acciones coordinadas y continuas de las dos carteras de Estado.

Las dos naciones han estado interesadas en la generación de mesas de diálogo y acciones que creen una dinámica integracionista desde el sector, antes del el año 2008, pero para establecer un período de análisis de esta investigación, se evaluará el período que va desde dicho año hasta mediados del 2014; en lo cual han existido doce gabinetes bi-laterales, en cuyos diálogos se han centrado en la discusión y el debate en materias de infraestructura, desarrollo social, articulación comercial, pacificación y alianza comercial en materia turística.**

A pesar de que no se ha definido una agenda clara, en la que se determinen los objetivos de la dinámica de coordinación entre los dos países en materia turística a largo plazo, pero existen ciertos visos de articulación, toda vez que luego de las conversaciones mantenidas, tanto Ecuador como Colombia han tomado acciones tales como, el establecimiento de una oficina de información turística en la ciudad de Tulcán, a cargo del MTE; mientras que del lado colombiano, tanto la cámara de comercio de Ipiales, en coordinación con el MCIT, han establecido oficinas de información turística.⁵¹

⁵¹ Fuente: Datos recabados por el investigador, en visitas a la Frontera colombo-ecuatoriana, en las oficinas de migración de los dos países.

** Fuente: Según información proporcionada por Walther Ocaña, Docente Investigador de la Universidad de las Américas, (UDLA).

2.3.1.1 La Agenda del Ministerio de Turismo del Ecuador.

El ministerio de ramo, en el período 2008 – 2012, con el Ministro Feddy Ehlers a la cabeza del mismo, definió varias acciones en su agenda ministerial, entre la que destacó la promoción mediante las denominadas caravanas turísticas. En ese sentido, en el mes de octubre del 2012, la llamada *Caravana Turística Ecuador Destino Sin Fronteras Pasto-Popayán-Cali 2012*, visitó las principales ciudades del sur del país colombiano: Pasto, Popayán y Cali; dicha visita se desarrolló en la dinámica de una rueda de negocios y en la cual, la agenda ministerial ecuatoriana, estuvo definida con la participación del entonces Ministro de Turismo Ehlers. A continuación y como ampliación a la agenda ministerial destacada del año 2012, se presenta un extracto del recorte de prensa, exhibido en la página institucional del MTE:

Cali (Colombia).- Con reconocimientos, admiración y un destino turístico muy bien definido para el mercado colombiano, culminó la Caravana Turística que visitó las ciudades de Pasto, Popayán y Cali; evento organizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

La ciudad de Cali es la capital del departamento de Valle del Cauca en Colombia y la tercera ciudad más poblada del país, después de Bogotá y Medellín. Este fue el escenario en donde el Ecuador mostró todo su potencial turístico, cultural y gastronómico a cerca de doscientos empresarios y medios de comunicación colombianos, quienes se dejaron cautivar con lo más representativo de la cultura ecuatoriana. El centro de la oferta ecuatoriana con su rueda de negocios, se desarrolló en el Hotel Intercontinental de Cali en donde además, el Ministro de Turismo, Freddy Ehlers cumplió una amplia agenda que incluyó entrevistas en los diferentes medios de comunicación, reuniones con empresarios turísticos y hoteleros, ruedas de prensa y el gran evento de promoción del Destino Ecuador, en donde a través de la proyección de audiovisuales con lo más actual de la tecnología se pudo mostrar el gran potencial turístico de cada una de las provincias del Ecuador.

El arte musical estuvo presente con la participación de la artista Karla Kanora y su tema “Ama la Vida”, un icono de la promoción nacional, coreada y aplaudida por los asistentes.

La riqueza cultural representada por Esmeraldas puso la tónica de alegría que al ritmo de marimba hizo a bailar a todos, fortaleciendo el hermanamiento entre los dos países. Ecuador y sus empresarios promovieron atractivos nacionales y se entregaron tours gratis, entre sus pares colombianos.

El colofón de esta Caravana lo puso el Ministro Ehlers, quien destacó la importancia de ser feliz y motivó el respeto humano y natural bajo el concepto del “Turismo Consciente” como una experiencia transformadora de vida que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. A este discurso se sumó la exquisita gastronomía ecuatoriana que encantó a más de uno, con lo que el Ecuador entre colores, sabores y atractivos, se convirtió en un interesante destino turístico al cual el mercado colombiano está decidido visitar.⁵²

En materia de integración y de coordinación en la dinámica turística, Ecuador y Colombia han mantenido un importante acercamiento, mediante los acuerdos planteados en el Gabinete Binacional 12-12-12, en el cual se hicieron importantes acuerdos binacionales, destacando la definición de un nuevo modelo de gestión turística, el cual propuesto por el MICT de Colombia, será ampliado en el punto 2.3.2 de este documento; pero que en un sentido integracionista, se pasa de lo netamente promocional, a la definición de acciones que aporten con un trabajo coordinado interinstitucional de integración en el sector de las dos naciones.

La agenda del MTE además, se ha definido para tomar acciones de promoción y difusión de los destinos turísticos del Ecuador, mediante la participación en las ferias de turismo de Colombia, como son la ANATO en Bogotá y la Feria de Cali, en cuya ciudad entre el año 2011 y 2012 existieron tres ferias turísticas, en las cuales el MTE asistió como expositor a fin de promover los destinos nacionales y buscar concentrar el interés

⁵² Ministerio de Turismo del Ecuador. <http://www.turismo.gob.ec/culmino-con-exito-la-caravana-turistica-ecuador-destino-sin-fronteras-pasto-popayan-cali-2012/>

del turista colombiano.

El stand de Ecuador, en la Feria ANATO del 2012, fue uno de los más visitados y más dinámicos de la feria, por tal motivo el país obtuvo un reconocimiento, pero más allá de este particular, no se ha podido determinar que efectivamente la agenda local, haya definido acciones específicas a fin de aprovechar de alguna manera este hecho y que esto haya generado una gestión que defina acciones de coordinación y puesta en marcha, para generar intercambios reales en materia de turismo.

Dentro de las agendas del Ministerio de Turismo del Ecuador a partir del año 2007, se ha dado énfasis al turismo comunitario, con el cual han coordinado acciones a fin de mejorar las condiciones del sub sector, incrementado la provisión de servicios y además capacitando a las comunidades a fin de que estas puedan generar mejoras en la provisión de los servicios turísticos, esta ha sido como una primera etapa en la intención de crear además, espacios para la llegada de turistas extranjeros, en especial del turista colombiano; pero sin una verdadera definición de acciones específicas, en las cuales se coordine la acción de intercambio real con el país del norte, muy poco se podrá lograr tanto en los resultados, como en la generación de información que establezca los efectos de esas acciones.⁵³

En ese sentido, el manejo y explotación de los destinos comunitarios, como tales, se han alejado de las agendas ministeriales, pues están en un gran porcentaje a cargo de la gestión tanto de los actores privados del sector, como de los gobiernos locales, pues *“la inicial mirada de políticas sobre turismo se modifica junto con el proceso de redefinición del Estado y su auto-asignado rol de rector de políticas. Parte de las estrategias de estas intervenciones, han sido el reforzamiento de alianzas público-privado, la delegación de la operación de los sitios turísticos a entidades locales, la*

⁵³ Fuente: PIMTE 2007.

acreditación de los servicios y el inventario de los recursos junto a un sistema de información, todas estrategias vigentes en la actualidad.”⁵⁴

2.3.1.2 La Agenda del Ministerio de Turismo de Colombia.

La agenda colombiana entre el año 2011 y 2012, fue la organización de tres Feria de Intercambio de Negocios, en la ciudad de Cali, cuyo objetivo era el de promover el intercambio con empresarios ecuatorianos, además de compartir experiencias y sobre todo ofertar servicios turísticos desde la frontera con Ecuador hasta Cali.

Un hecho relevante es el de la agenda ministerial del 2012, en la que se definió la participación de la cartera de estado colombiana en el Gabinete Binacional denominado 12-12-12, el cual reunido en la ciudad de Tulcán el 12 de diciembre del 2012, fue parte de la propuesta definida desde el MCIT, el cual de igual forma hizo un importante planteamiento que tuvo que ver con el Modelo de Gestión Turística, propuesto por dicho ministerio, a fin de elaborar una hoja de ruta que como instrumento de gestión, diseñe los programas correspondientes.

A continuación se presenta un recorte de prensa, publicado en la página web institucional, del MTE, en referencia al Gabinete Binacional antes mencionado:

Tulcán (12-12-12).- El Gabinete Binacional Ecuador Colombia, que sesionó en Tulcán destacó en materia turística dentro del eje Económico Comercial, la aplicación de la Zona de Integración Fronteriza para fines turísticos, entre los cuales se destaca el nuevo Reglamento de Tránsito y Transporte Terrestre Turístico acordado entre las autoridades de los dos países en el marco del Convenio de Esmeraldas, lo cual facilita el movimiento de los turistas colombianos y ecuatorianos en todo el territorio de ambos países.

Las autoridades impulsarán proyectos de carácter binacional que faciliten el turismo, tales como: el Fondo Conjunto de Promoción Turística, la Ruta Espiritual, la conectividad aérea y terrestre, el catastro de facilidades turísticas de frontera, el Mapa Binacional, entre otros. De igual manera, se recomendó a las autoridades de Aduana y Migración de ambos países buscar

⁵⁴ FLACSO, Sede Ecuador, *Espacios en disputa: El turismo en Ecuador*, p. 12.

los mecanismos adecuados a fin de agilizar los procesos de control aduanero y migratorio de los turistas que ingresen y circulen en el territorio de ambos países con fines turísticos. Se resaltó además los avances alcanzados en la promoción turística binacional en terceros mercados y se afianzaron sinergias en materia de inversión y transferencia de conocimiento en el sector turístico.

El diálogo binacional coincidió en el apoyo sobre modelos de gestión turística ofrecido por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de Colombia y del Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos, en materia de capacitación. Al respecto, se instruyó a las entidades involucradas, elaborar una hoja de ruta para el diseño de los programas correspondientes.

Se destacaron los avances alcanzados a través del trabajo conjunto binacional.- Para el análisis de estos temas de gran interés binacional se generó un agenda conjunta que fue tratada entre las autoridades y técnicos de las dos naciones, misma que se basó en la **PROMOCIÓN Y FACILITACIÓN TURÍSTICA**, por lo que ambas naciones trabajarán para la revisión de la posibilidad de reducir las tarifas aéreas, el Régimen de Quintas Libertades, el Desarrollo del Turismo en Acuerdos Internacionales, la Promoción Conjunta en Ferias Internacionales, así también consolidar el producto turístico conjunto en viajes por tierra y la Cooperación Técnica en temas como Cruceros, Agroturismo e inversión.⁵⁵

En ese sentido, las agenda ministerial de Colombia no es muy diferentes a la de Ecuador, pues definidas desde planes y proyectos de promoción y marketing, a diferencia del Gabinete Binacional antes citado, ha sido sino hasta el 2014, en que se ha definido una lógica de articulación con el MTE, a fin de establecer oficinas de información turística del lado de una y otra frontera, a fin de dar cumplimiento a uno de los compromisos planteados en el gabinete 12-12-12.**

La agenda ministerial de Colombia ha estado definida con una clara acción hacia la promoción de la imagen del país como generador de espacios de turismo y con la participación de esta cartera de estado, en la feria que se organiza en la ciudad de Guayaquil todos los años y que es la Feria Internacional de Turismo del Ecuador (FITE),

⁵⁵ Ministerio de Turismo del Ecuador.

<http://www.turismo.gob.ec/gabinete-binacional-acuerda-movimiento-turistico-intenso-entre-ecuador-y-colombia-2/>

** Fuente: Walther Ocaña, Docente Investigador de la UDLA

en la cual el impulso de su imagen como “producto” país, ha sido la tónica de su participación en la mencionada Feria.

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, como cartera de estado responsable de la generación de políticas y acciones para fomentar las actividades turísticas en su territorio; de manera concreta y específica, no ha definido una agenda en la que se establezca acciones tendientes a establecer estrategias, con las cuales al menos se generen espacios de diálogo, discusión, coordinación y puesta en marcha de ejercicios bi-nacionales, con actores públicos o privados del sector turístico de Ecuador, en cuyo resultado se obtenga un verdadero intercambio turístico entre las dos naciones.

2.3.2 El sector privado frente al recurso turismo.

En una gran medida en la dinámica del turismo y su relación de intercambio, tanto en los espacios locales, como bi-nacionales y de forma más específica en el caso del intercambio entre Ecuador y Colombia, han sido los esfuerzos y la necesidad de sector privado de esta industria, así como la de los colectivos sociales, los que por propia iniciativa, ha ido definiendo acciones que de forma específica y generado un intercambio turístico, el cual ha originado importantes espacios de comercio entre las dos naciones.

Estas acciones de carácter aislado han sido necesarias, debido al poco apoyo de los organismos gubernamentales a cargo de las carteras de turismo de las dos naciones, toda vez que el recurso turismo ha sido tomado como un mecanismo de generación de fuentes de trabajo, así como de alternativa única para generar dinámicas de desarrollo, tanto en las ciudades principales del eje Carchi-Nariño (Tulcán, Ipiales y Pasto), como en sus comunidades rurales, las cuales al estar asentadas en espacios geográficos con una amplia riqueza cultural, patrimonial y natural, representan un gran potencial turístico, que al compartir fronteras, también comparten necesidades, así como realidades sociales y

ancestrales idénticas.

Es claro que todo lo que tiene que ver con inversiones, desarrollo y diversificación de productos turísticos, de manera concreta, es netamente responsabilidad del sector privado, que es en el cual se generan las alternativas de emprendimiento y las acciones de ejecución de dichos emprendimientos, con el objetivo principal de obtener un rédito o ganancia de dichas operaciones; recursos que en gran porcentaje deben ser invertidos en los mismos espacios en lo que se desarrolla la actividad turística.

Es en ese sentido que el sector privado, tanto de Ecuador como de Colombia y en el caso más específico de sus ciudades fronterizas, como son Tulcán e Ipiales, funcionan en dinámicas que son dependientes del intercambio comercial de productos, pero que también se articulan en la dinámica del turismo, pues el viajero que, con o sin la gestión de un operador turístico, realiza actividades de ocio o descanso entre las dos fronteras, genera un aporte económico a la economía de cada uno de los países en cuestión, lo que en forma concluyente genera importantes aportes a la economía de las dos naciones.

El sector privado ha buscado los mecanismos para generar un interés en el consumidor o en el viajero, aprovechando las ventajas de su entorno, las cuales promocionadas en gran medida por los órganos gubernamentales, han generado especial atención en la retina del turista, que fija su mirada en las posibilidades de conocer, tanto Ecuador como Colombia, según sea el caso; pero ha sido la acción del operador local la que busca posicionar su espacio territorial, como un verdadero destino que atraiga importantes flujos de turistas, a fin de generar aportes importantes de recursos a sus economías locales.

2.3.2.1 Los operadores turísticos de Ecuador.

Los operadores turísticos de Ecuador, se han constituido en un sector con gran

especialización técnica, pues las exigencias de un sector altamente competitivo han exigido que estos actores experimenten la necesidad de enfrentar la competencia, con la dotación de servicios de calidad para los turistas y esto es posible solamente con la continua capacitación y tecnificación frente al recurso.⁵⁶

Las empresas del sector se encuentran agremiadas tanto en asociaciones locales y nacionales, como en federaciones, destacando por incluir en sus afiliados a importantes empresas del sector, además de contener un número elevado de socios, las siguientes: Federación de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR), Asociación de Agencias de Viajes, Operadores y Mayoristas de Turismo (ASECUT), Asociación de Hoteles del Ecuador (AHOTEC) y la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (OPTUR).⁵⁷

Operadores turísticos como Metropolitan Touring, Ecuauuniversal, Andean Travel y Su Mundo, entre otros, han ejecutado verdaderos retos a fin de explotar tanto el destino Colombia, como el destino Ecuador, ante el potencial de los espacios geográficos, los atractivos y destinos turísticos de cada nación; pero como cada uno de los destinos se han manejado de manera independiente, o como sub productos turísticos, no se ha llegado a conseguir una verdadera sincronía bi-naconal.

Las grandes empresas del turismo en Ecuador, gestionan su accionar comercial, principalmente aprovechando las coyunturas comerciales que mantienen con importantes operadores colombianos, sin dejar de lado la promoción e impulso que dan de servicios y paquetes turísticos, a fin de captar la aceptación en el turista colombiano, ya que posterior a la venta es necesaria una verdadera sincronía logística, en la que interactúan tanto

⁵⁶ Fuente: Feria Internacional del Turismo del Ecuador, Página oficial, FITE 2014, en <http://www.fite.info/html/comite.html>

⁵⁷ Fuente: Feria Internacional del Turismo del Ecuador, Página oficial, FITE 2014, en <http://www.fite.info/html/comite.html>

recursos humanos y materiales, los cuales al contar con la debida experiencia y tecnificación, generan una efectiva coordinación al momento de gestionar un servicio turístico integral, que provea amplios niveles de satisfacción en el visitante, con lo cual tanto el sector como el operador se ven beneficiados económicamente.

Sin dejar de lado que la promoción es el mecanismo más eficiente para captar atención del consumidor, también es importante las acciones que el operador privado ha ido desempeñando en el país en los últimos años, la profesionalización del sector turismo, el mejoramiento en la inversión tecnológica particular, el estudio que realizan del mercado local y del potencial turístico de los destinos locales, le han otorgado a esta actividad en el país, a una de las que se ha formalizado en casi total porcentaje.

El que el país cuente con centros especializados de formación de profesionales del turismo, ha sido una importante contribución al crecimiento del sector, pues los nuevos perfiles, han apuntado a gestiones de emprendimiento que generan importantes resultados comerciales, pero es este otro de los debates que genera la actividad y que va ligado al hecho de que la explotación turística como tal, va creando espacios de concentración comercial en las ciudades principales del país como son Quito, Guayaquil y Cuenca, así como en las grandes empresas del turismo local.

Ante esta realidad, y más bien con la intención de involucrar en la dinámica del turismo a los colectivos sociales y culturales del norte del Ecuador y el sur de Colombia, la Corporación CODESTAAE ha generado una verdadera articulación turística, en la cual el actor directo es la comunidad de los destinos turísticos, que explotados a los dos lados de la frontera compartida entre Ecuador y Colombia, han generado un verdadero circuito turístico bi-nacional, pues dicha Corporación se ha definido en el objetivo de *“hacer el desarrollo desde la motivación, a los actores y actoras, a ser mejores seres humanos con*

orgullo de sus raíces e identidad”⁵⁸, ya que al insertar a su gestión el desarrollo turístico tanto de Carchi, como de Nariño, ha generado una cultura de gestión turística, más que de explotación turística.

Bajo la premisa de *trabajo coordinado en una frontera de paz*, su gestión está dada por el fomento, el desarrollo y el mejoramiento de la economía de la zona binacional Carchi-Nariño, en la cual es la comunidad la que se ve directamente beneficiada de los recursos que, en el caso del turismo, la actividad genera y se queda en la zona que se genera el servicio como tal, pues la venta de productos y artesanías, la provisión de servicios de traslado, alimentación, alojamiento, guianza y gestión de cualquier servicio anclado a los paquete turísticos que promocionan, son ejecutados y proveídos por los mismos actores de las comunidades.

En entrevista mantenida con Mauricio Pereira, Presidente Ejecutivo de la Corporación CODESTAAE, manifiesta que esta es una entidad sin fines de lucro, con personería jurídica tanto en Ecuador como en Colombia; que es creada de la experiencia propia y colectiva de procesos de promoción social y de economía solidaria, acumulada por sus personeros en la provincia del Carchi desde 1998 y en cuya actividad principal está la de coordinar con las comunidades, la provisión del servicio turístico.

Los recursos pagados por los turistas, se consolidan en una cuenta bancaria institucional, los cuales son entregados en su totalidad a cada uno de los actores, dependiendo de la cantidad de turistas, servicios y provisión de productos turísticos que se entreguen, bajo un mecanismo de economía popular y solidaria.

Su circuito “*Carchi-Nariño: Una verdadera frontera de paz*” el cual está promocionado en su página <https://es-es.facebook.com/pages/Circuito->

⁵⁸ Corporación CODESTAAE, Página oficial, <https://plus.google.com/+Corporaci%C3%B3nCodestaae/about>

[Tur% C3% ADstico-Carchi-Nari% C3% B1o-Una-Verdadera-Frontera-de-](#)

[Paz/594796457265883](#), contiene una importante oferta en la que se combinan atractivos de los dos lados de la frontera, con una amplia variedad de opciones y destinos, ya que promueve en un solo recorrido a dos países, con una Cultura Milenaria y que buscando, como lo presenta en su página, la reivindicación de *su pasado, haciendo de él, la base de un auto reconocimiento entre hermanos de una amplia zona territorial ubicada entre las actuales fronteras del Norte de Ecuador y Sur de Colombia.*

Parte de su iniciativa, que busca eliminar el problema de la promoción, que si bien promueve los atractivos de la zona, pero que no promueve a quienes brindan el servicio en esa zona; es fomenta específicamente los destinos tanto de Carchi, como de Nariño, en base a una estructura de las organizaciones sociales, que siendo parte de la comunidad y las parroquias, dan el servicio en calidad de prestadores del servicio de manera integral; la CORPORACIÓN CODESTAAE⁵⁹ a más de promover las actividades culturales de la zona a los potenciales turistas que visitan la región, generando una mejor expectativa e interés del visitante en su entorno.

Es así que la misma comunidad y sus actores a más de generar dinámicas económicas importantes en entorno, también se apropian directamente de los recursos que esta genera; con lo cual se elimina una realidad latente en la explotación turística y que tiene que ver con el hecho de que el operador privado, al actuar con una lógica empresarial, acapara los recursos materia de esa explotación; los que finalmente se revierten en mínimas cantidades en las comunidades o zonas de explotación turística.

⁵⁹ Ganador de la II Convocatoria de Proyectos de Curaduría "Conversaciones" de Ibermuseos; Miembro motivador del Frente de Gestión Cultural Binacional Pasto; Impulsor de más de 300 iniciativas de emprendimiento y autogestión a nivel de zonas rurales de Carchi-Nariño.

2.3.2.2 Los operadores turísticos de Colombia.

Los operadores turísticos de Colombia, son un sector importante en la economía de ese país y han experimentado desde la década del 80, un importante mejoramiento de sus condiciones técnicas, pues siendo el país altamente competitivo, las exigencias del sector han establecido exigencias de mejoramiento de la calidad de los actores que lo representan.⁶⁰

Las empresas del sector se encuentran agremiadas principalmente en la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), pero destacan también asociaciones tales como: Asociación Hotelera y Turística en Colombia (COTELCO), Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (ACODRÉS), Asociación de Líneas Aéreas Internacionales de Colombia (ALAICO) y la Asociación Nacional de Transportadores (ASOTRANS)

Operadores como Agencia De Viajes Y Turismo Travel Zone, Aviatur S.A., Colombia Green Travel, Destination Management Colombia, Decámeron, entre otros, han gestionado una estrategia de promoción y venta por medio de sus páginas web y los incentivos que promueven en el país con las agencias de viajes locales, a fin de gestionar un espacio de mercado para los paquetes que promueven en Ecuador, de los destinos locales colombianos; estos finalmente son manejados como subproductos turísticos, muy alejados de una dinámica de verdadero intercambio turístico entre las dos naciones.

La cadena hotelera Decámeron, que ha realizado importantes inversiones en infraestructura turística en el país, es un verdadero ejemplo de gestión turística focalizada, en el sentido que su canal de promoción son todos los medios, tanto impresos, radiales y televisivos, con los cuales la cadena colombiana, tiene una imagen de aceptación en el turista no solo internacional sino también local, pero que en definitiva esa gestión se ha

⁶⁰ Fuente: Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, ANATO, en <http://www.anato.org/>

centrado en promocionar su propia imagen y las condiciones turísticas con las que opera su promocionada infraestructura, más allá de gestionar una aceptación en el viajero del espacio geográfico en el cual se asientan sus instalaciones hoteleras.

Un importante diagnóstico de la situación turística bi-nacional entre Ecuador y Colombia es que de manera concreta, los hoteles tanto de la provincia de Imbabura y Carchi, como los del Departamento de Nariño, registran importante ocupación, pero los pasajeros que llegan a los mismos, lo hacen en gran porcentaje por actividades comerciales, ya que salvo el caso de la gestión de la antes mencionada CORPORACIÓN CODESTAAE, ni los operadores ecuatorianos, ni los colombianos, están generando una verdadera acción de intercambio, mediante el establecimiento, promoción y venta de paquetes turísticos bi-nacionales.

En este sentido la consolidación de un aporte privado, en el cual el operador colombiano haya hecho una contribución importante, a fin de explotar el recurso turismo de Colombia, mediante la gestión directa, con sus pares ecuatorianos y que sus acciones de promoción, ejecución y venta, hayan generado importantes flujos turísticos, como consecuencia de la esa coordinación, para crear, armar, difundir, vender y operar circuitos bi-nacionales; es mínima o prácticamente inexistente.

Las relaciones de intercambio con sus pares de Ecuador existen y son importantes, pero netamente como una relación comercial que genera flujos hacia los principales destinos turísticos de Colombia, como resultado de toda la promoción y puesta en marcha de programas tanto públicos como privados, así como de las ventajas comparativas y competitivas con que cuentan las dos naciones; pero que en materia de gestión articulada entre operadores de las dos naciones, a fin de que la explotación de un circuito que promueva la operación de destinos consolidados, no se ha podido establecer su existencia.

La gestión del operador colombiano se ve también limitada ante los altos costos

que le representa, el atraer al turista ecuatoriano, a sus principales destinos turísticos; costos que están en gran medida encarecidos por las tarifas de la Aerolínea Avianca, que mantiene monopolizado el mercado aéreo en Colombia y ante lo cual han establecido precios, a sus destinos más representativos, los cuales están fuera de toda lógica comercial. Tal es el caso de un boleto aéreo en la ruta Quito-Bogotá-Quito, el cual entre los meses de junio y julio tiene un precio que bordea los 745 dólares, o en la ruta Guayaquil-Medellín-Guayaquil, que en los mismos meses puede llegar a costar 650 dólares. Estas tarifas son un claro encarecimiento, toda vez que son vuelos que no duran más de 1 hora y 20 minutos.

De igual manera es el cierre del aeropuerto de Tulcán, para operaciones de vuelos entre las ciudades fronterizas y la suspensión de la ruta Quito-Tulcán Quito, además de los altos costos de los boletos aéreos en las demás rutas locales en Colombia, lo que le ha generado inconvenientes de gestión al operador colombiano, pues como en todo comercio, son los altos costos los que frenan la aceptación del consumidor y en este caso en particular del viajero de las dos fronteras, con lo cual la articulación, con operadores ecuatorianos, apunta más a los destinos principales de Colombia o a la coordinación, en lo que a operaciones de vuelos chárter, que operados por agencias ecuatorianas, consiguen abaratar costos y con ello vender destinos muy conocidos en el medio ecuatoriano y que son San Andrés, Santa Martha y Cartagena.

“Tulcán • Con el objetivo de fortalecer el turismo binacional entre Ecuador y Colombia, se firmó un acuerdo de cooperación entre gobiernos seccionales de ambos países, además se presentó la marca promocional.

El evento se efectuó en el marco del Tercer Encuentro Binacional de Culturas Andinas y La Feria Nariño Biodiverso, realizados desde el viernes 19 de agosto en la ciudad de Pasto del Departamento de Nariño (Colombia).

La firma de convenios se la realizó entre el Gobierno Provincial del Carchi, la Prefectura de Imbabura y Esmeraldas con alcaldías y entidades del vecino país del norte.

El objetivo de este acuerdo es el fortalecimiento del desarrollo turístico binacional en la subregión andina y pacífico de la frontera norte del Ecuador y sur de Colombia.

Dentro de las obligaciones se destaca el aunar esfuerzos administrativos y técnicos – operativos, financieros y humanos, para promover la unidad colombo ecuatoriana tendiente a fortalecer el desarrollo turístico.

El acuerdo se optimizará con la participación de un comité técnico conformado oportunamente por profesionales de ambos países.

Antonio Navarro Gold, gobernador de Nariño, dio a conocer que Carchi y Nariño tienen oportunidades y dificultades similares, además ambas regiones son pobres ya que las fronteras son las menos atendidas.

“El que nos juntemos a buscar proyectos comunes, que nos generen ingresos, posibilidades de desarrollo y poderles ayudar a nuestros habitantes a vivir mejor es más que necesario y Dios nos ha brindado el don de tener territorios biodiversos con lo cual podemos explotar nuestros lugares turísticos”, afirmó la autoridad colombiana.

René Terán, coordinador de la Mancomunidad del Norte del Ecuador, dijo que como una entidad nueva, están tratando de insertarse en un proceso de posicionamiento, con cuatro provincias de la región norte.

“Nuestro proyecto permite que seamos partícipes de eventos de carácter y unidad binacional, en espera de que estos actos sean muestra de hospitalidad y que las autoridades continúen apoyando estos proyectos que permiten romper fronteras”, señaló Terán.

Carchi tiene una cantera de lugares turísticos como la Gruta de la Paz, el cementerio de Tulcán, las Lagunas Verdes, entre otras, que son accesibles para llegar.⁶¹

⁶¹ La Hora, “Firman convenio binacional para fortalecer el turismo”, Tulcán, 23 de agosto del 2011, en <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101193282/-1/home/goRegional/Quito>

CAPITULO III: Las políticas en los sectores turísticos de Ecuador y Colombia en el período 2008-2012.

3.1 Las políticas gubernamentales del Ecuador con respecto al turismo.

En el Gobierno del Economista Rafael Correa, en el año 2008 y en pleno auge de la llamada *Revolución Ciudadana*, en el Ecuador se aprueba una nueva constitución, este documento se constituye en la base sobre la cual se define un nuevo modelo de desarrollo nacional, bajo una arquitectura de planificación orientada hacia el cambio de la matriz productiva y la definición de áreas estratégicas⁶² en las que el estado fundamenta su modelo económico.

*“Ese nuevo modelo establece, en la parte relativa al desarrollo, que el Estado tiene como deber planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el crecimiento económico sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir. El buen vivir es un objetivo garantizado por el Estado que reconoce y garantiza el derecho a la soberanía alimentaria, el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir (sumak kawsay). Es además de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.”*⁶³

⁶² CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR 2008, Art. 313.- El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia. Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social. Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley. (*El Plan Nacional del Buen Vivir, define otros sectores estratégicos, en el cual el turismo es uno de ellos*)

⁶³ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, *Examen de las Políticas Comerciales, Informe del Ecuador*, octubre 10 del 2011, p. 18.

Como parte del Plan Nacional de Desarrollo⁶⁴, se estructuró el Plan Nacional del Buen Vivir, en el cual se define, entre otras, las acciones que el estado ejecutará para incentivar los sectores secundarios y terciarios de la economía, para evitar la especialización productiva e impulsar el desarrollo de nuevas áreas de la industria y los servicios; y, en el caso específico del turismo, este documento hace especial énfasis a la necesidad de aprovechar la diversidad cultural y natural con que nuestro país cuenta, a fin de que el aprovechamiento del recurso turismo, genere una participación económica de los sectores que a pesar de tener vocación turística, por su ubicación geográfica u otros factores, han sido áreas relegadas de ésta dinámica económica, bien sea por ser zonas de pobreza, sin la provisión de servicios e infraestructura, o porque su dinámica económica se ha centrado en una especialización productiva, que desaprovecha la explotación y aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos de su entorno.

3.1.1 El Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador.

En el Ecuador existe una definición específica del Plan Nacional de Desarrollo (PND) con el que el gobierno nacional, ha establecido su política institucional, en el cual se han estructurado líneas prioritarias de gobierno y que parten específicamente de lo que se define en el PND, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV); siendo la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) el órgano institucional, la cual opera como Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de

⁶⁴ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR 2008, Art. 279.- El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana, y tendrá una secretaría técnica, que lo coordinará. Este consejo tendrá por objetivo dictar los lineamientos y las políticas que orienten al sistema y aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, y será presidido por la Presidenta o Presidente de la República. Los consejos de planificación en los gobiernos autónomos descentralizados estarán presididos por sus máximos representantes e integrados de acuerdo con la ley. Los consejos ciudadanos serán instancias de deliberación y generación de lineamientos y consensos estratégicos de largo plazo, que orientarán el desarrollo nacional. Como parte del Plan Nacional de Desarrollo, se definió el Plan Nacional del Buen Vivir. Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

Planificación Participativa, conformada según Decreto Ejecutivo 1577 del mes de febrero del 2009, del Presidente Rafael Correa Delgado, para conocimiento y aprobación ante el Consejo Nacional de Planificación, en cuya fecha aprobó y habilitó a la mencionada Secretaría de Estado.

El documento Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013 (PNBV), fue la herramienta en la cual el Gobierno Nacional en dicho período, apoyó su gestión a fin de articular las políticas públicas con la gestión estatal y la inversión pública, de tal manera que esto se transformó en un elemento de articulación general de la gestión de todo el estado y de definición de *los Objetivos Nacionales para el Buen Vivir*. Para el período de gobierno 2013 – 2017, el gobierno nacional definió un nuevo PNBV y es el que en la actualidad está en plena vigencia en la planificación y ejecución de los programas de gobierno.

El PNBV 2009-2013 se estructuró como un mecanismo en el que tanto el gobierno, como su denominada *Revolución Ciudadana*, con el cual las políticas y las acciones gubernamentales están encaminadas a mejorar el destino social, político y económico del país, para conseguir una verdadera igualdad y justicia social, mediante la consolidación del *Buen Vivir*, como resultado de la verdadera valoración *del diálogo de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida*.

El Plan definió *objetivos nacionales*, anclados a las llamadas *metas nacionales*, desde una estructura de planificación, que se ejecuta en sentido sectorial y territorial en todo el país, con la finalidad de sentar las bases de un nuevo y mejor marco constitucional y en el cual se definieron políticas con las que el sector turismo, pueda fomentar la mejora

de las condiciones de vida principalmente de los colectivos sociales y las comunidades asentadas en los espacios turísticos nacionales.⁶⁵

Dentro del PNBV se definieron las 12 Estrategias para el período 2009 – 2013, en las cuales se circunscribe el mencionado Plan, enfocado en la necesidad de establecer una arquitectura territorial, en la cual, si bien no se busca dejar de lado el modelo económico ligado a la producción primaria, pero si se establecen las bases para ir disminuyéndolo.

Para el turismo se ha definido exclusivamente una estrategia, la cual consta como la estrategia 10 y define lo siguiente:

Estrategias del PNBV para el período 2009-2013.

- ***Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario:***

“El proyecto político actual plantea una transición desde el modelo altamente extractivista, prácticamente dependiente y completamente desordenado a nivel territorial, hacia un modelo de aprovechamiento moderado sostenible: utilizando de manera inteligente los espacios disponibles; asegurando la soberanía alimentaria; considerando el crecimiento poblacional; protegiendo los paisajes naturales e intervenidos; disfrutándolos; asegurando el mantenimiento del agua y de sus fuentes; evaluando los riesgos posibles a las poblaciones por eventos naturales que nos afectan, para poder tomar medidas de precaución y mitigación; democratizando la planificación y la toma de decisiones a los ciudadanos y ciudadanas; recuperando la mirada y reconociéndonos como una nación costera e insular fuertemente ligada al mar, pero también andina y amazónica; muestras de cumplimiento de los derechos de la naturaleza.”

Dentro de esta estrategia se establecieron cinco ejes que son:

“En primer lugar, considerar el patrimonio natural en su conjunto, la conservación y un manejo efectivo y coherente en los espacios naturales, especialmente en las áreas terrestres y marinas declaradas protegidas por el Estado.

Un segundo eje de trabajo debe prevenir y enfrentar los niveles de contaminación de los espacios terrestres, acuáticos y atmosféricos, de las zonas urbanas, rurales y marinas.

⁶⁵ Fuente: Página institucional “Buen Vivir”. Versión PNBV 2009 – 2013.

<http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional#tabs2>

Un tercer eje de trabajo busca incorporar una visión de aprovechamiento económico, y además contemplar los niveles de corresponsabilidad con los efectos ambientales a mayor escala, como es el caso del calentamiento global.

Un cuarto eje es el agua considerada como un derecho y un patrimonio nacional al cual toda la población debe tener acceso, y que constituye un elemento fundamental para el Buen vivir en el país.”

Es el quinto eje el que define las acciones en con respecto al recurso turismo:

“El quinto eje lo constituye el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, que se presentan, también como actividades alternativas que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y (re)distribución de la riqueza. Sin embargo, esta «industria verde» también necesita desarrollar capacidades, como la formación profesional en todos los campos de servicios turísticos y de naturaleza, educación formal, infraestructura, inversión en los planes de manejo de los espacios naturales, generación de información de las oportunidades turísticas a nivel nacional e internacional, dotar de sistemas de seguridad y accesibilidad a dichos espacios, todos estos aspectos enfocados principalmente al fortalecimiento desde la óptica comunitaria.

Estos ejes de trabajo deben responder a visiones de corto, mediano y largo plazo, donde la conservación y el uso sostenible apoyen la construcción de una sociedad basada en el bioconocimiento. Las acciones que se desarrollen deben asegurar la soberanía alimentaria y la sostenibilidad ambiental. En este sentido, es imprescindible evaluar los riesgos y las ventajas que pueden presentarse ante las necesidades de los grandes proyectos y sus infraestructuras, la expansión de la frontera agrícola y la construcción de vías.”⁶⁶

Los objetivos nacionales del PNBV 2009 – 2013 son:⁶⁷

Los objetivos nacionales son doce, pero los que definen los lineamientos para el sector son el objetivo 1 y el 11, los que establecen lo siguiente:

- ***“Objetivo 1: Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad: Las respuestas públicas expresadas en mecanismos de protección social de***

⁶⁶ PNBV P. 125

⁶⁷ Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013, Versión Resumida.

corte asistencial, o las acciones paliativas, son limitadas e insuficientes, en especial, cuando tienen un carácter homogeneizador y no incorporan enfoques interculturales.”

En este objetivo, se plantea la siguiente política:

Políticas y lineamientos para el recurso turismo: El primer objetivo del PNV, y que busca la consecución de un Estado de igualdad e integración social, hacia la consecución del buen vivir; dentro de sus políticas y lineamientos ha definido en los literales d y k respectivamente, lo siguiente:

- *“d. Fomentar actividades productivas que mejoren las condiciones de vida de la población rural, e impulsar la generación de valor agregado.*
- *k. Incrementar la inversión e incentivos socioeconómicos en el sector rural para las pequeñas y medianas economías familiares y organizaciones o asociaciones de la economía solidaria dirigidas a la producción diversificada de bienes y servicios, con énfasis en los servicios turísticos comunitarios, especialmente aquellos conducidos por mujeres.”⁶⁸*
- *“Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible: La Constitución de 2008 establece que el sistema económico ecuatoriano es social y solidario; ésta no es una caracterización exacta de la realidad actual sino un gran objetivo a alcanzar. Se abre, de este modo, una etapa de transición que deberá partir de un sistema marcado por la hegemonía capitalista neoliberal, que profundizó la concentración de la riqueza, la pérdida de soberanía, la privatización, la mercantilización extrema, las prácticas especulativas y depredadoras de los seres humanos, de los pueblos y de la naturaleza, para llegar a un sistema económico soberano regido por el Buen Vivir, que supere estas injusticias y desigualdades”*

Metas referentes al turismo: El objetivo 11 del PNBV ha definido dos metas concretas para el recurso turismo:

- *“11.6.1. Reducir en 0,06 puntos la concentración de las exportaciones por exportador hasta el 2013.*

⁶⁸ PNBV 2009 – 2013 , P149

- *11.11.1. Alcanzar el 15,1% de participación del turismo en las exportaciones de bienes y servicios no petroleros hasta el 2013.*⁶⁹

3.1.2 Los planes de desarrollo turístico.

Ecuador cuenta con dos documentos que estructuran y definen las acciones del gobierno por intermedio de los organismos de ramo y del Ministerio de Turismo del Ecuador (MTE), en lo que ha planificación y ejecución de los planes de turismo se refiere, estos son el Plan Nacional de Turismo (PLANDETUR) y el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE)

El PLANDETUR fue puesto en marcha en el año 2007, con el objetivo de estructurar organizacional y programáticamente al recurso turismo en su contexto general, pero en forma específica, centrando su orientación en el desarrollo del turismo sostenible, para generar sostenibilidad en el aprovechamiento del recurso y obtener beneficios en los territorios involucrados en esta dinámica, a fin de alcanzar equidad, competitividad, alivio a la pobreza y generación de oportunidades de igualdad en el desarrollo.

*“Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país. Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.”*⁷⁰

Ante las ventajas comparativas que el país tiene, tales como la mega biodiversidad de su flora y fauna, la facilidad y proximidad de sus cuatro regiones naturales, así como

⁶⁹ PNBV 2009 – 2013, p. 340.

⁷⁰ PLANDETUR 2020, p. 5.

de los atractivos turísticos que en ella se encuentran; las facilidades de movilización que la red vial otorga al turista y con una alta tasa de concentración de su población en las zonas urbanas, dota al país cualidades únicas en la región.

Los entes gubernamentales han mirado en el Recurso una alternativa de aprovechamiento y generación de oportunidades, a fin de vencer la brecha de la desigualdad económica y social, además de crear un mecanismo de desarrollo integral, el que rentabilice al país y mejore la calidad de vida de sus habitantes; pues con la estructuración de un marco legal que apoye la gestión tanto pública como privada, se propenda además a la promoción nacional en los ojos del turista extranjero, generando flujos turísticos que articulen las cadenas de valor del turismo nacional, mediante un explotación racional y sostenida de las riquezas turísticas locales.

En ese sentido el PLANDETUR estructuró los siguientes *Objetivos Estratégicos*, para que mediante la ejecución de sus planes y programas de desarrollo turístico, se conviertan en el mecanismo inicial hacia el camino del desarrollo del sector:⁷¹

PLANDETUR, Objetivos estratégicos: Se establecen ocho objetivos:

1. *“Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.*
2. *Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.*
3. *Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.*

⁷¹ PLANDETUR 2020, p. 22.

4. *Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.*
5. *Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.*
6. *Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.*
7. *Atraer una demanda turística internacional selectiva, consiente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.*
8. *Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.”*

El recurso turismo y el sector como tal, requieren además de la participación de los actores privados, de la gestión de ejecución y acciones concretas institucionales del ramo, a fin de que el Plan genere resultados en función de los objetivos planeados; en ese sentido el PLANDETUR establece las *Políticas de Estado*, a cargo del Ministerio de Turismo del Ecuador y que son las siguientes:⁷²

1. *“El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).*
2. *La gestión del turismo en Ecuador busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.*
3. *Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.*
4. *Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.*

⁷² PLANDETUR 2020, p. 23.

5. *Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos, mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas.*
6. *Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.*
7. *Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.”*

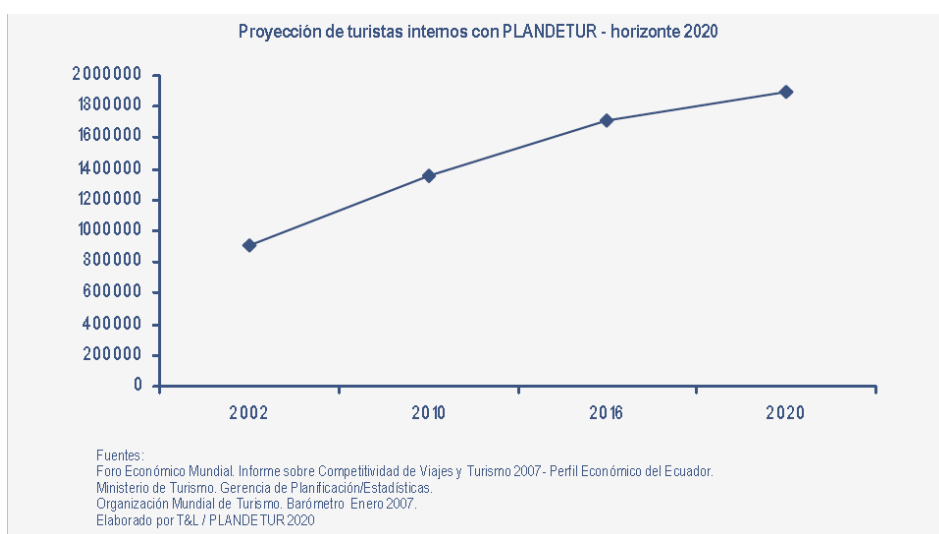
Tanto los *Objetivos Estratégicos*, como las *Políticas de Estado* establecidas en el PLANDETUR 2020, para su consecución, se deben aplicar con mediante las siguientes *Estrategias*, que servirán para fomentar tanto el recurso como la actividad turística nacional:⁷³

1. *“Fortalecimiento de la actividad turística sostenible de Ecuador en los ámbitos económicos, sociales, institucionales y políticos del país.*
2. *Establecimiento de un sistema adecuado de gobernanza turística mediante el fortalecimiento institucional, la coordinación interinstitucional pública, privada y comunitaria, el adecuado manejo territorial, la gestión descentralizada, la mejora de procesos y la generación y aplicación de normas claras para todos los actores.*
3. *Transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera a través de un proceso gradual de inclusión de criterios de sostenibilidad en sus actividades y a todo nivel, que fortalezcan el patrimonio social y natural.*
4. *Instrumentalización de la actividad turística para contribuir en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que permita extender los beneficios de la actividad a las empresas, comunidades e instituciones turísticas y relacionadas, y a la sociedad ecuatoriana para el disfrute de la recreación y el turismo social; con la integración de productos y servicios locales en la cadena de valor del turismo, fomento de la equidad de género, la reducción de la pobreza, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la generación de sinergias para la sostenibilidad.*
5. *Desarrollo, equipamiento y dotación de elementos necesarios para la creación, mejora y consolidación de los destinos turísticos de Ecuador, como componentes de productos turísticos competitivos.*

⁷³ PLANDETUR 2020, P. 24.

6. *Innovación de productos turísticos, planificación de mercadeo estratégico y operativo y gestión integrada de la comercialización para la mejora continua de la competitividad.*
7. *Fortalecimiento de la microempresa, pequeñas empresas, de redes de MyPE's y comunidades turísticas y proveedoras de suministros y servicios complementarios para la industria turística.*
8. *Desarrollo de inteligencia e información estratégica y operativa permanente, tanto del mercado como de la gestión del turismo, para el desarrollo eficiente del turismo sostenible en Ecuador.*
9. *Fortalecimiento y sistematización de la gestión de promoción y mercadeo turístico de Ecuador, que facilite el acceso eficaz a los mercados principales nacionales e internacionales; que incluya la colaboración de los actores del sector, y realice seguimiento y evaluación de los resultados de la gestión.*
10. *Capacitación y formación integral en turismo sostenible, tanto a nivel de sensibilización de la sociedad civil en general como en la adquisición de conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo.*
11. *Establecimiento de mecanismos de consecución de fondos, incentivos económicos y mecanismos financieros y no financieros, sistemas de micro-crédito y de dinamización empresarial adecuados que permitan viabilizar la ejecución de los programas para el turismo sostenible definidos en el PLANDETUR 2020."*

Gráfico C1



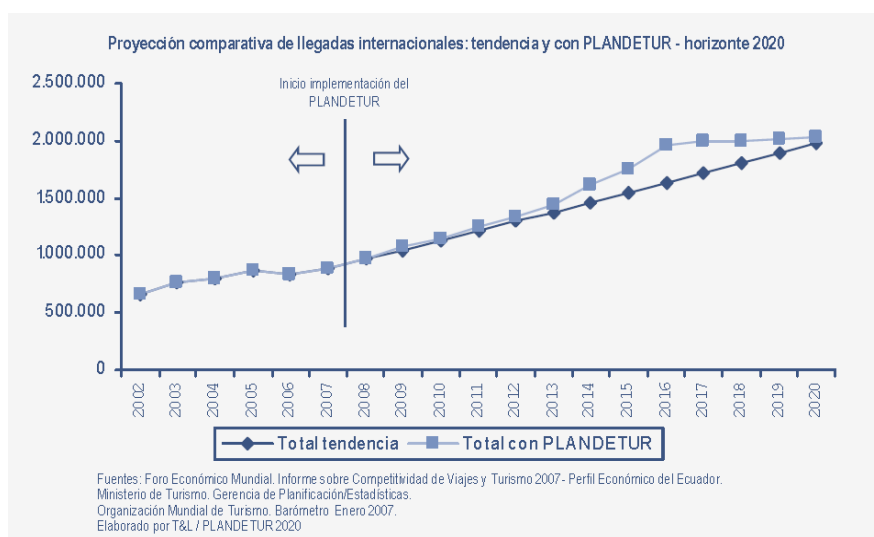
Fuente: PLANDETUR 2020.

Elaboración: Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación y Estadísticas.

Las proyecciones y perspectivas planteadas en el PLANDETUR 2020,

presentadas en el gráfico C1, tienen que ver con el hecho de generar un crecimiento sostenido, también del turismo interno, con lo cual se espera para el año 2020 llegar a 2 millones de turistas, toda vez que en lo que va del año 2013, el turismo interno ha generado una producción cercana a 1,4 millones de turistas; lo cual a más de generar una dinámica económica para el sector, generará un importante aporte para la economía interna del país; pues un crecimiento sostenido permite a los actores tanto públicos como privados, definir acciones y mejoras tanto en la inversión en productos, como en la generación de servicios acordes a las necesidades y exigencias de ese crecimiento.

Gráfico C2



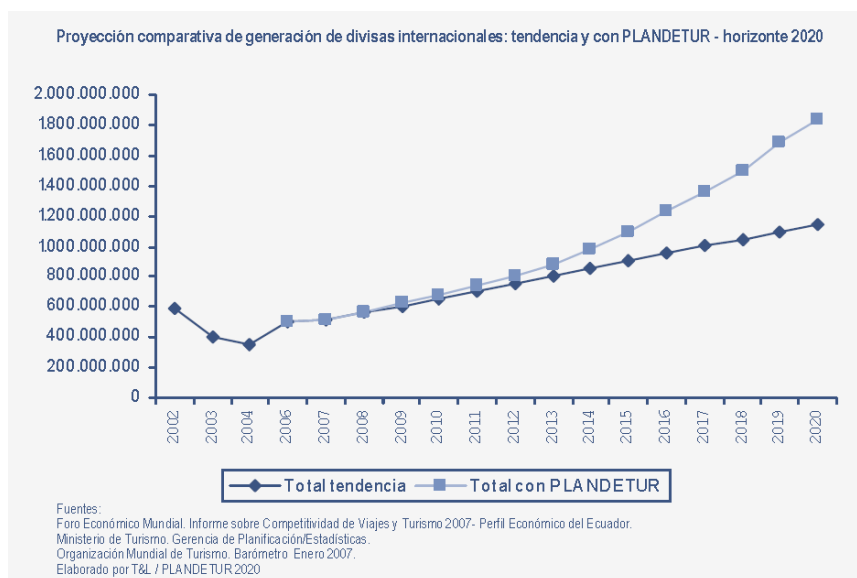
Fuente: PLANDETUR 2020.

Elaboración: Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación y Estadísticas.

Las llegadas de turistas, tanto por las proyecciones de la tendencia del sector, como con la programación con el PLANDETUR, en el año 2020 será casi idénticas, en referencia al número de turistas que arribarán al país, pero en el período comprendido entre el año 2012 al 2014, el crecimiento será sostenido, llegando a un volumen de visitas cercanas a 1,3 millones; los picos más altos en el incremento esperado está en el período 2016 al 2020, con cifras muy cercanas a los 2 millones de visitantes cada año. Lo que de

cierta manera permitirá generar una adecuada planificación tanto del sector público como privado, involucrado en el sector turístico, para generar provisión de servicios y productos adecuados, así como programar de manera oportuna las inversiones para generar mejoras.

Gráfico C3



Fuente: PLANDETUR 2020.

Elaboración: Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación y Estadísticas.

La rentabilización o generación de mayores divisas internacionales, es uno de los principales objetivo de la puesta en marcha del PLANDETUR, pues como demuestra el cuadro C3, el crecimiento de los ingresos desde el 2009 hasta el 2013 es sostenido, pero es a partir del año 2014 en que el incremento del ingreso de divisas tiene picos bastante altos, llegando a 2 mil millones de dólares de ingresos proyectados para el 2020.

El PIMTE (Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador) cuyo documento final elaborado por la firma Tourism & Leisure Advisory Services y el MTE, fue publicado en el mes de agosto del 2009; con la finalidad de establecer las bases y las estrategias, que tanto el ministerio como los demás actores involucrados en el sector,

emplearán para impulsar al turismo bajo la formulación del Plan, este documento y su ejecución finalmente, son parte de las acciones que buscan como resultado el incremento del número de turistas que visitan el país y como consecuencia la generación de empleos directos e indirectos en torno al sector turístico.

Parte de esa planificación fue diseñada con la intención de generar en el recurso turístico ecuatoriano, un “Producto” que además de generar interés en el turista extranjero, genere flujos positivos de turistas y de esta manera generar *consumo turístico*, es decir que el producto turístico genere visitas, paseos, consumos de alimentos, consumo de productos como artesanías, práctica de actividades recreativas, etc.⁷⁴

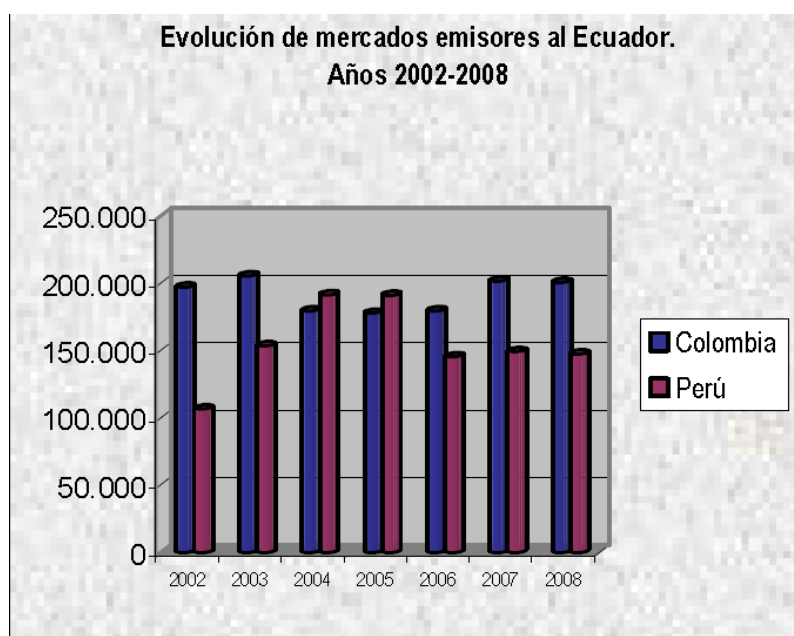
Por tal motivo la puesta en marcha del Plan, apunta a que los principales mercados emisores para el país, generen incrementos en sus flujos turísticos y que además como consecuencia de la promoción, se genere un posicionamiento del Producto Ecuador en los mercados internacionales; en ese sentido, *“los mercados emisores principales para Ecuador están estructurados por cuatro regiones emisoras importantes: Norteamérica: EEUU y Canadá; Europa: España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos; MERCOSUR: Argentina, Chile y Brasil; Países Vecinos: Colombia y Perú”*⁷⁵

Como se puede apreciar en el Cuadro C4, el flujo de visitas de los turistas de países vecinos, generó un importante aporte de al sector, pero es Colombia quién se ha constituido en el mejor socio comercial del Ecuador para el sector, toda vez que en el período analizado (2002 – 2008) Colombia aportó con una cifra cercana a 1,4 millones de visitantes, mientras que el aporte peruano fue de alrededor de 1 millón de turistas.

⁷⁴ Fuente: Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador, *Fases I, II y III, Informe Final*.

⁷⁵ Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador, p. 10.

Gráfico C4



Fuente: PIMTE.

Elaboración: Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación y Estadísticas.

Al ser Colombia el país que por propias coyunturas sociales, culturales y comerciales con el Ecuador ha generado flujos turísticos más importantes, en comparación con los flujos generados por el Perú, se constituyó en una de las principales apuestas en lo que a promoción turística tiene que ver y tanto el Plan como los actores del sector, han mirado en el país del norte, como uno de sus principales socios comerciales.

El cuadro C5 presenta en detalle los Productos que el país promociona y los cuales están constituidos en once grande grupos, los cuales contiene subproductos, que siendo materia de promoción, tanto del Plan, como de las acciones del MTE, se han definido en el documento final y son continuamente promocionados por los organismos gubernamentales del ramo, con la principal intensión de que una vez concebida la información adecuada, se generen expectativas en el consumidor y como consecuencia esto aporte con la llegada de turistas.

Cuadro C5

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

Fuente: PIMTE.

Elaboración: Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación y Estadísticas.

3.1.3 Los cambios en la legislación.

Los cambios más relevantes que en la legislación relacionada con el turismo, se han dado en los últimos años, tiene que ver tanto con los avances, así como con las redefiniciones del PNBV, del PLANDETUR y del PIMTE, pues una vez definido el PNBV 2007 – 2010, en plena vigencia del mismo, se presentó el nuevo esquema de planificación con el PNBV 2009 – 2013, para finalmente y una vez terminado el año 2012, se puso en marcha el PNBV 2013 – 2017.

Los cambios han sido programáticos y han involucrado una redefinición de la planificación, en sentido conceptual, pero en sentido práctico, se sigue manteniendo la estructura de generación de cambio de Matriz Productiva (en la cual el Turismo es uno de los ejes fundamentales del cambio) y de la Matriz Energética, impulso y apoyo a los sectores más vulnerables de la economía y la sociedad, mejora de la calidad de los servicios públicos y el fortalecimiento de la sociedad ecuatoriana en su conjunto; pero

además los cambios buscan poder concretar todos los objetivos y metas definidos en el Plan, además de dar continuidad a las acciones que los planes anteriores ya ha desarrollado con éxito.; como ejemplo se detallan los objetivos del PNBV 2013- 2017:⁷⁶

Se puede definir que los cambios han operado en una suerte de cambio de definición, que en lo substancial y específico, tanto los objetivos, políticas y estrategias, siguen ajustadas a su preliminar y están encaminadas a generar un cambio en la matriz productiva, en donde el turismo, en especial el comunitario, es uno de los recursos importantes.

3.2 Las políticas gubernamentales de Colombia con respecto al turismo.

El turismo como actividad genera mucha expectativa e interés en la actualidad, ya que tanto empresarios como políticos miran en este recurso un instrumento de desarrollo económico y captación de divisas; en ese sentido el turismo necesita que el Estado ejerza su función reguladora, ya que un entorno político adecuado y el establecimiento de políticas claras y de calidad generarán un ambiente ideal, en el cual la dinámica turística sea un motor de desarrollo nacional y la promoción y difusión sean una consecuencia positiva para la imagen de una nación.

Por lo tanto el establecimiento de políticas turísticas, propuestas por el Estado y socializadas desde los actores privados del sector, son una herramienta al momento de establecer en el turismo un parangón con el desarrollo, pues *“una política turística debe tener el poder de ser reconocida como un conjunto de acciones coherentes entre sí, de lo contrario, se quedará en la mera intención política. El objetivo de esta debe concretarse en un programa de acciones reales que conlleven la utilización de recursos públicos, debe ser liderada por actores legítimos dentro del ámbito de sus competencias, no*

⁷⁶ Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, en <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>

necesariamente de naturaleza pública, y vincular todos los actores del proceso y extenderlo hacia la mejora de la competitividad describiendo acciones a seguir que encausen una intervención concreta de los involucrados.”⁷⁷

3.2.1 El Plan Nacional de Desarrollo de Colombia.

El sector político de Colombia ha definido en sentido estructural, el mecanismo de planeación de sus acciones gubernamentales, ya que como lo explica la página de Proexport Colombia, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) es la base de las políticas gubernamentales, pues este se define desde el momento en que los candidatos presidenciales, presentan su *programa de gobierno*, para los cuatro años de su gestión y una vez elegido el presidente de la nación, su plan de gobierno conocido como *programa de gobierno*, una vez presentado ante la Registraduría Nacional del Estado Civil, es la base del PND y es el Departamento Nacional de Planeación (DPN), el que elabora el documento final y que será el instrumento legal en que se presentan tanto los objetivos iniciales, como la evaluación posterior de la gestión de gobierno.

*“El Plan Nacional de Desarrollo (PND) tiene como objetivo marcar los lineamientos para el crecimiento y mejoramiento del país y determina los procesos que se deben llevar a cabo para cumplir con estas metas. El PND es ejecutado por el Gobierno Nacional y el Departamento Nacional de Planeación en los sectores de seguridad y defensa, economía, gestión ambiental y participación ciudadana.”*⁷⁸

El PND es fundamental en la definición de las política gubernamentales, referentes a planificación en Colombia, y en sentido constitucional la planeación estatal fue establecida en la Constitución Política de Colombia del año 1991, la que en su artículo

⁷⁷ Portafolio.co, Diario de noticias de economía y negocios, en <http://www.portafolio.co/opinion/politica-turistica-colombia>

⁷⁸ PROEXPORT COLOMBIA, *Promoción de turismo, inversión y exportaciones*, página oficial, en <http://www.proexport.com.co/proexport/transparencia/plan-nacional-de-desarrollo>

339 se señala: “Habrá un Plan Nacional de Desarrollo conformado por una parte general y un plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional. En la parte general se señalarán los propósitos y objetivos nacionales de largo plazo, las metas y prioridades de la acción estatal a mediano plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental que serán adoptadas por el gobierno. El plan de inversiones públicas contendrá los presupuestos plurianuales de los principales programas y proyectos de inversión pública nacional y la especificación de los recursos financieros requeridos para su ejecución. Las entidades territoriales elaborarán y adoptarán de manera concertada entre ellas y el gobierno nacional, planes de desarrollo, con el objeto de asegurar el uso eficiente de sus recursos y el desempeño adecuado de las funciones que les hayan sido asignadas por la Constitución y la ley. Los planes de las entidades territoriales estarán conformados por una parte estratégica y un plan de inversiones de mediano y corto plazo.”

Gráfico C6

Ejes del Plan Nacional de Desarrollo 2010- 2014



Fuente: Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014.

Elaboración: Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación y Estadísticas.

El cuadro C6 presenta de forma gráfica la concordancia del PND hacia la

Prosperidad Democrática, con la Convergencia Regional, mediante una reducción de las desigualdades y las brechas de oportunidades regionales del país cafetero; a fin de que la prosperidad sea un camino en el que converjan todos los colombianos.

3.2.2 Los planes de desarrollo turístico.

Según el informe de la Organización Mundial de Comercio (OMC) de octubre del 2011, en Colombia el sector turístico es el de mayor dinamismo y crecimiento del país, en lo que va del siglo XXI, los ingresos por la explotación de este recurso, para el año 2010, para los *“servicios de hotelería y restaurante representaron el 2,7 por ciento del PIB, y en diciembre de 2011 el número de ocupados del sector comercio, hoteles y restaurantes (promedio 12 meses) fue de 5,5 millones de personas. En 2010 visitaron Colombia casi 2,5 millones de viajeros (2 millones en 2006), que generaron 2,7 mil millones de dólares EE.UU. de ingresos (2 millones de dólares EE.UU. en 2006).”*⁷⁹ En dicho sentido este sector de la economía colombiana, que tanto por su dinamismo, como por su aporte a la economía nacional, requiere la definición de políticas, que además de regular la actividad de manera sostenible impulsen y fomenten su crecimiento.

Según un estudio de la Organización Mundial de Turismo (OMT): Panorama 2020 *“prevé para ese año una cifra anual de 1.600 millones de visitantes internacionales, con unos gastos superiores a 2 billones de dólares, es decir, unos 5.000 millones de dólares por día. Estas previsiones casi triplican la cifra de 612 millones de turistas internacionales registrada en 1997, y casi quintuplican el gasto por turismo, cifrado dicho año en 443.000 millones de dólares.”*⁸⁰

⁷⁹ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, *Órgano de las políticas comerciales*, Informe de Colombia, 10 de octubre del 2011, p. 189.

⁸⁰ Artículo “Mirando la Bola de Cristal” - Turismo: Panorama 2020 de la Organización Mundial del Turismo – Francesco Frangiali – Revista Valenciana d’Estudis Autonomics No.25 /98.

Gráfico C7

Proyección del crecimiento del turismo por regiones continentales



Fuente: Plan Sectorial de Turismo.

Elaboración: Ministerio de Turismo, Gerencia de Planificación y Estadísticas.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT) es el organismo encargado de la regulación del sector turístico colombiano, su gestión va encaminada a desarrollar, controlar y evaluar los resultados de las políticas para este sector; además: *“Formula las políticas en materia de turismo asesorado, desde 2011, por el Comité Nacional de Turismo. Asimismo, el MCIT coordina con el Departamento Nacional de Planeación y las entidades territoriales, la preparación del Plan Sectorial de Turismo (PST). Previa aceptación del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), el PST se incorpora al Plan Nacional de Desarrollo, que recoge los lineamientos de política del Gobierno. Desde 2006 el MCIT ha presentado un PST para el período 2008-2010 y ha propuesto otro que abarca el período 2011-2014 denominado "Turismo: factor de prosperidad para Colombia". El PST 2008-2010 propone estrategias para mejorar la competitividad de los productos turísticos colombianos, por lo que se centra, entre otras cosas, en mejorar la calidad de los servicios turísticos y de las infraestructuras, desarrollar una oferta de productos especializados, impulsar la inversión y favorecer la formación laboral. El Plan 2011-2014 continúa profundizando en la estrategia de mejorar competitividad en temas como el fortalecimiento de la institucionalidad nacional y regional, la mejora de la calidad de los servicios y destinos turísticos, el desarrollo del talento humano en función de la demanda turística y la generación de empleo, la mejora de la infraestructura y la conectividad, la atracción de inversión, y el desarrollo y promoción de productos especializados, todo ello dentro del marco de un desarrollo sostenible del turismo. Asimismo, el MCIT ha implementado un programa de calidad turística a través del cual, en 2010,*

había certificado a 423 prestadores de servicios turísticos.”⁸¹

De manera concluyente, el PST es el resultado de la socialización tanto de las inquietudes, como de las líneas estratégicas de planeación, entre el ministerio del ramo y los actores del sector turismo, a fin de estructurar el Plan e incorporarlo al PND, con lo cual la política sectorial está en clara concordancia y coordinación con la política nacional.

La planeación en el caso colombiano es el resultado de esa coordinación de sus políticas, en cuyo sentido el PST para el período 2008 – 2010, *“Colombia, Destino Turístico De Clase Mundial, reconociendo los avances obtenidos en materia de gestión de turismo y la necesidad de profundizar el desarrollo del sector en el país”*, que está dentro del rango temporario de esta investigación, en clara coordinación con los objetivos del PND 2006 – 2010, el cual estaba centrado en la creación de un Estado Comunitario, que propenda el desarrollo para todos generando un – *“mayor énfasis al mejoramiento del producto y a la promoción nacional e internacional, en este último caso para la captación de más turistas con mayor capacidad de gasto.”* – y en cuyo contenido propuso: *“consolidar los procesos regionales de turismo para disponer de una oferta de productos altamente competitivos para los mercados nacionales e internacionales. Lo anterior permitirá afianzar la industria turística como motor de desarrollo de las regiones, y fuente generadora de empleo y de divisas.”* – De tal manera que como parte y materia de esa coordinación entre lo sectorial con lo nacional, el PST 2008 – 2010 propuso como objetivo principal de trabajo para el período, *“mejorar la competitividad de los destinos y de los productos turísticos de tal manera que las diferentes regiones y el país en general perciban un aumento sustancial de sus ingresos, se incremente la participación de las comunidades en la prestación de los servicios turísticos, se*

⁸¹ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, Informe de Colombia, 10 de octubre del 2011, p. 190.

contribuya a la generación de riqueza cuya distribución equitativa se haga palpable en la mejora de la calidad de vida de los residentes. Para poder desarrollar este proceso de mejora de la competitividad, los destinos turísticos de Colombia deben trabajar en crear las verdaderas ventajas en el esquema de lo que se conoce como la tríada regional: conectividad, compromiso cívico y calidad de vida.”⁸² Este es el objetivo principal del PST 2008 – 2010 y para la consecución del mismo se plantearon las siete estrategias siguientes:

- a) *“Mejoramiento y consolidación de la competitividad, incluyendo la calidad de los prestadores, de los destinos y de los productos turísticos.*
- b) *Mejoramiento de la infraestructura turística, incluyendo una mejor conexión de los destinos turísticos por vía aérea.*
- c) *Fortalecimiento del mercadeo, la promoción y la comercialización de destinos y productos turísticos.*
- d) *Creación de un sistema de información turística.*
- e) *Implementación de estímulos a la demanda y a la oferta turística.*
- f) *Apropiación de recursos para apoyar iniciativas productivas.*
- g) *Educación para cimentar una cultura turística.*”⁸³

3.2.3 Los cambios en la legislación.

Los cambios más relevantes en la legislación tanto nacional como turística colombiana, y después de analizar las políticas para el sector turístico de Colombia, apuntaladas en sus planes de desarrollo nacional y los de desarrollo turístico, tienen que ver con el hecho de que si bien es la Constitución Política del año 1991, la que trazó de manera definitiva la estructura de la planeación política colombiana, pero son los cambios

⁸² Fuente: Plan Sectorial de Turismo 2008 – 2010.

⁸³ Plan Sectorial de Turismo 2008 – 2010.

de gobierno los cuales en cada período de labor, es decir cada 4 años, con la presentación de *programa de gobierno*, definen para un nuevo período las políticas y acciones de planeación nacional; y, de manera particular para el sector turístico, se pudo apreciar que es el mediano plazo, es decir 3 años, el que de cierta manera limita la programación y evaluación sostenida de las políticas y su efecto en el sector.

En el período 2008 – 2014, han entrado en vigencia dos PST, que han definido estrategias diferentes a fin de dar consecución y seguimiento a los objetivos generales, en búsqueda del desarrollo del sector turístico y del mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos que los actores relacionados prestan a los turistas, con lo cual ha existido no solo un cambio de estrategias, sino también de objetivos, lo que imposibilita hacer una evaluación que proporcione mejores valores de juicio, así como de datos para generar propuestas que mejoren las acciones positivas de los Planes anteriores y que corrijan las acciones cuyo resultado no es el esperado según los objetivos planteados.

El PND 2010 – 2014 definido como *Prosperidad para todos*, es más específico en lo referente a la programación para el sector turístico, al que dedica un capítulo titulado “*Turismo como motor del desarrollo regional*” el cual definió las estrategias para el sector, después de analizarlo y diagnosticar la situación del mismo.⁸⁴

1. ***“Fortalecer la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional: Para fortalecer la institucionalidad y la gestión del turismo a nivel regional el Gobierno nacional asesorará a las regiones en la creación de organizaciones públicas o público- privadas que formulen y ejecuten planes de desarrollo turístico y puedan realizar una adecuada interlocución con entidades del orden nacional. Para mejorar la coordinación en el nivel nacional se creará una comisión intersectorial que articule las iniciativas de diferentes ministerios y entidades coordinada y liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como rector de la política turística a escala regional, y en el marco de las Comisiones Regionales de Competitividad, se promoverá la creación de comités de coordinación de turismo que tendrán la***

⁸⁴ Plan Sectorial de Turismo, 2011 – 2014, p. 13

responsabilidad de asegurar la articulación entre actores regionales y entre éstos y organismos del orden nacional.

2. Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización:

Con respecto a la calidad de la prestación de servicios turísticos, es necesario dar respuesta a los requerimientos de los consumidores y a las demandas del mercado mundial, cumpliendo con estándares mínimos en la prestación de los servicios, a través de procesos de normalización y certificación. Para ello el Gobierno nacional trabajará en la elaboración de reglamentos técnicos para actividades de turismo de aventura donde la existencia de riesgo para la salud, la integridad y el bienestar de los usuarios justifique este tipo de medidas. Adicionalmente, se revisará y modificará el sistema de evaluación y certificación de hoteles para proveer mejor información y transparencia a los consumidores acerca de la calidad de los servicios hoteleros. Igualmente, es necesario que se fomente la sensibilización frente a la actividad turística, tanto para prestadores de servicios como por parte de los consumidores y la comunidad en general. Como complemento a este tipo de iniciativas, se iniciarán acciones para la formalización de las empresas prestadoras de servicios turísticos y de su empleo ofreciendo oportunidades legales para el tránsito desde la informalidad. Se promoverán altos niveles de calidad a las empresas mediante la certificación en las normas técnicas sectoriales.

3. Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo:

Para lograr que el país se convierta en un destino reconocido internacionalmente se fortalecerán las habilidades y competencias del talento humano vinculado al sector, principalmente en dos frentes.

En primer lugar, los programas de formación para la prestación de servicios, estarán en línea con las necesidades del mercado nacional e internacional y se promoverá que el personal vinculado domine al menos dos idiomas. El Gobierno nacional fomentará la certificación en competencias laborales, en dominio de idiomas, en capacitación en servicio, operación y diseño de producto.

En segundo lugar, se promoverá la investigación en materia de turismo, impulsada por de educación y por el organismo rector del turismo en el país, teniendo como referente las tendencias actuales del turismo mundial.

4. Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo:

Con respecto a la infraestructura turística, es necesario adelantar mejoras, dado que lograr el objetivo de tener un país turísticamente competitivo, ubicado entre los 50 mejores en la clasificación del Foro Económico Mundial, dependerá de la capacidad del país para crear y mejorar productos de calidad de talla mundial. Por esta razón, es necesario

continuar con los esfuerzos realizados por el Gobierno Nacional en lo referente a incentivos para la construcción, remodelación y ampliación de la planta hotelera, generando las condiciones para que los incentivos actuales sean utilizados de manera amplia por los empresarios del sector.

- 5. Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado Nacional:** *La inversión en el sector turístico ha mostrado incrementos importantes durante los últimos años. Tanto el sector público como el sector privado, han realizado esfuerzos para generar mayor desarrollo. Es necesario continuar con estos esfuerzos, generando las condiciones que mantengan los incentivos para los inversionistas nacionales, así como el diseño de programas que hagan atractivo al sector para la inversión extranjera directa. En particular, se trabajará en el ajuste normativo necesario para que el incentivo tributario al ecoturismo tenga una dinámica tan importante como el incentivo a la inversión hotelera.*
- 6. Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializados:** *Los productos turísticos hacia los cuales Colombia dirigirá sus esfuerzos de oferta son turismo de naturaleza, cultural, de aventura, de sol y playa, náuticos, de congresos, eventos e incentivos, y de salud y bienestar. Para explotar adecuadamente el potencial del turismo de sol y playa, se trabajará en el control de la erosión de playas con recursos de regalías –prevención de desastres– y el ordenamiento de las mismas mediante una reglamentación que dictará el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con la participación de la autoridad local, el Ministerio del Medio Ambiente y la Dirección Marítima. Con el fin de coordinar acciones de las entidades relacionadas con la conservación, gestión y control de playas, el Gobierno nacional expedirá una política de ordenamiento que aborde de manera integral la problemática existente.*
- 7. Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo:** *La consolidación de los segmentos especializados de turismo se realizará mediante el incremento de la investigación de mercados, que permitan definir aquellos con mayor potencial para posicionar al país internacionalmente. Adicionalmente, se fortalecerá el sistema de información turística para la toma de decisiones, de tal forma que disminuya la dispersión actual de las estadísticas y centralice la información regional. En este sentido, se resaltarán la importancia del Registro Nacional de Turismo como instrumento de medición y control. Esta información permitirá diseñar campañas de mercadeo y promoción segmentadas y orientadas a nichos específicos de mercado. Estas campañas tendrán amplia difusión con el fin de generar resultados, a nivel nacional e internacional, en el corto y mediano plazo.”*

3.3 Similitudes y diferencias.

Ecuador y Colombia han estructurado una política de planificación encaminada a desarrollar propuestas, planes y políticas que impulsen sus economías, que mejoren la captación de recursos y divisas del exterior, que provean al Estado de incrementos en los flujos turísticos y que sobre todo le proporcionen a sus habitantes mejoras en sus ingresos y calidad de vida, entre otros y de manera general, esos son los objetivos de las dos naciones en los últimos años y si se compara dichas políticas desde el año 2008 hasta la presente fecha, se puede sintetizar lo siguiente:

3.3.1 Similitudes.

- Tanto el PST de Colombia, como el PLANDETUR de Ecuador, son documentos de planificación para un sector en específico, es decir para el sector y el recurso turístico.
- El PLANDETUR y el PST siguen los lineamientos que en sentido programático ha estructurado el Plan Nacional del Buen Vivir, en el caso ecuatoriano y el Plan Nacional de Desarrollo en el caso colombiano, ya que los dos son parte sectorial de esa planeación nacional.
- En el sentido de planeación, Colombia ha estructurado el PST con la finalidad generar una política para que el sector sea un puntal que soporte a la economía de Colombia, su ejecución y evaluación sean la herramienta que ayude a definir las tendencias y el comportamiento del sector; el PLANDETUR de igual manera se definió con metas similares, a fin de proporcionar al ministerio del ramo y organismos y actores relacionados, de datos cuantitativos y cualitativos de dichas tendencias sectoriales.
- Tanto PLANDETUR, como PST son instrumentos de la planeación nacional , que mantienen objetivos definidos tendientes a desarrollar ventajas competitivas para

el recurso del sector, generando una adecuación de la oferta de productos y servicios, para mejorar el mercado turístico y la promoción a fin de dotarle de competitividad turística al medio.

- Siendo tanto PLANDETUR como PST instrumentos de planeación sectorial, mantienen una clara intensión tanto de sus objetivos, como de las estrategias de los mismos; de generar una verdadera potencialidad en el sector, a fin de mejorar las condiciones de vida de las comunidades y colectivos sociales relacionados directa o indirectamente con el éste, puesto que dichos objetivos persiguen mejoras económicas y mayores captaciones de divisas del país, para ser distribuidas directa y equitativamente a los actores involucrados en la dinámica turística.
- El objetivo final de la planeación de los dos países, es impulsar y fomentar el turismo comunitario y la generación de mejoras sectoriales, que beneficien a los más vulnerables y desprotegidos.

3.3.2 Diferencias.

- Colombia maneja su política de planificación en un sentido más global, más abierto o de cierta forma con tintes Neoliberales, pues una vez analizadas sus políticas de planificación, se puede notar que ésta se encamina a generar una economía de puertas abiertas y apertura de fronteras, que busca con la firma de dos Tratados de Libre Comercio (TLC), uno con Estados Unidos (EE.UU.) y otro Europa, la generación de competitividad territorial con esas Regiones, convirtiéndole al país en un destino atractivo, siendo uno de los sectores más favorecidos el sector turístico, pues le ha creado amplios flujos turísticos extranjeros, con importante ocupación de su capacidad hotelera y el consecuente

crecimiento de su PIB.⁸⁵

- Ecuador maneja un ejercicio a la inversa, con una planificación más cerrada, con una lógica de inversión de los capitales internos y de los recursos del Estado; en la que las políticas propenden a la generación de inversiones locales, de igual forma Ecuador se encuentra aún en las negociaciones de un TLC con Europa, pero ese tipo de acuerdos aún no existen y la prioridad nacional es el incentivo de los 14 sectores productivos prioritarios, la generación de una dinámica Estado - Sector Privado, para incentivar la inversión productiva desde la micro, pequeña y mediana empresa, así como la generación e incentivo productivo en Zonas Especiales de Desarrollo (ZEDES⁸⁶); el sector turístico es uno de los sectores productivos prioritarios.⁸⁷

⁸⁵ En 2010, los servicios de hotelería y restaurante representaron el 2,7 por ciento del PIB, y en diciembre de 2011 el número de ocupados del sector comercio, hoteles y restaurantes (promedio 12 meses) fue de 5,5 millones de personas. En 2010 visitaron Colombia casi 2,5 millones de viajeros. Fuente: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, Informe de Colombia, 10 de octubre del 2011.

⁸⁶ Una zona especial de desarrollo económico es un espacio delimitado del territorio nacional, donde se pueden asentar nuevas inversiones nacionales o extranjeras, para lo cual se generan incentivos de tipo tributarios y arancelarios. Pueden ser de tres tipos: de promoción al emprendimiento y desarrollo tecnológico; de diversificación industrial y de servicios logísticos.

Fuente: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, Informe del Ecuador, 10 de octubre del 2011

⁸⁷ El 29 de diciembre de 2010 se publicó en el *Registro Oficial* del Ecuador el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el que junto con la Agenda de Transformación Productiva, desarrolla una nueva estrategia conceptual e institucional del país, fruto de una gran concertación interna con sectores productivos de distinta índole y tamaño, academia, gobiernos locales y agencias de desarrollo, entre otros. La Agenda de Transformación Productiva enfatiza en la importancia de 14 sectores productivos, como prioridades del Gobierno Nacional, puesto que son sectores con alta incidencia en los niveles de empleo, son agregadores de valor y desconcentran las actividades productivas de manera territorial. La construcción de la Agenda se realizó de manera participativa, en donde empresarios, microempresarios y pequeños productores plasmaron sus necesidades frente a las diferentes iniciativas de desarrollo que el Gobierno Nacional está implementando. Es así como los ecuatorianos y el Gobierno Nacional trabajan juntos para lograr la aplicación de esta Agenda, la cual se consolida a través de la creación del Código Orgánico de la Producción, el cual abarca temas relacionados al desarrollo productivo, desarrollo de la inversión productiva y sus instrumentos, comercio exterior, competitividad sistémica y sostenibilidad de la producción, todo esto bajo un marco de respeto al ambiente y fortalecimiento de la industria y MIPYME ecuatoriana. En el ámbito de inversiones, el Código estimula la inversión nacional y extranjera para la transformación productiva y la redistribución de réditos de manera equitativa hacia la comunidad. Se espera lograr que a través del trabajo conjunto entre Estado, sector privado y sector laboral, se estimule: la inversión productiva nacional y extranjera; la producción de micro, pequeñas y medianas empresas; la producción de los sectores que se han reconocido como prioritarios; la producción en las zonas especiales de desarrollo económico (Zedes); y la producción con respeto a la naturaleza.

Fuente: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, Informe del Ecuador, 10 de octubre del 2011.

- En el caso colombiano, la planeación tanto nacional como local, se estructura y define a partir de un plan de gobierno, ya que sea quien resulte favorecido con el voto popular y rija los destinos políticos del país, definirá mediante su *plan de gobierno*, los destinos de la nación en lo referente a la planeación nacional y sectorial, con lo cual esto se convierte en una acción política de un proyecto de gobierno.
- En el caso ecuatoriano, por el contrario, la planeación se definió de manera concreta desde el año 2006, con el advenimiento del gobierno del Presidente Rafael Correa y una de sus acciones principales ha sido que en sentido nacional y sectorial, la planificación aterrice en el ámbito estatal, es decir que sea un proyecto de Estado, y que definido en la constitución el mecanismo de ejercerla, sean los políticos de turno en el poder, los que tengan que acoplar sus planes de gobierno a lo que tanto el PNBV, como los demás instrumentos de planeación, le permitan ejercerla desde el alcance del Estado y lo que la Constitución establecen.
- El PST se estructura a mediano plazo, es decir dentro del período de gobierno de político de turno, que ostente el sillón presidencial de Colombia, en cambio el PLANDETUR se definió a largo plazo, es decir su programación es hasta el año 2020.

CAPÍTULO IV: Análisis del aporte de los impactos de los operadores turísticos privados.

4.1. Los modelos de gestión turística más habituales en Ecuador y Colombia.

Al ser Ecuador y Colombia países con realidades, tanto culturales como sociales muy similares, a más de que la relación comercial y diplomática que mantienen durante décadas, ha sido armoniosa y de continua cooperación mutua, se han originado fenómenos que amalgaman sus realidades, tanto en el escenario comercial como en el socio-cultural.

En el caso del turismo este contexto no podía apartarse de esa realidad compartida, de tal forma que tanto empresarios, como administradores del recurso turístico han desarrollado y ejecutado modelos de gestión turística muy similares, a fin de darle operatividad a los destinos que manejan, así como a la realidad económica y comercial que caracteriza al sector de las dos naciones.

De tal manera que, un modelo de *gestión turística* es entendido como “la forma generalizada de resolver tanto el comportamiento turístico como la oferta que lo acompaña en un destino o región determinada. La presencia repetitiva de ofertas similares, así como la evidencia de comportamientos similares de numerosos turistas, induce a plantear que se está en presencia de un patrón o modelo” (Hiernaux-Nicolas, 2002).

En Ecuador y Colombia las empresas que trabajan en el medio han desarrollado *modelos de gestión* aplicables tanto a su realidad comercial, como a la del medio en el cual desarrollan sus operaciones; esto ha dependido mucho del lugar geográfico en el que está ubicado un destino turístico, como de las bondades, características, entorno

económico e infraestructura que caracterizan al mismo.

En ese sentido un “**Modelo Segregado**, o más conocido como Turismo de “enclaves”, (...) encuentra su más clara expresión en el denominado “turismo de sol y playa”. En este modelo la población local se convierte en mano de obra poco calificada, con remuneraciones mínimas, ocupando los cargos de más baja jerarquía. La gran infraestructura hotelera predominantemente está en manos extranjeras y es la gran empresa transnacional o nacional la figura que sobresale. La experiencia turística no se vincula con el medio ni menos con la población local. (...) En el Modelo Segregado se aplican al pie de la letra los principios de Taylor y Ford, en cuanto a la división moderna del trabajo y la producción en serie (economías de escala) respectivamente, en donde a mayor producción menor costo, por lo que los destinos, gracias a sus bajos precios, se vuelven alcanzables para un amplio segmento de personas (turismo masivo).”⁸⁸

Este modelo (Segregado) es aplicado en gran medida en casi todos los destinos turísticos de sol y playa, como es el caso de Salinas, Manta, Atacames, Playas, entre otros en el Ecuador; así como San Andrés, Cartagena, Santa Marta, entre otros en Colombia; en cuyos destinos existe una amplia inversión tanto externa como local, en lo referente a hotelería y otros servicios; además de la gran infraestructura vial del lado ecuatoriano; pero existe además un incipiente inversión en capacitación y mejora del servicio tanto de comunidades del sector como de quienes viven y habían dichos destinos turísticos.

“Las grandes Operadoras han logrado diseñar, de este modo, paquetes de servicios comercializables a bajo costo, vendiendo en forma más o menos organizada y coherente, la transportación, el alojamiento, la alimentación y los diversos servicios recreativos. Hoy en día, resulta más barato adquirir un paquete todo incluido en un Resort de una playa del caribe que

⁸⁸ INOSTROZA V., Gabriel, *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina*, Gest. Tur. (Valdivia). [online]. dic. 2008, no.10, p.77-90, en: http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282008000200006&script=sci_arttext&tIng=es

*adquirir un paquete de ecoturismo enclavado en la región amazónica del Ecuador. Dicha industria es bastante competitiva, y de hecho, en la actualidad, los flujos turísticos e ingresos económicos que genera el turismo bajo este modelo son los más significativos a nivel mundial, quedándose, por cierto, la mayor parte de las ganancias en manos de las Operadoras y las grandes empresas”.*⁸⁹

No solo en la gestión frente al recurso, sino también en la forma operar de los empresarios y la comunidad en Colombia y Ecuador, destaca el “**Modelo Integrado**, que se asocia generalmente a las pequeñas y medianas empresas, la existencia de un fuerte capital social; entendido este como las relaciones sociales que se dan en un territorio determinado, en las cuales se combinan actitudes de confianza con conductas de reciprocidad y cooperación (Durston, J. 2001) sería un elemento coadyuvante que favorecería el surgimiento y desarrollo de esta forma empresarial. También, se da una vinculación de la experiencia turística con el medio ambiente y la población local, en donde la comunidad participa en la planificación y gestión de la oferta turística. Las poblaciones no sólo entran como asalariadas sino como portadoras de determinadas ideas turísticas expresadas en distintas iniciativas.” En el caso colombo-ecuatoriano uno de los más claros ejemplos de este tipo de modelo es el desarrollado por la Corporación CODESTAE, en la frontera común Carchi-Nariño, en la cual son las comunidades del sector las que aportando tanto con su trabajo, conocimiento del medio y aporte económico, se benefician de los recursos que esta emprendimiento y explotación del recurso turismo de su zona genera.

El **Modelo Relativamente Integrado**, que es una tercera forma de gestionar el recurso turismo en Ecuador y Colombia, (...) “recoge elementos de los dos anteriores.

⁸⁹ INOSTROZA V., Gabriel, *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina*, http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282008000200006&script=sci_arttext&tlng=es

Combina la gran empresa nacional y extranjera con las pequeñas empresas nacionales y extranjeras” (Hiernaux-Nicolas, 2002). En este ejemplo se encuentra la gestión que realizan tanto operadores turísticos, como agencias de viajes y mayoristas de turismo; en la promoción, venta y logística de los servicios que prestan las cadenas hoteleras, centros de diversión, parques acuáticos, cruceros, trenes y demás inversiones grandes de infraestructura frente al sector y sus destinos turísticos más relevantes; a fin de gestionar una explotación racionalizada y rentable, con lo cual se ha conseguido que en las últimas décadas el sector crezca, se tecnifique, mejore sus proyecciones y despierte gran interés tanto en el sector privado, como en el sector público, ya que es una fuente inagotable de generación de recursos y trabajo en las dos naciones.

4.2. Los aportes de los operadores turísticos del Ecuador en el mercado local.

Debido a un crecimiento sostenido del turismo y de los flujos turísticos en el país, en los últimos años y en especial a partir de iniciado el siglo XXI; este mercado se ha hecho muy atractivo para inversionistas nacionales y extranjeros, quienes han mirado en el recurso una fuente inagotable de ingresos así como de la generación de oportunidades; puesto que las inversiones y la gestión privada – apoyada por la gran inversión pública desde el año 2008 – ha sido variada; tanto el sector hotelero, los servicios turísticos, los servicios de asistencia y logística para el turista y un sin número de emprendimientos se han ido generando en torno al recurso y a los destinos turísticos más relevantes del Ecuador. (Diario El Telégrafo, Junio 2014, en: <https://www.turismo.gob.ec/2014/06/>)

Un importante canal de promoción tanto del entorno local como nacional, ha constituido el realizado por operadores turísticos privados nacionales, ya que agencias de viajes, mayoristas de turismo, operadores locales y gestores turísticos, han venido realizando importantes inversiones, tanto en tecnología como en difusión y especialmente

en promoción de la imagen y los destinos turísticos nacionales; con lo cual el mercado local se ha visto beneficiado y ha experimentado un importante crecimiento, en especial en el período 2008 – 2012.

El sector público por medio del MTE ha determinado sus objetivos y definido sus agendas en la importancia del incentivo del sector privado, en especial de los operadores turísticos e inversionistas nacionales y extranjeros, mediante la creación del programa INVESTOSTUR a fin de promocionar al Ecuador como un destino de inversión turística, con lo cual se espera a partir del año 2014 y 2015, atraer capitales nacionales y extranjeros que concreten importantes inversiones para el sector y general crecimiento del mismo. (Navia Manuel, Jun. 2014)⁹⁰

“¿De qué se trata el plan Investour?: Este programa tiene varias aristas. La primera, generar un portafolio que incluya a todos los inmuebles que tengan vocación turística. Desde el pequeño hasta el gran emprendedor pueden subir a la página de internet www.investour.ecuador.travel, su proyecto con vocación turística que será ofertado a nivel mundial. En segundo lugar, realizaremos 3 estudios para seleccionar las áreas estratégicas para atraer inversión. Tercero, se conformarán la Dirección de Atracción e Inversión y la Dirección de Fomento Local.

¿Cómo funciona la plataforma web?: Si alguien tiene una propiedad con potencial turístico, la puede cargar directamente a la página web. Nosotros revisaremos la información y en 72 horas se publicará en la página. El inmueble tiene que estar legalizado y a nombre del emprendedor. Si es posible, se debe adjuntar un par de fotografías. Además, se requiere la ubicación y el área. Los datos de contacto son muy importantes. En 3 meses, arrancaremos una campaña internacional para promocionar estas propiedades. Hemos sido los pioneros en identificar todas las edificaciones del Estado con vocación turística. Ahora ya están en la web los sitios en posesión de Inmobiliar (Servicio de Gestión Inmobiliar del Sector Público) que pueden ser vendidos.

¿Cómo apoya el Ministerio de Turismo el financiamiento de los proyectos?: Estamos trabajando con el Banco Nacional de Fomento y con la Corporación Financiera Nacional, entre otros. Los recursos

⁹⁰ Manuel Navia, Subsecretario de Inversión y Fomento Turístico del Ministerio de Turismo, según entrevista para Diario el Telégrafo, 30 de Junio del 2014.

para financiamiento existen, pero los emprendedores turísticos no están preparados para acceder a las líneas de crédito. Al ser fondos públicos, la normativa es muy exigente y hay que preparar a los emprendedores para que sean sujetos de crédito. Por eso, este año, daremos capacitaciones a quienes lo requieran.

¿Con esa iniciativa, cuántos recursos proyectan atraer?: El principal objetivo es atraer \$ 500 millones de inversión turística, una parte nacional y otra extranjera. Por otro lado, Investur cuenta con un fondo de \$ 20 millones para estudios, promoción y viajes para los siguientes 4 años.

Usted mencionó que se realizarán 3 estudios, ¿cuáles son?

El primero es en la Ruta del Spondylus. Tenemos más de 800 kilómetros con todas las posibilidades de invertir. Ahora solo tenemos un hotel de 4 estrellas, el Barceló Miramar en Salinas. El segundo estudio es en la Ruta del Tren que tiene 700 kilómetros de línea férrea y casi nada de inversión privada. El tercero es en la cuenca baja del río Napo. Una vez que tengamos los resultados de este macroportafolio, localizaremos a los inversionistas o fondos de capital que se interesen en el Ecuador.

¿Cómo se ha desarrollado la infraestructura turística del Ecuador en los últimos años?: No hubiéramos lanzado la proyección de la Subsecretaría de Inversión y Fomento Turístico, si no tuviésemos más de 8.700 kilómetros de nuevas carreteras, 11 aeropuertos modernizados y una institucionalidad estatal. Ecuador es un país con una economía que crece, con nivel inflacionario de menos del 4%. Es por eso que ahora podemos abrir las puertas de la inversión al mundo.

¿Por qué invertir en Ecuador?: No hay atractivo más interesante que el potencial turístico del Ecuador y el tener un socio local, pues muchas de estas cadenas internacionales siempre se anclan a una cadena nacional. A la larga, ni los incentivos económicos que se puedan otorgar son tan interesantes como el rendimiento financiero que podría tener una inversión turística en un país con altísimas oportunidades ya que estamos totalmente vírgenes, totalmente necesitados de poder desarrollar todo este mercado. Básicamente, su rentabilidad está asegurada al invertir en Ecuador.

“Estamos totalmente necesitados de desarrollar este mercado (el turístico)... su rentabilidad está asegurada al invertir en Ecuador”.

¿Qué proyectos de inversión turística ya se han concretado?: Por ejemplo, Grupo Pronobis (empresa ecuatoriana) tiene 2 proyectos interesantes: el Hotel Cóndor, que estará cerca del aeropuerto de Quito, y Karibao que es una ciudad totalmente turística que se construirá en Playas (ver mapa). El Swissotel de Guayaquil invertirá \$ 5 millones en 2014 y \$ 140 millones en total. El proyecto Las Olas,

financiado con capitales canadienses, estará en Bahía de Caráquez e invertirá más de \$ 1.500 millones en 15 años. La cadena (francesa) Accor invertirá \$ 100 millones en 10 hoteles. Este grupo construirá un hotel por año en las principales ciudades turísticas. Además no solo se puede emprender en hoteles, sino en otras áreas como canchas de golf o espacios recreativos.

Gráfico D1

Proyectos de inversión turística 2014



Fuente: MTE en <https://www.turismo.gob.ec/2014/06/>
 Elaboración: MTE Departamento de Promoción turística

¿Qué otros retos tiene el sector?: El país necesita macropolos de inversión turística; es decir, destinos de inversión totalmente nuevos. Por ejemplo, en la nueva ciudad Mitad del Mundo (Pichincha), queremos que se construya un hotel frente al edificio de Unasur (Unión de Naciones Suramericanas). Si no hay atractivos turísticos en la zona, el hotel no funcionaría. Seguiremos con la campaña All you need is Ecuador, pero ya no promocionaremos que somos potencia turística sino realidad turística en un país 100% atractivo a nivel mundial.”⁹¹

⁹¹ Diario El Telégrafo, Junio 30 del 2014, en: <https://www.turismo.gob.ec/2014/06/>

Es esa expectativa de cambio y de crecimiento del mercado local, apalancado en parte en la gestión de operadores privados, la cual ha gestionado aportes importantes, toda vez que el empresario del turismo y su operación tanto como su logística en el medio que se desarrolla es de alta tecnificación y complejidad. Su aporte no solo que racionaliza al sector, sino que también lo formaliza y enmarca en ámbitos de gestión empresarial de alto nivel.

El mercado turístico local, para su crecimiento se ha nutrido de ese importante aporte del operador privado, quién en el afán de gestionar sus emprendimientos, ha desarrollado y generado iniciativas propias tanto para la promoción, como para la explotación racionalizada tanto del recurso, como de los destinos turísticos que caracterizan al entorno local, eso se ha gestionado no solo con inversiones de infraestructura, sino también con la inversión en la capacitación de sus actores, desde la experiencia y capacitación en el campo laboral, como en la Academia; siendo en resumen, las universidades locales que son su amplia gama de oferta académica, con especialización en carreras turísticas, las que han aportado en esa tecnificación para una mejor gestión del recurso.

La evolución del mercado turístico local desde el año 2006 y su proyección hasta el año 2020, presentado en el Cuadro D2, muestra en un sentido exponencial, un crecimiento del mercado cuyos datos muestran en gran medida los resultados, así como las expectativas futuras de un crecimiento que presenta grandes perspectivas, como consecuencia de la gestión e inversión tanto privada como pública. El trabajo de difusión y promoción del sector operador de recurso y los resultados de ese crecimiento no presentarían datos actuales y esperados en el futuro, solamente con la gestión pública, la cual se nutre de las acciones e iniciativas privadas, como es la operación propiamente dicha, por parte del operador local, para que esa inversión se explote racionalmente y

genere los beneficios esperados; en ese sentido existe una dinámica de interrelación y dependencia entre estos actores.

Cuadro D2

Evolución del Mercado Local 2006 - 2020

DESCRIPCIÓN	2006	2010	2016	2020
Llegada visitantes internacionales	840.001	1.400.000	1.985.925	2.507.183
Generación de divisas (en miles)	499.4	1.740.000	2.625.392	3.444.869
Gasto por visitante internacional (por estancia)	594,52	1.243	1.322	1.374,61
Turismo Interno	903.695	1.355.543	1.717.021	1.897.760

Fuente: “PLANDETUR 2020”

Elaboración: Ministerio de Turismo del Ecuador, en:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1387/3/CAPITULO%202.pdf>

4.3. Los aportes de los operadores turísticos de Colombia en el mercado local.

Colombia es una *marca país* que se ha posicionado en la retina del consumidor con gran aceptación y mucha expectativa; por otro lado el crecimiento del sector turismo y de su mercado local ha ido de sostenido ha acelerado en el período 2008 – 2012; los amplios flujos turísticos en el país, han generado gran interés en el inversionista y operador turístico privado, toda vez que son sus productos, destinos o “clusters”, (Quintero Puentes, Paola, 2005) ampliamente promocionados a nivel mundial y local; su promoción se ha caracterizado en impulsar tanto las bondades de sus zonas turísticas,

como de la calidad del servicio que los actores del sector proveen al turista.

“La fuerte relación entre la competitividad del destino y la calidad del territorio también determina la multiplicidad de agentes relacionados con los factores de competitividad del turismo. El destino integra varios componentes controlados por diferentes organismos de la administración pública y por una variedad de operadores privados, ninguno de los cuales ejerce un control definitivo sobre el producto final. Esta es la razón por la cual las decisiones estratégicas superan el límite y la gobernabilidad de las empresas turísticas y, en algunos casos, se circunscriben a instancias institucionales del orden nacional o departamental” (Monfort Mir, 1999). Desde otro punto de vista, tanto tratadistas y estudiosos del sector turístico, han coincidido en la necesidad de generar una alta competitividad del sector, mediante un desarrollo e incentivo al sector privado e inversionista local, toda vez que es su accionar comercial e impulso en la iniciativa, es el que genera espacios de comercio caracterizados por la formalidad, la provisión de productos y servicios de calidad, así como de la mejora de las condiciones empresariales y comerciales; puesto que *“la competitividad puede entenderse como la capacidad de competir, en la escala sectorial o empresarial, y está definida por la capacidad de colocar exitosamente sus productos en el mercado internacional, en condiciones de libre competencia. Esto significa que así como las condiciones del territorio son fundamentales en la competitividad del turismo, también lo es la capacidad de gestión de los empresarios y agentes institucionales encargados de su planificación y desarrollo. En este contexto, los estudios sobre la competitividad del turismo se orientan hacia la diferenciación del producto y la reducción de costos, en donde la tecnología y la capacidad de innovación son factores clave. Bajo este enfoque, la medición de la competitividad se dirige a tomar variables relacionadas con el posicionamiento del producto, el número de visitantes, la ocupación hotelera y la satisfacción del turista.”*⁹³

⁹³ Quintero Puentes, Paola y ortos, *La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino posicionamiento en el mercado*, Proyecto para Feria de Turismo FITUR Madrid, España), financiados por Colciencias, Bogotá 2009.

El aporte de los operadores privados en el caso colombiano es ampliamente perceptible, toda vez que muchos, por no decir la mayoría de sus destinos turísticos, constituyen una marca que es de amplia aceptación en el turista a nivel mundial, lo que le ha otorgado reconocimiento no solo en la generación de flujos turísticos, sino que ha sido motivo de reconocimientos y premiaciones internacionales, la cuales bien promocionadas, han incrementado más esa imagen de reconocimiento y eso ha sido en gran medida, parte del aporte y gestión de los operadores privados colombianos.

La zona cafetalera colombiana no ha escapado de esa lógica comercial y promocional de los operadores turísticos colombianos, la cual considerada y declarada como Patrimonio Cultural por la UNESCO, es comercializada al turista local y extranjero en una amplia gama de oferta turística, uno de los ejemplos de esta racionalización en la explotación del recurso, se encuentra en el proyecto “*Rutas del Paisaje Cultural Cafetero*, impulsado por la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, que fue uno de los tres finalistas en la categoría Innovación en las empresas de los Premios Ulises a la Excelencia y la Innovación en el turismo, realizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT). La iniciativa hace uso de las nuevas tecnologías para ofrecer a los viajeros experiencias y rutas para todos los gustos, que van desde la visita a auténticas haciendas cafeteras colombianas, hasta la oportunidad de practicar deportes de aventura en el eje cafetero. (...) El reconocido periodista y fotógrafo Paco Nadal, a cargo de la sección de viajes y turismo del diario El País y colaborador de la Cadena Ser, compartió en su blog una serie de imágenes de su paso por el eje cafetero. El periodista destacó la cultura del café, la amabilidad de la gente y la arquitectura, tres razones por las que en 2011 la Unesco le otorgó al Paisaje Cultural Cafetero el reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad. (...) Paula García, del blog de viajes elpachinko.com, compartió con sus lectores algunos de los momentos más inolvidables de su recorrido por el Paisaje

Cafetero, especialmente el Valle de Cocora, ubicado entre el municipio de Salento y el Parque Nacional Natural Los Nevados, en el departamento de Quindío. La bloguera publicó una segunda parte de su viaje al eje cafetero, titulada “Ojalá que llueva café... pero de Colombia” en la que describe su visita a una auténtica hacienda cafetera colombiana.”⁹⁴



⁹⁴ *Cinco artículos para enamorarse de Colombia*, en: “Así es Colombia” sitio web oficial, <http://www.colombia.co/uncategorized/5-articulos-para-enamorarte-del-paisaje-cafetero.html>

CAPÍTULO V: Conclusiones y Propuestas

“La Patria es América”.

Simón Bolívar

Esta tesis se ha realizado partiendo de un método de investigación inductiva, para ubicarse propiamente en una investigación empírica, a fin de hacer planteamientos teóricos de la realidad del turismo entre Ecuador y Colombia en el período 2008 – 2012 e identificar y analizar las características principales de su turismo bi-nacional, además de indagar sobre los aportes de los operadores turísticos privados a la dinámica económica del sector turístico de los dos países materia de este estudio. La investigación ha tenido una lógica orientada desde la pregunta: ¿Cuáles son las características principales del turismo binacional entre Ecuador y Colombia y los aportes de las operadoras turísticas privadas a la dinámica económica de cada país?

El desarrollo de esta investigación presenta como conclusiones, los hallazgos de la situación – tanto en el período de la investigación como en el presente inmediato – del turismo y los hechos que caracterizan el escenario de intercambio en sentido bi-nacional y los aportes que en esa dinámica comercial existen; y, como recomendaciones las propuestas que, a criterio del investigador, podrían aportar con cambios positivos, tanto a la legislación actual, como a las agendas de los actores públicos y las acciones de los actores privados del sector.

5.1 Conclusiones.

- Una vez analizado el enfoque de las políticas públicas sobre turismo, en el período 2008-2012, y de considerar si las mismas están orientadas al fomento del turismo colombo – ecuatoriano, se puede determinar que Ecuador y Colombia han definido en sus planes nacionales y planes turísticos de desarrollo, acciones tendientes a estructurar políticas que fomenten el crecimiento del sector como una acción de Estado, de mejoras y crecimiento económico, en sentido general y economicista; pero que, en lo referente a la generación de las dinámicas de intercambio entre las dos naciones, en el claro sentido bi-nacional e integracionista, esas definiciones políticas no hacen referencias específicas al respecto y no generan una legislación clara y definida.

En el caso ecuatoriano:

- La Constitución del año 2008, en sus artículos 208 y 313, define la arquitectura, metas y objetivos de la planificación del Estado, así como de la generación de políticas que impulsen el desarrollo mediante el fomento de los sectores estratégicos de la economía. Al analizar esta política podemos determinar, de igual manera que en el caso anterior, que si bien el fomento al sector y a las actividades productivas en relación al turismo, son parte relevante de las definiciones; pero que, en esas definiciones no existen especificidades claras para el fomento de las acciones productivas turísticas, relacionadas con el intercambio entre los operadores privados y que al no existir esos enunciados claros, lo que se define en la constitución, no aportan a la dinámica de intercambio e integración turística con Colombia.

- Que si bien el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) en la definición del objetivo 11 hace referencia a las metas establecidas para el turismo y que son:

- *La reducción en 0,06 puntos la concentración de las exportaciones por exportador hasta el 2013 y*
- *Alcanzar el 15,1% de participación del turismo en las exportaciones de bienes y servicios no petroleros hasta el 2013.*

Pero ni en dicho plan, ni en el objetivo 11, peor aún en las metas detalladas, se establece el mecanismo para que esas definiciones, que de por si son muy generales, establezcan concretamente la manera para que se lleven a la práctica esos objetivos planteados. En este caso no existen definiciones específicas referentes a las cifras detalladas, tampoco se establece cuanto de ese 15.1% de participación del turismo en las exportaciones de bienes y servicios no petroleros, deben ser la meta y aporte para los ingresos por el intercambio e integración turística con Colombia.

- El Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE) contiene políticas que fomentan la promoción turística con los principales países emisores del Ecuador, entre los cuales tanto Colombia como Perú están en un plano secundario, además este documento no contiene definiciones claras, que generen un fomento efectivo en la promoción con el mercado que representan los paises vecinos.
- Luego de las entrevistas realizadas a varios operadores turísticos del sector, se ha podido determinar que el PIMTE, el cual en la actualidad se encuentra en plena vigencia, no ha sido socializado adecuadamente entre

los actores privados del sector, toda vez que existe un desconocimiento de su contenido, así como del alcance del mismo.

En el caso colombiano:

- Se determina que, la planificación debe ser puesta en marcha en coordinación con el Departamento Nacional de Planeación (DNP), organismo encargado de la ejecución y evaluación del *programa de gobierno*, para convertirlo en el Plan Nacional de Desarrollo (PND). En ese sentido, la coordinación y definición de políticas específicas, relativas a acuerdos bi-nacionales y generación de intercambio e integración turística Ecuador – Colombia, cae en un vacío y deja mucha indefinición al respecto.
- La Carta Magna de Colombia en su artículo 339 genera constitucionalmente, las condiciones en las que el PND debe ser estructurado y que como política de Estado, este documento sirve para la planificación y programación del gobierno. Pero una vez concluida la investigación, se ha podido determinar que no se ha definido una política específica desde el mencionado Plan, que en su contenido plantee de forma clara, acciones tendientes a generar acercamientos interinstitucionales con el Ecuador, para el fomento de la integración turística y la generación de un verdadero intercambio bi-nacional en ese sector.
- Se ha determinado que el Ministerio de Comercio, Industria y turismo (MCIT), mediante la puesta en marcha del Plan Sectorial de Turismo (PST), encamina sus acciones a generar estrategias que, a más de promocionar al sector turístico colombiano, generen un desarrollo sostenible del sector, en cuyo sentido las políticas del Plan están en

concordancia con las de los Planes ecuatorianos, los cuales han apalancado sus acciones y resultados hacia la generación de mejoras económicas desde el concepto de sostenibilidad del turismo.

- Se ha determinado que en el PND, se han generado políticas sectoriales, desde una programación nacional, las cuales están orientadas al desarrollo y fomento del sector desde una lógica de promoción y capacitación, pero con la limitante de que dichas políticas no encuentran en sentido práctico, una verdadera planeación a largo plazo, además que las mismas no pueden ser evaluadas a fin de darle continuidad a los aciertos y mejoras a las desviaciones, puesto que estas políticas debe ajustarse cada cuatro años, dependiendo del PND que cada nuevo gobernante presente.
- El PST para el período 2008 – 2010, definió la creación de un Estado Comunitario, que propenda el desarrollo para todos generando un – *“mayor énfasis al mejoramiento del producto y a la promoción turística nacional e internacional, para la captación de más turistas con mayor capacidad de gasto.”* Se puede determinar entonces el Estado busca que el turismo – desde la definición de las políticas sectoriales – sea un instrumento para la consecución de metas economicistas, que no solamente genere financiamiento de un presupuesto de ingresos de divisas, sino también que cree nuevos modelos de gestión pública. Con lo cual la política apunta a generar cambios de estructuras para el sector, con un involucramiento de la sociedad y sus colectivos sociales.
- La coordinación de las agendas ministeriales tanto de Ecuador como de Colombia, dieron como resultado el establecimiento de una Zona de Integración Fronteriza (ZIF) con fines turísticos, como parte de un Eje Económico Comercial común y

el establecimiento del *Reglamento de Tránsito y Transporte Terrestre Turístico* de los dos países; los cuales hasta la presente fecha están en plena vigencia y son parte de una dinámica de integración turística real. Todo lo contrario sucede con los compromisos como: *Fondo Conjunto de Promoción Turística*, la creación y promoción de la *Ruta Espiritual*, el mejoramiento de conectividad aérea y terrestre, el levantamiento de un *Catastro de Facilidades Turísticas de Frontera*, la elaboración y difusión del *Mapa Binacional*; los cuales aún en estudio y proceso de estructuración por parte de los ministerios del ramo de las dos naciones; desde el año 2012 no han sido efectivamente puestos en marcha y constituyen compromisos que se han quedado en el papel.

- Los diálogos entre los actores públicos y privados del sector, en el período 2008 – 2012, han operado desde la dinámica de los Gabinetes Itinerantes, que desde la iniciativa de los ministerios de turismo de los dos países, se han manejado ampliamente en una lógica de promoción e incentivo de la imagen del “producto”, pero que en el sentido práctico, interinstitucional y coordinado entre los actores, no han establecido acciones para que esa promoción sea evaluada y genere datos, con los cuales se pueda analizar los resultados en forma real de ese amplio espectro de promoción; además se determina que no se han podido tomar acciones concretas, en la que los resultados de la promoción, sean la materia prima de una integración turística real de las dos naciones.
- Se ha podido determinar que los operadores turísticos de Ecuador y Colombia, así como sus agremiaciones locales y nacionales, no han establecido acciones concretas para organizar mesas de diálogo, en las que el punto central de la discusión y las acciones, sea la coordinación conjunta para la creación de circuitos, la promoción de destinos y el enlace interinstitucional; que encaminen

al sector al objetivo final de un intercambio bi-nacional. Tanto los operadores, como sus agremiaciones están alejados de esta dinámica, pues su gestión – en la mayoría de los casos y salvo la excepción de la Corporación CODESTAAE – se desarrolla fuera de esta lógica, con una visión economicista de sus finanzas particulares y con la tarea del cumplimiento de sus metas y objetivos institucionales de forma particular, en el cual la cooperación comercial entre operadores y la coordinación gremial entre federaciones y asociaciones de los dos países es limitada.

5.2 Propuestas.

- Las políticas nacionales de turismo y la política bi-nacional de turismo, deben ser consideradas como Políticas de Estado, en cuyo sentido a los gobiernos de las dos naciones, les corresponde enviar para aprobación de sus órganos legislativos, reformas tendientes a establecer esos cambios y definiciones específicas; que establezcan una normativa legal desde la Constitución y que en dicha reforma se defina al intercambio turístico bi-nacional, como el mecanismo de fomento para crecimiento del sector. Esta es la vía para generación de mejoras y consecución de desarrollo económico desde el recurso turismo; pues con una estructura legal de políticas de turismo bi-nacional y con definiciones claras para definir la forma de integración del sector, se beneficiará las relaciones tanto de los países materia de este estudio, como las relaciones con sus demás países vecinos; en ese sentido la norma debe establecer además, las definiciones que generen un intercambio turístico, con orientación integracionista entre las fronteras comunes ya que ese intercambio se de en sentido de una mutua cooperación.

En el caso ecuatoriano:

- La reforma constitucional y el establecimiento de políticas, debería definir incentivos para el sector privado, que genere acciones de intercambio turístico bi-nacional, que fomente las operaciones productivas turísticas.
- El PNBV debería establecer de forma técnica, el porcentaje de aportación que como objetivo, al intercambio e integración turística con bi-naacional le correspondería contribuir, en el 15.1% de participación del turismo en las exportaciones de bienes y servicios no petroleros.
- Para que el PIMTE se convierta en una herramienta de promoción turística bi-nacional, este debería establecer políticas que apunten a la promoción de los destinos turísticos nacionales y la marca país, hacia los mercados que representan tanto Colombia como Perú, a fin de crear sinergias de fomento y posicionamiento de los destinos nacionales, en la retina del turista de los países vecinos.
- El Ministerio de Turismo del Ecuador (MTE), a través de los medios, las Cámaras Provinciales de Turismo y las asociaciones, debe impulsar campañas de difusión, tanto del contenido, como de las metas y objetivos del PIMTE, a fin de que los actores, inversionistas e investigadores del sector, conozcan y socialicen el documento, con la finalidad de que éste sea una herramienta efectiva para el sector y de quienes en él puedan interesarse.

En el caso colombiano:

- El DNP debería establecer en el PND, políticas que definan la forma, los mecanismos, las metas y los objetivos relativos a la creación de acuerdos

bi-nacionales, que generen dinámicas de intercambio e integración turística con los países que Colombia comparte fronteras.

- El PND debería establecer en su planificación, los mecanismos que generen acercamientos y acuerdos interinstitucionales, para el fomento de la integración turística y el intercambio bi-nacional es ese sector.
- Tanto las políticas como la planificación que en el PND y en el PST se definen cada cuatro años, deberían establecer programas que debidamente evaluados, proporcionen lineamientos a largo plazo para la promoción y capacitación en el sector turístico y que sus resultados sean evaluados para darle seguimiento a los resultados.
- Para que la creación de nuevos modelos de gestión pública, desde el recurso turismo, y que estos generen un Estado Comunitario, tanto la sociedad, como los colectivos sociales deben involucrarse en las campañas de promoción del recurso turismo, para lo cual la cartera de Estado del sector, debe mantener una programación continua, de las acciones de difusión, información y concientización en la mejora de la provisión de productos y servicios para el sector.
- Compete a las agendas ministeriales de los dos países, establecer acciones coordinadas, encaminadas a la evaluación de los beneficios que le han representado al sector turístico bi-nacional, el establecimiento tanto de las ZIF, como del Eje Económico Comercial común y del *Reglamento de Tránsito y Transporte Terrestre Turístico*, para que los resultados y datos de esa evaluación, sirvan de material de análisis a fin de redefinir las zonas, ampliarlas o reestructurarla; así como evaluar las políticas del mencionado reglamento. De igual forma, debe establecerse rondas de trabajo a fin de poner en marcha los

compromisos para la creación del *Fondo Conjunto de Promoción Turística*, la creación y promoción de la *Ruta Espiritual*, el mejoramiento de conectividad aérea y terrestre, el levantamiento de un *Catastro de Facilidades Turísticas de Frontera*, la elaboración y difusión del *Mapa Binacional*; solamente con la puesta en marcha, evaluación y difusión de estas propuestas, se puede establecer la dotación de beneficios para el sector, con la consecución de las propuestas.

Debido a que en las propuestas antes detalladas, se han estructurado de manera concreta acciones con una dinámica de integración real del sector, las cuales genera mutuos compromisos para los ministerio del ramo de las dos naciones, deben hacerse realidad sobre todo porque crean una acción pública coordinada, en la cual la cooperación, asistencia, sinergias, apoyo y fomento tanto de la promoción turística bi-nacional en terceros mercados, así como el apoyo en modelos de gestión turística y la trasferencia de conocimientos; son herramientas que le hacen falta al recurso, para que se dé un impulso efectivo a la necesidad de crear integración turística entre Ecuador y Colombia.

- Tanto el MTE, como el MCIT deben definir coordinadamente, en forma conjunta con sus departamentos de promoción turística, la evaluación de los resultados y el alcance de la promoción en el período 2008 – 2012, con la finalidad de que los datos que arroje este estudio, sirvan para la definición de su impacto en las relaciones de intercambio e integración turística bi-nacional, además para que éstos sirvan de base de las proyecciones del período inmediato posterior y así evaluar los resultados reales que esta promoción le genera al producto turístico de cada país.

- Los operadores turísticos de Ecuador y Colombia, por intermedio de las cámaras de turismo y de sus agremiaciones locales y nacionales, deben establecer un cronograma de trabajo, en el cual al menos una vez al año, se reúnan sus representantes en mesas de diálogo, en las cuales se creen circuitos turísticos bi-nacionales; además se evalúen los mismos, para generar una adecuada promoción de esos destinos. Este enlace interinstitucional será un importante aporte del sector privado del turismo de las dos naciones, para la consecución del objetivo final y que tiene que ver con la generación de una dinámica real de intercambio e integración turística.
- Como propuesta final se establece que, tanto el operador turístico ecuatoriano como el colombiano debería, aprovechando sus ventajas comparativas compartidas como la facilidad de movilización humana, facilidad de un mismo idioma, facilidades por una idéntica realidad social y cultural; generar espacios de promoción, ejecución, armaje y venta de paquetes turísticos que promuevan las visitas coordinadas a cada atractivo y destino turístico de las dos fronteras; en un sentido netamente bi-nacional, con lo cual la operación turística de las dos naciones, así como sus economías locales, se verían beneficiadas con la generación de recursos y principalmente esto generará beneficios a la sociedad, en su camino a la generación de verdaderas alternativas de desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE, José Vicente, *Turismo, fundamentos y dimensiones*, S.P., Ática, 1992, 215 págs.
- ARIAS, Ranedo, Antonio Jesús, *Integración económica internacional: ¿una realidad futura o una utopía?* / Antonio Jesús Arias Ranedo, Jaén: Formación Alcalá, 2012.
- ASCANIO, Alfredo. *Turismo y planificación hotelera: evaluación económica y ambiental*, Campinas, Papirus, 2004, 192 págs.
- Artículo “Mirando la Bola de Cristal” - Turismo: Panorama 2020 de la Organización Mundial del Turismo – Francesco Frangialli – Revista Valenciana d’Estudis Autonomics No.25 /98.
- BABBIE, Earl, *Fundamentos de la Investigación Social*, México, MX, 2000, Thomson, 473 páginas.
- BANDUCCI, Alvaro& BARRETTO, Margarita, *Turismo e Identidad Local: Una Visión Antropológica*, Campinas, Papirus, 2001, 208 págs.
- BONALD, Olimpio, *Planeamiento e Organización de Turismo*, Recife, Empetur, 1984.
- CEPAL, *Globalización y desarrollo*, vigesimonoveno período de sesiones, Brasilia, 6 al 10 de mayo del 2002.
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR 2008.
- Convenio Andrés Bello, Varios Autores, *Siete Cátedras para la Integración*, Editorial Andrés Bello, Bogotá-Colombia, 2005, 303 páginas.

- DE la DEHESA, Guillermo, *Comprender la globalización, primera edición*, Alianza Editorial, Madrid 2002. 245 páginas.
- DE LA TORRE Padilla, Oscar, *El Turismo: fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980.
- DUGLÓN, Roxana, *Globalización y localización en la ruta andina del turismo: mezclas diferentes – efectos similares. Citado por: Annelou Ypeig y Annelies Zoomers, La Ruta Andina, turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia*, Ediciones Abya-Yala, Quito, 2006, 290 páginas.
- ESPINOZA, Katuska, *Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, 2012, <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/301/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-47.pdf>
- FILARDO, Verónica, *Globalización y turismo: impactos en los territorios*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República, Montevideo, 2006.
- FLACSO, Sede Ecuador, *Espacios en disputa: El turismo en Ecuador*, Editorial Crear Imagen, Quito, Junio 2011.
- GETINO, Octavio, *Turismo entre el ocio y el negocio*, Identidad Cultural y desarrollo económico de América Latina y el Mercosur, 2ª. Ed., Buenos Aires, Ediciones CICCUS, 2009.
- HERNÁNDEZ Ilizaliturri, Alma, *El Ecoturismo como Estrategia de Desarrollo Sostenible: Un Análisis Basado en la Teoría Económica*, Entelequia Revista Interdisciplinar, No. 5, Tamaulipas 2007.
- HERNÁNDEZ, Sampieri, Roberto, *Metodología de la investigación*, Santa Fe de Bogotá, CO, 1994, McGraw-Hill, 505 páginas.

- Informe Final Fases I, II y III, Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador.
- JAFARI, Jafar, *El turismo como disciplina científica*, Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout, Revista Política y Sociedad, 2005, Vol. 42 Num. 1.
- MEYER, Daniel, *Economía turística en América Latina y el Caribe*, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, 2004.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMT), *Examen de las Políticas Comerciales, Informe del Ecuador*, octubre 10 del 2011.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, *Órgano de las políticas comerciales*, Informe de Colombia, 10 de octubre del 2011.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, *Órgano de las políticas comerciales*, Informe del Ecuador, 10 de octubre del 2011.
- PLAN INTEGRAL DE MARKETING TURÍSTICO DEL ECUADOR 2007.
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013.
- PLAN DE TURISMO DEL ECUADOR 2020.
- PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2008 – 2010.
- PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2011 – 2014.
- PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, *Análisis sectorial de turismo*, noviembre del 2012.
- Reglamento de Tránsito y Transporte Terrestre Turístico, del el 18 de abril de 1990.
- SUCH, María de Jesús y otros, Turismo y crecimiento económico, Un análisis empírico de Colombia, mayo del 2008, Colombia, p. 23.
- YEPEZ, Tito y otros, *Infraestructura del transporte en Colombia*, Cuadernos de FEDESARROLLO, No. 46, Colombia, julio 2013.

- ZUÑIGA, Alexander y CASTILLO, Marisol, Turismo en Colombia: resultados del sector (2007 – 2010), Universidad de Santiago de Cali, Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Colombia 2011.

NETGRAFÍA.

- Aeronáutica Civil, Unidad Administrativa Especial,
<http://www.aerocivil.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, ANATO,
<http://www.anato.org/>
- Boletín “Barómetro OMT del Turismo Mundial”, Vol. 6, No. 2, junio 2008,
www.unwto.org
- CARIBBEAN NEWS, “Colombia abrirá más de seis mil nuevas habitaciones hoteleras en 2014”, <http://www.caribbeannewsdigital.com/node/62882>
- Centro de Información Turística CITUR, Estadísticas de Turismo,
<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>
- Centro de Información Turística de Colombia, <http://www.citur.gov.co/>
- Círculo de Inversionistas, página oficial,
<http://www.circulodeinversionistas.com/especiales/caribe/item/89-ruta-del-sol-progreso-en-infraestructura-para-colombia>
- Corporación CODESTAAE, Página oficial,
<https://plus.google.com/+Corporaci%C3%B3nCodestaae/about>
- El Mercurio, “Diversificación de oferta, mejor infraestructura y facilidades turísticas, respaldarán el mejoramiento económico de Ecuador”, Cuenca, 28 de enero del 2011, <http://www.elmercurio.com.ec/267596-diversificacion-de-oferta-mejor-infraestructura-y-facilidades-turisticas-respaldaran-el-mejoramiento-economico-de-ecuador/#.VCOsXo0tDIU>
- El Universo,
<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/10/nota/2165511/movilidad->

[aeropuertos-refleja-poca-productividad](#)

- COMUNIDAD ANDINA, Entrada internacional de pasajeros, según aeropuerto, <http://estadisticas.comunidadandina.org/estadisticasandinas/aereo/Resultado.aspx?IDSECUENCIAL=50>
- Documento Conceptual del XIX Congreso Interamericano de Turismo, de San Salvador, <https://www.oas.org/.../Documento%20conceptual%20del%20XIX%20C>
- El Tiempo, “El proceso de paz en Colombia”, <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz>
- FALCONÍ, Fernando, “Ecuador: potencia turística”, en El Telégrafo, Quito, 25 de octubre del 2013, <http://www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/ecuador-potencia-turistica.html>
- Feria Internacional del Turismo del Ecuador, Página oficial, FITE 2014, <http://www.fite.info/html/comite.html>
- La Hora, “Firman convenio binacional para fortalecer el turismo”, Tulcán, 23 de agosto del 2011, <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101193282/-1/home/goRegional/Quito>
- Ministerio de Transporte, página oficial, <https://www.mintransporte.gov.co/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador, <http://ecuador.travel/es>
- Ministerio de Turismo, <http://www.turismo.gob.ec/el-tren-crucero-del-ecuador-traza-rutas-hacia-destinos-culturales/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. <http://www.turismo.gob.ec/culmino-con-exito-la-caravana-turistica-ecuador->

[destino-sin-fronteras-pasto-popayan-cali-2012/](#)

- Ministerio de Turismo del Ecuador.
[http://www.turismo.gob.ec/gabinete-binacional-acuerda-movimiento-turistico-intenso-entre-ecuador-y-colombia-2/](#)
- Ministerio de Turismo del Ecuador.[http://www.turismo.gob.ec/culmino-con-exito-la-caravana-turistica-ecuador-destino-sin-fronteras-pasto-popayan-cali-2012/](#)
- Ministerio de Relaciones Exteriores, Cancillería,
[http://www.cancilleria.gov.co/Colombia](#)
- NAVIA, Manuel, “Ecuador es un país 100% atractivo para la inversión turística”, en El Telégrafo, 30 de junio del 2014,
[http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/ecuador-100-atractivo-para-la-inversion-turistica.html](#)
- Organización Mundial del Turismo, (UNWTO por sus siglas en inglés), Estadísticas y Cuentas Satélites del Turismo,
[http://statistics.unwto.org/es/content/anuario-de-estadisticas-de-turismo](#)
- Organización Mundial del Turismo, (UNWTO por sus siglas en inglés), Datos acerca de la OMT, en [http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt](#)
- Organización Mundial del Turismo, (UNWTO por sus siglas en inglés). Reporte Anual, en [http://www2.unwto.org/es/annual-reports](#)
- Página institucional “Buen Vivir”. Versión PNBV 2009 – 2013.
[http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional#tabs2](#)
- Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017,
[http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir](#)
- Portafolio.co, Diario de noticias de economía y negocios,

- <http://www.portafolio.co/opinion/politica-turistica-colombia>
- Price Waterhouse Coopers, *Estudios de Impacto Económico, Cómo valorar la repercusión y el retorno de iniciativas e inversiones públicas*, Bogotá – Colombia, 2012, www.pwc.es
 - PROEXPORT COLOMBIA, Promoción de turismo, inversión y exportaciones, página oficial, <http://www.proexport.com.co/proexport/transparencia/plan-nacional-de-desarrollo>
 - PROEXPORT Colombia, Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones, <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/geografia>
 - PROEXPORT COLOMBIA, Página oficial, <http://www.colombia.travel/es/congresos-incentivos/congresos-y-convenciones>
 - PROEXPORT Colombia, Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones, <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/destino>
 - PROEXPORT Colombia, Página oficial <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/informacion-practica/directorio-turistico-de-colombia/Hoteles/Santa-Marta>
 - REVISTA GESTIÓN, Octubre del 2013, No. 201, http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf
 - Revista Vistazo, Sección Editorial, <http://www.vistazo.com/imprensa/pais/imprimir.php?Vistazo.com&id=3547>
 - UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, página principal, Departamento y Centro de Investigación, <https://www.urjc.es/ceib/espacios/migraciones/instrumentos/can/decisiones/DEC463.pdf>

- INOSTROZA V., Gabriel, *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina*, *Gest. Tur. (Valdivia)*, diciembre 2008, no.10, p.77-90, http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282008000200006&script=sci_arttext&tlng=es

ANEXOS

Anexo 1: Cuadro “Cuatro mundos en un país: principales destinos y productos turísticos del Ecuador.


Tabla 1

Cuatro mundos en un país: principales destinos y productos turísticos del Ecuador			
Mundos	Destinos regionales	Destinos específicos	Línea de producto
GALÁPAGOS	Galápagos	Islas Galápagos	Ecoturismo y turismo de naturaleza
			Deportes y aventura
COSTA	Costa norte	Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Parque Nacional Machalilla	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Isla de la Plata	Deportes y aventura
		Puerto López	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Montecristi	Turismo cultural
		Manta	Cruceros
	Costa sur	Paseo de cacao, banano, café	Agroturismo
		Montañita	Deportes y aventura
	Frontera sur	Paseo de cacao, banano, café	Agroturismo
	Guayaquil-D. Metrop.	Guayaquil	
			Cruceros
AMAZONÍA	Amazonía norte	Parque Nacional Yasuní	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Reserva Prod. Faunística de Cuyabeno	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Napo Wildlife Center	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Reserva Ecológica Kapawi	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Reserva Ecológica Antisana	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Papallacta	Turismo de salud
		Reserva Ecológica de Limoncocha	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Reserva Ecológica Cayambe-Coca	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Puyo	Turismo de salud
		Parque Nacional Llanganates	Ecoturismo y turismo de naturaleza
	Amazonía centro	La ruta de Orellana	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Ruta del Manatí	Cruceros
		Parque Nacional Sangay	Ecoturismo y turismo de naturaleza
ANDES	Sierra norte	Otavalo	Turismo cultural
		Reserva Ecológica El Ángel	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Cotacachi	Turismo cultural
	Sierra centro	Quito	Turismo cultural
			MICE*
		Parque Nacional Cotopaxi	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		La Avenida de los Volcanes	Deportes y aventura
		Bosque Nublado de Mindo	Ecoturismo y turismo de naturaleza
		Laguna de Quilotoa	Deportes y aventura
		Riobamba	Turismo cultural
		Baños	Deportes y aventura
			Turismo de salud
			Reserva Prod. Faunística Chimborazo
		La Avenida de las Cascadas	Deportes y aventura
	Austro	Cuenca	Turismo cultural
			MICE*
		Ingapirca	Turismo cultural
		Parque Nacional Cajas	Ecoturismo y turismo de naturaleza
	Frontera sur	Parque Nacional Podocarpus	Ecoturismo y turismo de naturaleza
Vilcabamba		Turismo cultural	

* MICE: SIGLAS EN INGLÉS DE REUNIONES, INCENTIVOS, CONFERENCIAS Y EXPOSICIONES.
FUENTE: PLAN INTEGRAL DE MARKETING TURÍSTICO DEL ECUADOR 2014, MINISTERIO DE TURISMO.

Anexo 2: Cuadro “Llegadas de extranjeros, según país de nacionalidad, Enero - Diciembre 2012”

Tabla 2

	<h1>Ministerio de Turismo</h1>							
DIVISAS	GRÁFICOS MERCADOS	UBICACION DEL TURISMO	PANORAMA MUNDIAL			MOVIMIENTOS	VARIACIONES	LLEGADAS Y SALIDAS

RK. > Llegadas Extranjeros -> Según país de nacionalidad -> ENE-DIC 2012

EXTRANJEROS/ ECUATORIANOS
<input checked="" type="checkbox"/> RK. LLEGADAS EXTRANJEROS
<input type="checkbox"/> RK. SALIDAS ECUATORIANOS



RK	PAIS	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	Acumulado Ene-Dic	ENTRADA %
		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC				
1	COLOMBIA	40.066	21.704	24.916	29.036	23.148	36.540	37.555	25.471	21.069	25.801	26.356	37.795	349.457		27,47	
2	ESTADOS UNIDOS	19.486	18.505	20.579	15.932	20.094	29.909	30.900	22.483	14.162	15.758	15.650	24.606	248.064		19,50	
3	PERU	14.569	12.303	9.722	9.638	9.834	9.063	12.801	12.639	10.142	13.570	11.933	10.882	137.096		10,78	
4	ESPAÑA	5.195	5.246	4.475	4.076	4.485	7.773	5.839	7.274	5.895	4.952	5.320	5.235	65.765		5,17	
5	ARGENTINA	10.725	4.543	4.019	3.407	2.835	2.684	3.519	2.694	2.723	2.706	2.954	3.394	46.203		3,63	
6	VENEZUELA	2.952	3.389	2.616	2.485	2.592	2.746	3.561	4.019	3.599	3.714	5.767	8.264	45.704		3,59	
7	CHILE	5.233	7.069	3.180	2.500	2.506	2.492	3.370	2.625	2.806	3.960	2.421	3.485	41.647		3,27	
8	ALEMANIA	2.559	2.985	2.631	1.770	1.736	1.845	2.965	3.501	2.198	2.554	2.520	2.318	29.582		2,33	
9	CUBA	2.166	1.733	1.636	2.094	1.690	1.793	1.634	1.581	1.511	1.883	1.873	1.888	21.482		1,69	
10	CANADA	2.562	2.617	2.703	1.936	2.318	1.834	2.386	2.040	1.345	2.066	2.168	3.005	26.980		2,12	
11	GRAN BRETAÑA	1.617	1.482	1.675	1.808	1.873	1.691	2.689	1.668	1.345	1.726	1.926	1.511	21.011		1,65	
12	FRANCIA	1.482	1.491	1.508	1.336	1.450	1.303	2.263	1.948	1.750	1.909	1.769	1.337	19.546		1,54	
13	MEXICO	1.565	1.430	1.548	1.490	1.640	1.625	1.771	1.458	1.505	2.027	1.818	1.766	19.643		1,54	
14	BRASIL	1.669	1.238	1.363	1.530	1.425	1.561	1.744	1.505	1.583	1.483	1.580	1.491	18.172		1,43	
15	ITALIA	1.288	1.087	1.115	1.028	1.039	1.251	1.379	1.864	979	1.177	1.249	1.319	14.775		1,16	
16	HOLANDA	1.092	884	933	920	880	901	1.653	992	1.020	1.042	850	1.076	12.243		0,96	
17	AUSTRALIA	989	748	888	1.001	1.113	1.185	836	850	877	1.060	1.127	1.107	11.781		0,93	
18	CHINA POPULAR (PEKIN)	550	1.156	1.050	864	1.148	808	1.013	1.227	1.128	1.197	1.136	964	12.241		0,96	
19	SUIZA	6	718	679	737	566	703	1.422	686	693	888	903	1.060	9.061		0,71	
20	PAIS DESCONOCIDO	1.095	809	786	648	828	672	700	823	576	733	918	772	9.360		0,74	
21	PANAMA	785	788	798	750	973	859	935	781	868	818	879	856	10.090		0,79	
22	FILOPINAS	1.143	1.003	979	883	1.236	996	921	843	524	432	393	364	9.717		0,76	
23	BELGICA	355	395	409	320	335	661	903	439	350	389	356	429	5.341		0,42	
24	JAPON	388	447	453	399	322	416	470	468	554	458	411	556	5.342		0,42	
25	BOLIVIA	549	329	383	366	400	418	478	449	510	505	462	513	5.362		0,42	
26	COSTA RICA	541	286	409	392	379	426	476	373	450	420	384	524	5.060		0,40	
27	ISRAEL	269	215	295	452	589	587	574	459	479	273	207	200	4.599		0,36	
28	SUECIA	846	420	354	251	178	329	227	132	181	315	626	587	4.446		0,35	
29	URUGUAY	285	278	223	317	285	311	304	250	347	275	344	274	3.493		0,27	
30	INDIA	300	278	321	345	464	360	361	252	253	257	277	301	3.769		0,30	

Fuente: MTE, datos extractados de:

http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html

Anexo 3: “Movimientos Entradas de Extranjeros”

Tabla 3



Movimientos -> Movimientos Jefaturas -> Entradas de extranjeros

- LLEGADAS EXTRANJEROS**
- SALIDAS ECUATORIANOS**
- MOVIMIENTOS JEFATURAS**
 - Entradas Extranjeras
 - Salidas Ecuatorianos



JEFATURAS	ENE		FEB		MAR		ABR		MAY		JUN	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
PICHINCHA	38.238	41.586	34.556	38.313	39.628	41.445	36.075	38.156	38.424	41.461	45.445	53.077
GUAYAS	25.306	32.171	24.251	28.609	23.002	26.350	22.524	21.841	21.596	23.220	25.188	27.724
CARCHI	18.704	29.598	10.302	14.406	10.966	15.364	14.359	19.292	10.075	14.288	15.169	24.037
EL ORO	19.473	19.522	14.987	15.579	11.251	10.367	11.798	9.977	10.244	9.634	10.890	9.413
LOJA	1.351	1.328	1.232	1.044	1.040	878	1.264	1.037	995	997	1.146	982
OTRAS JEFATURAS	2.476	2.914	1.093	1.600	1.608	2.571	1.487	2.324	1.536	3.046	2.111	3.060
TOTAL	105.548	127.119	86.421	99.551	87.495	96.975	87.507	92.627	82.870	92.646	99.949	118.293

JEFATURAS	JUL		AGO		SEP		OCT		NOV		DIC		ACUMULADO	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
														Ene-Dic
PICHINCHA	50.136	55.941	43.390	46.424	35.012	39.842	39.416	45.427	41.744	46.400	43.849	52.003	485.913	540.075
GUAYAS	30.308	31.910	26.376	27.327	22.348	21.400	22.419	22.922	24.245	22.496	34.039	30.574	301.602	316.544
CARCHI	20.137	26.461	13.093	16.695	10.580	12.646	12.236	15.737	12.802	16.024	19.191	23.510	167.614	228.058
EL ORO	13.428	12.326	12.770	12.433	9.327	9.041	11.010	12.127	10.048	11.296	12.384	12.572	147.610	144.287
LOJA	1.816	1.341	1.397	1.378	1.016	1.128	1.080	1.005	1.084	1.042	1.083	1.019	14.504	13.179
OTRAS JEFATURAS	2.141	2.804	1.936	2.111	1.807	1.929	2.196	1.927	2.650	2.418	2.753	3.106	23.794	29.810
TOTAL	117.966	130.783	98.962	106.368	80.090	85.986	88.357	99.145	92.573	99.676	113.299	122.784	1.141.037	1.271.953

Fuente : Dirección Nacional de Migración
 Elaboración : Dirección de Investigación - Ministerio de Turismo
 ene-13

Fuente: MTE, extractado de:

http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html