

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

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA MULTILINGUE EN NEGOCIOS E
INTERCAMBIOS INTERNACIONALES**

**EL COMERCIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMO FACTOR DETERMINANTE
DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA DE OTAVALO EN
EL PERÍODO 2008-2009**

EMILENE MARGARITA CARBALÍ APUNTE

QUITO, 2011

Dedicatoria

Ahora sé que es posible amar sin medida, sé que las cosas que aprendes de quienes marcan tu vida se convierten en motivaciones que te ayudan a cumplir tus metas...

Gracias a usted Papi Angelito por ser como su nombre, un Ángel que ha estado junto a mí; todo lo que aprendí de usted, su cariño inagotable y sus cálidos consejos han formado parte de esta etapa, sé que esto era su sueño y hoy me complace saber que podré dibujar una sonrisa en su rostro y sentir desde el Cielo ese amor que cada día llena mi corazón...

Agradecimiento

Jehová, roca mía y castillo mío y mi libertador;

Dios mío, fortaleza mía, en él confiaré;

Mi escudo, y la fuerza de mi salvación, mi alto refugio.

Salmos 18:2

Quien sino tu Señor que has sido mi fuerza y sustento en todo tiempo, gracias por ser la razón de mi vida y por motivarme a seguir cada día.

Gracias por la vida de mis padres quienes con amor y esfuerzo me han guiado para estar hoy en este lugar, sin ustedes no lo hubiese logrado, gracias por mi familia y todos aquellos amigos que con su cariño y apoyo han sido parte de esta pequeña historia.

ÍNDICE

1.	TEMA	1
2.	INTRODUCCIÓN	1
3.	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
4.	METODOLOGIA	2
5.	JUSTIFICACION	2
CAPITULO I		
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA		
1.1.	Preguntas De Investigación	4
1.2.	Hipótesis de trabajo	4
1.3.	Objetivos	4
1.3.1.	Generales	4
1.3.2.	ESPECÍFICOS	4
1.4.	Fundamento Teórico	5
1.4.1	La Globalización	5
1.4.2.	Argumento	7
CAPITULO II		
SITUACIÓN DEL COMERCIO DE SERVICIOS Y DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL		
2.1.	Organización Mundial del Comercio-OMC	9
2.1.1.	Panorama de la OMC	9
2.1.2.	Ecuador en la OMC	11
2.1.3.	Globalización y liberalización del comercio	14
2.2.	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios-AGCS	16
2.2.1.	Generalidades del AGCS	16
2.2.2.	Clasificación del Comercio de Servicios	19
2.2.3.	El comercio de servicios y su importancia dentro del comercio mundial	21
2.3.	Organización Mundial del Turismo-OMT	
2.3.1.	Realidad Institucional de la OMT	21
2.3.2.	Fortalezas y Debilidades del sector turístico desde el punto de vista de la OMT	25
2.3.3.	Organismos y Acciones internacionales para promover el turismo a nivel mundial	29
CAPITULO III		
EL TURISMO EN ECUADOR		
3.1.	Ministerio de Turismo en el Ecuador	33
3.1.1.	El rol del Ministerio de Turismo para la promoción turística	33
3.1.2.	Políticas estatales para la promoción turística	37
3.1.3.	Entes de promoción turística	40
3.2.	Situación del turismo ecuatoriano	43
3.2.1.	Fortalezas y debilidades del sector turístico en Ecuador	43
3.2.2.	Proyectos de promoción turística	46
3.2.3.	Tendencias del turismo ecuatoriano	49
3.3.	Realidad turística en Ecuador	54
3.3.1.	Demanda del sector	54
3.3.2.	Oferta del sector	57
3.3.3.	El turismo en la economía ecuatoriana	59

CAPITULO IV		
OTAVALO		
4.1.	Generalidades de Otavalo	63
4.1.1.	Historia de la cultura y etnia de los Otavalo	63
4.1.2.	Crecimiento y desarrollo social en la región	65
4.2.	Comercio de servicios turísticos en Otavalo	67
4.2.1.	El turismo en Otavalo	67
4.2.2.	Oferta turística en Otavalo	71
4.2.3.	Otavalo frente a otros destinos turísticos	75

CAPÍTULO V
ANÁLISIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.	Análisis	77
5.2.	Conclusiones	77
5.3.	Recomendaciones	78

BIBLIOGRAFIA

ÍNDICE GRÁFICOS

GRAFICO 1	ESTRUCTURA BÁSICA DE LOS ACUERDOS DE LA OMC	11
GRAFICO 2	LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES 2008	24
GRAFICO 3	LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR 2009-2010	34
GRAFICO 4	PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA VISITAR ECUADOR	44
GRAFICO 5	TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA POR TIPO DE HOTEL MAYO 2009	46
GRAFICO 6	ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PAÍS DE NACIONALIDAD	56
GRAFICO 7	INGRESO DE VISITANTES A GALÁPAGOS DEL 2003 AL 2009	59
GRAFICO 8	PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA NACIONAL	60
GRAFICO 9	CIUDADES MÁS VISITADAS EN ECUADOR AÑO 2008	68

ÍNDICE IMÁGENES

IMAGEN 1 MARCA PAÍS	36
IMAGEN 2 PROYECTO CIENTÍFICO QUISSATO	52

ÍNDICE TABLAS

TABLA 1 CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS	19
TABLA 2 ENTRADAS Y SALIDAS EN EL ECUADOR 2006-2010	34
TABLA 3 ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN OTAVALO	70
TABLA 4 ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN Y RECREACIÓN EN OTAVALO	71

1. TEMA

EL COMERCIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMO FACTOR DETERMINANTE DE DESARROLLO EN LA ECONOMÍA EN OTAVALO EN EL PERÍODO 2008-2009

2. INTRODUCCIÓN

La economía de servicios ha adquirido mayor importancia y dinamismo por su contribución al crecimiento económico y al desarrollo humano. El campo de los servicios es muy extenso y contempla sectores que van desde: servicios financieros, comunicaciones, investigación y desarrollo, enseñanza, turismo; entre otros. Es por esto que surgió uno de los acuerdos de mayor alcance dentro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) con el fin de regular este sector: el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS).

El comercio de servicios puede contribuir a mejorar el desarrollo de cada país, pero para que ese potencial se materialice es preciso contar con acciones acertadas en la política nacional del manejo de los servicios de un país, con las cuales se podría beneficiar para mejorar su economía. Es en este orden donde el turismo se perfila como uno de los sectores más dinámicos y prometedores dentro de la economía de servicios.

En el Ecuador, el turismo representa uno de los principales rubros generadores de ingresos y es cada vez más importante en lo que respecta a su contribución en el desarrollo nacional. El país busca fomentar no sólo el turismo masivo sino también el turismo étnico y cultural.

Dentro de las propuestas de turismo cultural, Otavalo es uno de los destinos más completos porque cuenta con atractivos tanto naturales como culturales y eso hace que tenga una ventaja comparativa frente a otros. Es por esto que se pretende analizar la actividad turística en Otavalo como el factor más importante en su economía.

3. DELIMITACIÓN

El análisis del turismo como un factor de desarrollo determinante en la economía fue en el norte del país, específicamente en la ciudad de Otavalo en el período 2008 2009.

4. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se emplearon métodos tanto empíricos como teóricos. Dentro de los primeros, cuyo objetivo es el levantamiento de la información, se utilizó entrevistas a los funcionarios de las entidades inmersas en el tema, bibliografía como libros, páginas web, recortes de prensa.

En cuanto a los métodos teóricos, se recurrió a realizar análisis en el caso de las observaciones, deducciones, y resúmenes de las entrevistas, con lo que se procesó la información ya recopilada.

5. JUSTIFICACIÓN

Considerando que el mundo se vio afectado por la recesión económica que se dio a inicios del año 2008, ha surgido el reto de buscar nuevas alternativas de comercio y el turismo se ha convertido en una de las opciones más representativas al momento de considerar medios y recursos para mejorar la economía de un país.

El Ecuador no ha sido la excepción ante esta opción para enfrentar la crisis, y se ha enfocado principalmente en promover el ecoturismo, el turismo étnico y cultural.

El país alberga espacios naturales y culturales excepcionales e incluso una multiculturalidad importante para ofrecerlos como destino turístico.

Al considerar los factores antes mencionados; Otavalo es una zona con riqueza cultural, turística y étnica, que es lo que se busca promover como una alternativa en el turismo.

La ciudad de Otavalo ha surgido de ser una comunidad indígena a una de las zonas con más alto crecimiento comercial y turístico en Ecuador, por esta razón considero importante analizar el comercio de servicios turísticos como un factor dinamizante de la economía en esta ciudad y determinar si el turismo, puede ser considerado el pilar de crecimiento en esta región.

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Preguntas de Investigación

¿Con la adhesión del Ecuador a la Organización Mundial del Comercio (OMC), se emprendió un proceso de adaptación y reformas legales a la política comercial del Ecuador para cumplir con la normativa de la OMC; cómo se ha beneficiado el país con esta medida?

¿De acuerdo al plan de Gobierno ecuatoriano del año 2008; en el que se establece un aumento del presupuesto destinado para el sector turístico; qué ha representado este incremento para el turismo en el Ecuador?

¿Conforme a lo establecido en el Acuerdo General de Comercio de Servicios (AGCS) sobre los servicios turísticos, cuáles son los factores críticos que sostienen la estructura de este segmento de la economía en la ciudad de Otavalo?

1.2. Hipótesis de trabajo

La economía de servicios turísticos ha adquirido mayor importancia y dinamismo por su contribución al crecimiento económico y al desarrollo humano a nivel mundial. En el Ecuador, el turismo se consideraría un factor clave para contribuir con el desarrollo de la economía y en el caso de ciertos atractivos turísticos como lo es Otavalo, el turismo representaría el eje del desarrollo económico y social de un mercado que aún no ha alcanzado su madurez en relación a la estructura comercial existente.

1.3. Objetivos

1.3.1 General

Analizar la importancia del comercio de servicios turísticos como actividad socio-económica cuya importancia radica en la generación de empleo de forma directa e indirecta, fuentes de ingreso y dinamización de la economía local en la ciudad de Otavalo.

1.3.2 Específicos

Identificar si el Ecuador ha obtenido algún beneficio con su ingreso a la OMC y si esto ha representado un factor de desarrollo en el sector del comercio en el país.

Establecer si se han tomado acciones por parte del Gobierno ecuatoriano a partir del año 2008 para la difusión del turismo en el país.

Identificar la situación de la industria turística en Otavalo y el papel que juega como factor crítico en el desarrollo de esta ciudad.

1.4. Fundamento teórico

1.4.1 La Globalización

La globalización es una teoría que tiene lugar en algunos campos de desarrollo: económico, social, político y cultural. “Se conoce por globalización el fenómeno de apertura de las economías y las fronteras, como resultado del incremento de los intercambios comerciales, los movimientos de capitales, la circulación de las personas y las ideas, la difusión de la información, los conocimientos y las técnicas, y de un proceso de desregulación.”¹

“La teoría de la globalización surge del mecanismo global que presenta una mayor integración con énfasis particular en la esfera de las transacciones económicas.”² Este proceso llamado globalización se ha convertido en fuente de múltiples oportunidades, para poder explotar plenamente el potencial de crecimiento de cada país y garantizar un reparto justo de sus beneficios a fin de reconciliar el crecimiento económico, social y cultural de las naciones.³

El término de globalización se ha utilizado especialmente siguiendo la revolución tecnológica de las comunicaciones y la creación de ciberespacio, pero uno de los primeros argumentos principales es la *globalización de los Mercados*. De acuerdo a una publicación realizada por Teodoro Levitt⁴ de 1983 en el Harvard Business Review, la *globalización de los Mercados* comenzó cuando las grandes y anchas vías de comunicación entre los pueblos se abrieron.

La globalización surgió antes que se crearan las vías romanas que conectaron todo el mundo, se dio mucho antes que los barcos de los navegantes españoles y portugueses dieran vueltas al mundo, buscando rutas para mercadería productos, dando como resultado que en Latinoamérica y la Filipinas se hable el idioma de Cervantes, comenzó cuando se abrió poco a poco, paso a paso, la ruta de la sal.⁵

¹ TEORÍA DE LA GLOBALIZACIÓN, *definición de globalización*, <http://www.definicionlegal.com/definicionde/Globalizacion.htm>, acceso 21 de noviembre de 2009, 14:43

² OROSCO Roberto, *teoría de la globalización*, <http://www.zonaeconomica.com/teoria-globalizacion>, acceso 21 de noviembre de 2009, 15:26

³ Id

⁴ Teodoro Levitt, Economista norteamericano y profesor de la escuela de negocios Harvard Business School (Cambridge, Massachusetts). También editor revista económica Harvard Business Review (HBR) donde publicó sus célebres artículos. Fue el primer teórico economista en acuñar el término globalización enfocado a un punto de vista económico. Teodoro Levitt, Biografía, http://es.wikipedia.org/wiki/Theodore_Levitt.

⁵ PEREIRA Jorge, *globalización de los mercados: mercado internacional y apertura económica*,

Una de las características más importantes de la globalización es su enfoque y énfasis en aspectos culturales con la flexibilidad creciente de la tecnología.

La teoría de la globalización enfatiza que los factores culturales son los principales determinantes que afectan las condiciones económicas, sociales y políticas de los países lo que es similar a la "escuela social exhaustiva" o de "sociología comprensiva" de las teorías de Max Weber. Con base en esto, el sistema de valores, creencias, y el patrón de identidad de los grupos de índole dominante (o hegemónico) y de alternativo (o subordinado) dentro de una sociedad son los elementos más importantes para explicar las características de un país en términos económicos y sociales. Para la posición de la globalización esta declaración de la teoría de Weber se debe aplicar a las condiciones mundiales actuales, especialmente en términos de la difusión y transferencia de valores culturales a través de sistemas de comunicación, los que están afectando cada vez más los grupos sociales en todos los países⁶.

Los aspectos fundamentales de la teoría de la globalización son:

El hecho que los países pueden tener más de tres niveles de la colocación: el centro, semi periféricos, y los países de la periferia (Schott 1986); las características posicionales de varios países en términos de compartir las mismas pautas de relaciones pueden estar relacionadas con las características del "grupo exclusivo" con otras naciones a nivel regional (Snyder 1989); aún dentro de la misma posición dentro de las relaciones internacionales, es decir la posición periférica, las características de los países quizás tengan mucha variación en términos del tamaño de sus economías, de la efectiva demanda interna, la estructura de la exportación, y del nivel de desarrollo económico histórico y/o actual (Smith 1992); y hay una fuerte evidencia de que las pautas de la concentración económica entre naciones especialmente en los campos del comercio internacional y sistemas financieros, están relacionados con el dependiente modelo de desarrollo reclamado por los autores neo estructuralistas (Cardoso 1992).⁷

Existen tres efectos principales visibles de la teoría de globalización:

El primero es la concentración de ingresos tanto a nivel nacional como internacional. La brecha que separa los niveles medios de ingresos de los países desarrollados con respecto al de los subdesarrollados se ha incrementado. "Si en 1960 el ingreso por habitante del conjunto de los países subdesarrollados era el 25% en relación a la media de los países industrializados, en 1996 esa relación equivalía al 19%.⁸

El segundo es que la globalización ha puesto a las fuerzas sociales a favor del capital (tanto a nivel nacional como internacional) prometiendo crecientes niveles de vida para la gente ordinaria. "Sin embargo, dichas políticas no articulan los

<http://www.gestipolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/globalizacion-de-los-mercados.htm>, acceso 20 de noviembre de 2009, 15:56.

⁶ Id.

⁷ KAUFFMAN Sergio, *¿Hacia dónde nos lleva la globalización?*, Artículo publicado Mayo 2008,

<http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents/globalizacion2008-2.pdf>, acceso 20 de noviembre de 2009, 16:03

⁸ ROMERO, Antonio, *Globalización y economía internacional*, Artículo publicado en octubre 2007, <http://www.redem.buap.mx/acrobat/tony1.pdf>, acceso 20 de noviembre de 2009, 16:38

objetivos de corto y largo plazos, ni recogen las variables de orden socio-políticas, ni las de carácter histórico-estructural que deben ser consideradas en toda propuesta de transformación”⁹

El último efecto es la “concentración del poder en un reducido grupo de naciones y de entidades internacionales y/o supranacionales”.¹⁰ A pesar de los efectos, por la continuidad en sus tendencias esta teoría, ha marcado sin lugar a dudas, el entorno económico y no económico a partir de los años 1980.

1.4.2. Argumento

La globalización ha pasado de ser un fenómeno de los años 80 a convertirse en un proceso de interconexión que surgió gracias a las tecnologías de la información y la comunicación para relacionar a las personas; uno de los aspectos más sobresalientes en este contexto, ha sido la evolución de la economía. Para esta investigación se considera a la globalización como la teoría más acertada por ser considerada un como un nuevo modelo económico llamado también nuevo capitalismo, que promueve el libre mercado al mundo exterior, la reducción de obstáculos en el comercio y las inversiones internacionales, la integración económica internacional y la circulación acelerada de comunicación y mercancías.

El papel que ha tenido el comercio dentro del proceso de globalización ha sido trascendental, las políticas comerciales de los bienes y servicios de cada país adquieren relevancia, al tratar de insertarse en el mundo global.

El comercio de servicios turísticos ha sido un aspecto importante en la economía del Ecuador, ya que el turismo, más que un intercambio comercial, ha terminado con el aislamiento de las naciones y los pueblos. Las personas provenientes de todas partes del mundo, aprovechan el turismo y, lo practican; las comunicaciones, los medios variados y cómodos para viajar, promueven el turismo y así cada eslabón de la cadena llamada globalización se complementa.

⁹ BARO, Saint, *Globalización, zonas francas e inserción internacional. Los retos del desarrollo de América Latina y el Caribe*, http://www.sela.org/public_html/aa2k2/esp/consejo/splcxviiiidi12/splcxviiiidi, acceso 20 de noviembre de 2009, 17:57

¹⁰ Id

La globalización está vinculada con los acontecimientos del mundo y uno de ellos es el turismo, al país que llega el turismo, llegan también los adelantos de la tecnología, las ganancias del turismo se invierten en producir bienes y servicios para el comercio nacional e internacional de cada país, además de desarrollan nuevas industrias, acrecientan el intercambio comercial, globalizan la cultura y las relaciones entre personas y naciones.

La globalización del turismo, es inevitable e irrechazable, ya que en todo momento las personas procurarán viajar y conocer nuevas culturas, lo cual propicia todos los beneficios aportados por esta actividad desarrollada a nivel mundial.

CAPITULO II

SITUACIÓN DEL COMERCIO DE SERVICIOS Y EL TURISMO A NIVEL MUNDIAL EN EL PERÍODO 2008 - 2009

2.1. Organización Mundial del Comercio-OMC

2.1.1. Panorama de la OMC

La OMC nació el 1º de enero de 1995, su sistema de comercio surgió desde el año 1948 con el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), que estableció las reglas del comercio, y en 1995, la OMC sustituyó oficialmente al GATT, como organización encargada de supervisar el sistema multilateral de comercio.

Desde 1995, La Organización Mundial del Comercio (OMC) se convirtió en un organismo internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares de esta organización son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos, el objetivo principal es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades comerciales.¹¹

Los Acuerdos de la OMC tratan cuestiones como: agricultura, textiles y vestido, servicios bancarios, telecomunicaciones, contratación pública, normas industriales, seguridad de los productos, reglamentos sobre sanidad de los alimentos, propiedad intelectual y muchos otros temas relacionados con el comercio.

La OMC se conoce como una Organización para liberalizar el comercio, está integrada por más de 130 Miembros, que representan alrededor del 90 por ciento del comercio mundial; es considerada también un foro para que los gobiernos negocien acuerdos relacionados con el comercio y para que se resuelvan sus diferencias comerciales ya que aplica un sistema de normas que

¹¹ OMC, *qué es la OMC*, http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm, acceso 08 de marzo de 2010, 21:31

mediante negociaciones han contribuido no sólo a liberalizar el comercio, sino también a lograr acuerdos cuando se han presentado obstáculos entre países.¹²

El propósito primordial del sistema de este organismo es ayudar a que las corrientes comerciales a nivel mundial se lleven a cabo con la máxima libertad posible; esto significa la eliminación de obstáculos y las barreras al comercio. La OMC pretende también asegurar que los gobiernos y las empresas conozcan cuáles son las normas que rigen el comercio en todo el mundo, dándoles la seguridad de que las políticas no tendrán cambios abruptos, procurando así que las normas sean transparentes.¹³

Otra de las funciones de la OMC es la solución de diferencias, las relaciones comerciales a menudo llevan intereses contrapuestos, los contratos y los acuerdos, e inclusive las negociaciones establecidas en el sistema de la OMC, necesitan ser interpretados constantemente y la manera de resolver estas diferencias es mediante un procedimiento que se basa en un fundamento jurídico convenido dentro de la OMC.¹⁴

Acuerdos negociados en la OMC

Los Acuerdos de la OMC abarcan tres grupos: bienes, servicios y propiedad intelectual, en base a los cuales se han creado diferentes acuerdos, estos establecen principios de liberalización, así como excepciones, compromisos y acuerdos contraídos o negociados por los distintos gobiernos y a menudo estos acuerdos se conocen como las normas comerciales de la OMC. Es por esto que se describe a la OMC como un organismo que está “*basado en normas*”; y estas normas no son otra cosa que *acuerdos negociados*.¹⁵

En el gráfico No. 1 se muestra esta estructura:

¹² Cfr, OMC, *entender la OMC*, http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact1_s.htm, acceso 08 de marzo de 2010, 21:42

¹³ Cfr, MARTINEZ COLL Juan Carlos, *Organismos Económicos Internacionales*, <http://www.eumed.net/cursecon/16/16-5.htm>, acceso 10 de marzo de 2010, 21:35

¹⁴ Id.

¹⁵ OMC, *La OMC está “basada en normas” sus normas son acuerdos negociados*, http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/utw_chap2_s.pdf, acceso 11 de marzo de 2010, 20:32

**GRAFICO 1
ESTRUCTURA BÁSICA DE LOS ACUERDOS DE LA OMC**

<i>Acuerdo General</i>	ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECE LA OMC		
	Bienes	Servicios	Propiedad intelectual
<i>Principios básicos</i>	GATT	AGCS	ADPIC
<i>Pormenores adicionales</i>	Otros acuerdos sobre bienes y sus anexos	Anexos sobre servicios	
<i>Compromisos de acceso a los mercados</i>	Listas de compromisos de los países	Listas de compromisos de los países (y exenciones del trato NMF)	
<i>Solución de diferencias</i>	SOLUCIÓN DE DIFERENCIAS		
<i>Transparencia</i>	EXÁMENES DE LAS POLÍTICAS COMERCIALES		

Fuente: OMC
Elaboración: Librería en línea y estadísticas de la OMC
Recopilación: Emilene Carbalí

La OMC es el único organismo encargado de todos los asuntos concernientes al comercio internacional, las decisiones adoptadas son resultado de un consenso entre todos los países miembros, pero existen también fricciones comerciales en el desarrollo de los diferentes acuerdos y negociaciones; las mismas que se canalizan a través del mecanismo de solución de diferencias dentro de la OMC, buscando así lograr el objetivo de garantizar que las actividades comerciales entre los distintos de desarrollen bajo la normatividad establecida.

2.1.2 Ecuador en la OMC

En septiembre de 1992 Ecuador, a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, presentó su solicitud de adhesión a lo que en ese entonces era aún el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).

En enero de 1993 el Consejo de Representantes del GATT empezó el análisis del acceso de Ecuador, en el que se formularon más de 120 preguntas sobre el Régimen de Comercio Exterior del país. Por otra parte, en enero de 1994, Ecuador inició negociaciones bilaterales de acceso al mercado con Estados

Unidos, la Unión Europea, Japón, Canadá, Suiza, Australia, Nueva Zelandia y los países nórdicos, que son las partes contratantes del viejo sistema GATT, que usualmente la realizan a nombre de todos en virtud de la cláusula de la *nación más favorecida*.¹⁶

*La cláusula de la Nación más favorecida es uno de los componentes esenciales de los acuerdos de libre comercio, que establece la extensión automática de cualquier mejor tratamiento que se concederá o ya se ha concedido a uno de los miembros de la OMC a todas las demás partes en un acuerdo de comercio internacional.*¹⁷

El 1 de enero de 1995 cuando entró en funcionamiento la OMC, el Grupo de Trabajo designado para Ecuador; consideró la solicitud de adhesión exclusivamente para la OMC. Las negociaciones bilaterales concluyeron en mayo de ese mismo año y el 31 de julio el Consejo General de la OMC en sesión extraordinaria aprobó el Protocolo de Adhesión del Ecuador. Luego de un largo proceso de negociaciones el Ecuador finalmente ingresó a la Organización Mundial del Comercio en enero de 1996.¹⁸

Compromisos del Ecuador ante la OMC

Cuando el Ecuador obtuvo su membresía oficial en la Organización Mundial de Comercio (OMC), tuvo que emprender un proceso de adaptación y reformas legales, institucionales y políticas con el fin de adecuar el ordenamiento comercial a la normativa establecida por este Organismo Internacional, así como para cumplir con los compromisos establecidos.

Para poder ingresar a la OMC, el Ecuador negoció acuerdos en todos los productos agropecuarios sin excepción, y con su participación plena en la OMC, adquirió compromisos relacionados con política económica, importaciones, exportaciones, temas aduaneros, entre otros, de esta manera el Ecuador pasó a ser miembro activo dentro de esta organización.¹⁹

¹⁶ José, OLEAS, *Ecuador ingresa a la OMC*, Diario Hoy, Quito, 23 de enero de 1996, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>, acceso:15 de marzo de 2010, 21:19

¹⁷ RUIZ Hugo, *la Cláusula de la Nación más favorecida y el trato justo y equitativo*, <http://www.derechos.org/nizkor/econ/veneco.html>, acceso 11 de marzo de 2010, 22:15

¹⁸ José, OLEAS, art.cit.

¹⁹ Cfr, ANDRADE, Jimena, *Ecuador ingresa a la OMC*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>, acceso:18 de marzo de 2010, 21:47

Beneficios para el Ecuador con su ingreso a la OMC

Con su ingreso a la OMC, el Ecuador logró elevar ante la comunidad internacional la voz de protesta ante las prácticas comerciales desleales y perjudiciales para las economías en desarrollo.²⁰

Al ingresar el Ecuador a la OMC, tiene un trato especial y diferenciado, al ser considerado como un país en *vías de desarrollo*, por lo que los compromisos en materia comercial eran más flexibles que los aplicados a los países desarrollados.²¹

Esto quiere decir que el Ecuador no estaba obligado a liberalizar inmediata y totalmente su economía, sino que, dentro de este proceso mundial de apertura, continúa manteniendo un control de su comercio, y ha tenido la potestad de administrar de manera gradual el cambio a una globalización económica y comercial.

Las concesiones otorgadas por los países miembros de la OMC, benefician comercialmente al Ecuador puesto que existirán mayores oportunidades de ingreso a otros mercados que antes del ingreso del Ecuador a la OMC estaban vedados.²²

Según un informe de la Secretaría de la OMC sobre las políticas y prácticas comerciales del Ecuador emitido en junio de 2005, el país ha dado pasos sustanciales para liberalizar y mejorar la previsibilidad y transparencia de su régimen comercial mediante iniciativas autónomas, regionales y multilaterales, con la consolidación de todas sus líneas arancelarias.

Además este informe señala también que subsisten algunos obstáculos no arancelarios, en particular licencias de importación, además de largos procedimientos aduaneros y precios de referencia; las inversiones extranjeras por lo general tienen el beneficio del trato nacional, según el cual cada miembro

²⁰ Cfr. ORTEGA, Jorge Luis, *el Ecuador en la OMC*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>, acceso:18 de marzo de 2010, 22:05

²¹ Id.

²² Id.

concede a los nacionales de los demás el mismo trato que otorga a sus nacionales; pero existen restricciones a la inversión privada en algunos sectores.

Dentro del marco comercial, los países desarrollados están obligados a desmantelar en el mediano y largo plazo, todos los subsidios y prácticas comerciales desleales, que son el origen de todas las graves distorsiones en los mercados mundiales con un alto perjuicio en contra de los países pequeños.²³

2.1.3. Globalización y liberalización del comercio

El proceso denominado globalización se basa en el libre comercio; de acuerdo a este concepto, todos los países deberían beneficiarse de esta práctica al abrir sus fronteras al comercio.

Se considera que el comercio es la base del desarrollo, y es así que se han firmado acuerdos de Libre Comercio a nivel mundial y los impactos que traen consigo ya sean positivos o negativos, son una realidad al igual que la globalización.

Según el economista José Nicoletti, el proceso de la globalización comenzó con el final de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), con los acuerdos multilaterales del comercio internacional entre los que sobresale el GATT.

- El Acuerdo General de las Tarifas y el Comercio (el GATT - del General Agreement on Tariffs and Trade), en 1948. El GATT estableció los principios para la negociación entre los países, considerando reducciones de los aranceles aduaneros y de las restricciones al comercio internacional. Después de la creación del GATT, otros acuerdos habían sido firmados con el objetivo de reducir tarifas y otras barreras al comercio internacional, algunos de estos acuerdos que se firmaron son:
- Tratado de Roma (1957): con la creación de la Comunidad Económica Europea.

²³ Cfr. ORTEGA, Jorge Luis, *el Ecuador en la OMC*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>, acceso 18 de marzo de 2010, 22:31

- Acuerdo de libre comercio Norte Americano - NAFTA (1992): North American Free Trade Agreement.
- Tratado de Asunción (1991): que creó el Mercado Común del Sur (Mercosur).²⁴

Estos acuerdos marcaron un hito en el proceso de globalización y fueron también el punto de inicio de relaciones y alianzas comerciales, como la creación de la Comunidad Económica Europea que dio origen *la Unión Europea*.

En los años 80, el crecimiento del comercio extranjero ocasionó la globalización manifestada por medio de la reducción de las barreras al libre-comercio y del flujo libre de capitales entre las naciones. Como consecuencia de este fenómeno, aumentó el intercambio internacional de productos y servicios, así como el capital entre las fronteras.²⁵

Dentro del proceso de expansión económico, a partir del año 2000, la economía mundial experimentó un crecimiento, al que contribuyó la aceleración del *comercio internacional*, fruto del avance tecnológico y del esfuerzo concertado para reducir las barreras comerciales. Países como Chile y Brasil abrieron sus economías para aprovechar las oportunidades de desarrollo económico que ofrece el comercio internacional y su liberalización.²⁶

El Director General de la OMC en el año 2002 declaró:

*Los Miembros de la OMC y la liberalización del comercio pueden contribuir a promover la prosperidad, la estabilidad y la paz. La liberalización del comercio genera empleo y crecimiento, y las personas que se benefician de los intercambios comerciales crean estabilidad y la consolidan. La condición de Miembro de la OMC, o la perspectiva de adhesión, puede ayudar a afianzar las reformas económicas liberales y a promover la defensa del imperio de la ley. El sistema de solución de diferencias de la OMC proporciona a los países una válvula de seguridad vital para que resuelvan sus diferencias comerciales sin recurrir a la fuerza. Por lo tanto, la liberalización del comercio, la adhesión al imperio de la ley y la solución pacífica de las diferencias mediante un foro multilateral como la OMC, son todos ingredientes que contribuyen a crear un clima de estabilidad.*²⁷

²⁴ NICOLETTI, José, *La globalización de los mercados*, <http://es.shvoong.com/social-sciences/1761417-el-globalizaci%C3%B3n-los-mercados>, acceso 20 de marzo de 2010, 21:14

²⁵ Id.

²⁶ BHAGWATI, Jagdish, *Perspectivas de la economía mundial*, <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm#ii>, acceso 29 de marzo de 2010, 22:21

²⁷ OMC, *Conferencia de la OMC de Ministros de Comercio para Europa Central y Sudoriental*, acceso 30 de marzo de 2010, 21:13

Dentro de este contexto, los países miembros de la OMC continuaron con el proceso de liberalización de comercio a través de rondas de negociaciones.

A partir del año 2000, el comercio internacional y la interdependencia entre las economías de distintas naciones crecieron; el número de acuerdos comerciales aumentó constantemente desde principios de 1990, hasta alcanzar 368 en 2006, y se cree que para 2011 supere los 400. Al mismo tiempo, estos acuerdos se han convertido en un elemento *dinamizador* del sistema mundial de comercio.²⁸

Los países en vías de desarrollo también fueron parte del proceso de liberalización del comercio, desde finales de los años 1990, algunos países pequeños de América Latina como Chile, Perú, Argentina modificaron sus políticas comerciales con la finalidad de integrarse a la economía internacional para promover mayores niveles de exportaciones e importaciones, y usar activamente el comercio exterior como una herramienta hacia el desarrollo de sus regiones.

Las estrategias para liberalizar el comercio, difieren en cada país así como la política comercial que emplean los gobiernos para influir en el crecimiento y la naturaleza del comercio y la inversión. Los resultados esperados al iniciar estas políticas son semejantes porque lo que se busca es explotar ganancias de bienestar y aprovechar ventajas comparativas; como permitir a las empresas nacionales alcanzar economías de escala al acceder a un mercado internacional; recibir más inversión extranjera directa, lograr una asignación más eficiente y productiva de los recursos o permitir a los consumidores opciones de calidad.²⁹

2.2 Comercio de Servicios: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS)

2.2.1 Generalidades del AGCS

Este acuerdo es el primer y único conjunto de normas multilaterales que regulan el comercio internacional de servicios, su propósito es liberalizar progresivamente el comercio de servicios entre los miembros de la OMC. Fue

²⁸ CEPAL, *Instrumentos para la evaluación del impacto de acuerdos comerciales internacionales*, acceso 02 de abril de 2010, 14:21

²⁹ TREJOS, Alberto, *fortalecimiento de capacidades comerciales en las Américas*, http://www.eclac.org/publicaciones/xml/0/36380/Serie_110.pdf, acceso 02 de abril de 2010, 16:12

negociado en la Ronda Uruguay³⁰, se elaboró en respuesta al crecimiento de la economía de servicios y al mayor potencial de comercialización de éstos como consecuencia de la revolución de las comunicaciones en los años de 1990. Su propósito es liberalizar progresivamente el comercio de servicios entre los miembros de la OMC.³¹

El AGCS tiene los mismos objetivos que su equivalente en el comercio de mercancías: el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y surgió con el objetivo de crear un sistema creíble y fiable de normas comerciales internacionales; garantizar un trato equitativo a todos los participantes (principio de no discriminación); impulsar la actividad económica mediante consolidaciones garantizadas y fomentar el comercio y desarrollo a través de una liberalización progresiva.³²

Este Acuerdo consta de tres elementos: marco general de obligaciones fundamentales para todos los miembros de la OMC, listas nacionales de compromisos específicos para el acceso a los mercados y, finalmente, anexos que establecen condiciones especiales aplicables a diferentes sectores.³³

A continuación cada uno de estos elementos:

a) Marco general

El AGCS se caracteriza por su alcance universal, se aplica a cada uno de los servicios de todos los sectores, salvo los suministrados por el sector público.

El Acuerdo se basa en el principio de la cláusula de la nación más favorecida (NMF), según la que cada Estado miembro debe otorgar a los servicios y a los proveedores de cualquier otro país, un trato no menos favorable que el que conceda a los demás países miembros. Así, cada gobierno señala en su lista

³⁰ OMC, *La Ronda de Uruguay*, http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact5_s.htm, acceso 03 de abril de 2010, 12:48

³¹ UNCTAD, *el comercio de servicios y sus repercusiones en el desarrollo*, http://www.unctad.org/sp/docs/c1d71_sp.pdf, acceso 03 de abril de 2010, 13:12

³² OMC, *¿Cuál es la principal finalidad del AGCS?*, http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm, acceso 03 de abril de 2010, 13:25

³³ UNION EUROPEA, *resultados de las negociaciones de la Organización Mundial del Comercio sobre servicios*, http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/r11012_es.htm, acceso 03 de abril de 2010, 15:02

nacional los servicios a los que garantiza el acceso a su mercado, detallando las limitaciones que desea mantener a dicho acceso.

Para garantizar este proceso, el Acuerdo prevé obligar a los gobiernos a publicar todas las leyes y disposiciones pertinentes, estas medidas se aplicarán de forma razonable, objetiva e imparcial.³⁴

b) Listas de compromisos

En estas listas se señala que el acceso a los mercados y el trato nacional no constituye una obligación general, sino compromisos específicos que figuran en las listas nacionales del AGCS y que forman parte del Acuerdo, dichas listas establecen los servicios y actividades a los que se garantiza el acceso a los mercados y especifican las condiciones a las que se subordina dicho acceso.

Una vez firmadas, estas listas no podrán modificarse ni anularse sin la negociación previa de una compensación con el país afectado. Así, cada Estado miembro debe otorgar a los servicios y proveedores de todos los países miembros el trato establecido en su lista nacional.³⁵

c) Anexos

Este último elemento trata sobre diversos sectores de servicios, concebidos para tener en cuenta determinadas particularidades de los sectores en cuestión:

- El primer anexo, sobre el movimiento de personas físicas que autoriza a los gobiernos a negociar compromisos específicos aplicables a la estancia temporal de personas físicas en su territorio en relación con el suministro de un servicio.
- El relacionado con los servicios de transporte aéreo y derechos de tráfico aéreo.
- El anexo sobre servicios financieros, bancarios y de seguros, reconoce el derecho de los gobiernos a adoptar medidas para proteger a los inversores,

³⁴ OMC, *El acuerdo general sobre el comercio de servicios (AGCS): objetivos, alcance y disciplinas*, http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm#7, acceso 04 de abril de 2010, 16:10

³⁵ Id.

depositantes o tenedores de pólizas, el Acuerdo excluye de su ámbito de aplicación los servicios suministrados por los bancos centrales.

- Finalmente, el que trata sobre telecomunicaciones estipula que los gobiernos deben conceder a los proveedores de servicios de otro Estado miembro el acceso a las redes públicas de telecomunicaciones según determinadas modalidades y en condiciones razonables y no discriminatorias.³⁶

2.2.2 Clasificación del Comercio de Servicios

El comercio de servicios abarca una extensa variedad de actividades que están dentro de esta categoría, a continuación una tabla que muestra esta clasificación:

**TABLA 1
CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS**

1	SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS
	Servicios profesionales Servicios de informática y servicios conexos Servicios de Investigación y Desarrollo Servicios inmobiliarios Servicios de arrendamiento o alquiler sin operarios Otros servicios
2	SERVICIOS DE COMUNICACIONES
	Servicios postales Servicios de correos Servicios de telecomunicaciones Servicios audiovisuales Otros servicios
3	SERVICIOS DE CONSTRUCCION Y SERVICIOS DE INGENIERIA CONEXOS
	Trabajos generales de construcción para la edificación Trabajos generales de construcción para ingeniería civil Armado de construcciones prefabricadas y trabajos de instalación Trabajos de terminación de edificios Otros servicios
4	SERVICIOS DE DISTRIBUCION
	Servicios de comisionistas Servicios comerciales al por mayor Servicios comerciales al por menor Servicios de franquicia Otros servicios
5	SERVICIOS DE ENSEÑANZA
	Servicios de enseñanza primaria Servicios de enseñanza secundaria

³⁶ Id.

	<p>Servicios de enseñanza superior</p> <p>Servicios de enseñanza de adultos n.c.p.</p> <p>Otros servicios de enseñanza</p>
6	SERVICIOS RELACIONADOS CON EL MEDIO AMBIENTE
	<p>Servicios de alcantarillado</p> <p>Servicios de eliminación de desperdicios</p> <p>Servicios de saneamiento y servicios similares</p> <p>Otros servicios</p>
7	SERVICIOS FINANCIEROS
	<p>Todos los servicios de seguros y relacionados con los seguros</p> <p>Servicios bancarios y otros servicios financieros</p> <p>Otros servicios</p>
8	SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD
	<p>Servicios de hospital</p> <p>Otros servicios de salud humana</p> <p>Servicios sociales</p> <p>Otros servicios</p>
9	SERVICIOS DE TURISMO Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LOS VIAJES
	<p>Hoteles y restaurantes</p> <p>Servicios de agencias de viajes y organización de viajes en grupo</p> <p>Servicios de guías de turismo</p> <p>Otros servicios</p>
10	SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO, CULTURALES Y DEPORTIVOS
	<p>Servicios de espectáculos</p> <p>Servicios de agencias de noticias</p> <p>Servicios de bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales</p> <p>Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento</p> <p>Otros servicios</p>
11	SERVICIOS DE TRANSPORTE
	<p>Servicios de transporte marítimo</p> <p>Transporte por vías navegables interiores</p> <p>Servicios de transporte aéreo</p> <p>Transporte por el espacio</p> <p>Servicios de transporte por ferrocarril</p> <p>Servicios de transporte por carretera</p> <p>Servicios de transporte por tuberías</p> <p>Servicios auxiliares en relación con todos los medios de transporte</p> <p>Otros servicios de transporte</p>
12	OTROS SERVICIOS

Fuente: OMC
Elaboración: Emilene Carbalí
Recopilación: Emilene Carbalí

2.2.3 El comercio de servicios y su importancia dentro del Comercio mundial

Las cuestiones relativas al sector tomaron importancia a partir del año 2000, cuando en la Ronda de Uruguay se tomó la decisión de negociar un marco multilateral específico para el comercio de servicios que se buscaba la liberalización progresiva de estos.

Las que conciernen a la relación entre los servicios y el desarrollo son tomadas en cuenta dentro de la OMC, y llegaron a ocupar el primer plano en la conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) que estableció que existía la necesidad de integrar el sector de los servicios en el marco de las estrategias generales de desarrollo.³⁷

Los servicios representan el 20% del comercio total y son consideradas actividades genuinamente nacionales que cada vez adquieren mayor movilidad internacional, esta tendencia creció debido a la introducción de nuevas tecnologías, unidas a los cambios en las preferencias de los consumidores. Estas innovaciones técnicas y normativas potenciaron la “comerciabilidad” de los servicios e hicieron necesario el establecimiento de disciplinas y normativas internacionales que rijan esta rama del comercio.³⁸

Hasta el año 2009, los servicios representaron más de dos tercios del producto interno bruto (PIB) mundial, la parte del valor añadido de los servicios en el PIB tiende a aumentar significativamente con el nivel de ingresos de los países, de la siguiente manera: el 72% en los países de ingresos altos, el 54% en los países de ingresos medios y el 45% en los países bajos. Incluso en este último grupo de países, la producción de servicios es en general una actividad económica básica, cuya contribución al PIB es superior a la de la industria y la agricultura.³⁹

De acuerdo a datos obtenidos de la OMC, el sector de servicios es la alternativa más representativa del comercio internacional ya que manifiesta la misma concentración geográfica y mercantil que caracteriza al comercio de bienes.

³⁷ Cfr., NACIONES UNIDAS, *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, New York, 1991, p. 4

³⁸ OMC, *el acuerdo general sobre el comercio de servicios (AGCS): objetivos, alcance y disciplinas*,

http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm, acceso 03 de abril de 2010, 14:03

³⁹ OMC, *la medición del comercio de servicios*, http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/services_training_module_s.pdf, acceso 17 de abril de 2010, 22:15

Además es considerado el sector de *más rápido crecimiento* de la economía mundial y constituyen también un tercio del empleo mundial y cerca del 20% del comercio mundial.⁴⁰

Algunas naciones industrializadas, como Estados Unidos, Japón, Canadá y Suiza tienen a su cargo más del 60% del intercambio de servicios comerciales, y 40 países desarrollados, captan el 91,8% de este comercio. Las naciones industrializadas concentran cerca del 50% de sus exportaciones de servicios comerciales. En las naciones con economías en desarrollo, los mayores ingresos se deben a la categoría renta del trabajo.⁴¹

Las exportaciones mundiales de *servicios comerciales* ascendieron a 3,3 billones de dólares EE.UU. en 2008, después de crecer a una media del 8,5 por ciento al año en valor desde 1990. El comercio de *servicios comerciales* creció más que el comercio de *mercancías* (el 7,5 por ciento en promedio) durante este período, aumentando su participación en el comercio mundial total en 3 puntos porcentuales. En 2007, los *servicios* representaron aproximadamente el 19% del total del comercio mundial.⁴²

El comercio de servicios, a causa de su naturaleza intangible está sujeto intrínsecamente a más limitaciones que el comercio de mercancías. En tanto que un producto tangible puede ser producido, almacenado, trasladado y consumido en diferentes momentos y lugares, la prestación de un servicio intangible raramente está dissociada de su producción y consumo y requiere la proximidad del proveedor y del consumidor, lo que ha llevado a los proveedores a suministrar sus productos mediante la presencia comercial en el extranjero, es decir el establecimiento de filiales extranjeras.⁴³

Una de las categorías que presenta un aumento en el movimiento del comercio internacional de servicios es la de *Viajes y Turismo*, que es el tema en el que se centrará la investigación.

⁴⁰ Id.

⁴¹ OMC , *entender la OMC y sus acuerdos*, http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm6_s.htm, acceso 03 de abril de 2010, 21:56

⁴² OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos), *Statistics on International Trade in Services*, www.oecd.or/index.aspx, acceso 20 de abril de 2010, 21:30

⁴³ Id

Es creadora de uno de cada diez empleos existentes a escala mundial y se ha convertido en el principal motor del crecimiento económico en muchos países en desarrollo y economías en transición.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), las llegadas internacionales de turistas a nivel mundial crecieron anualmente 6.8% de 1980 al 2005, pasando de 25 millones a 698 millones, superando las proyecciones de este organismo, convirtiéndose en una de las industrias de mayor crecimiento a nivel mundial.

El turismo emplea directa e indirectamente 231 millones de personas o uno de cada 10 trabajadores, representa el 11% de todos los gastos con un estimado de US\$900 mil millones de pago en impuestos personales e internacionales de consumidores, 11.3% de todas las inversiones de capital, y 6.7% de los gastos públicos.⁴⁴

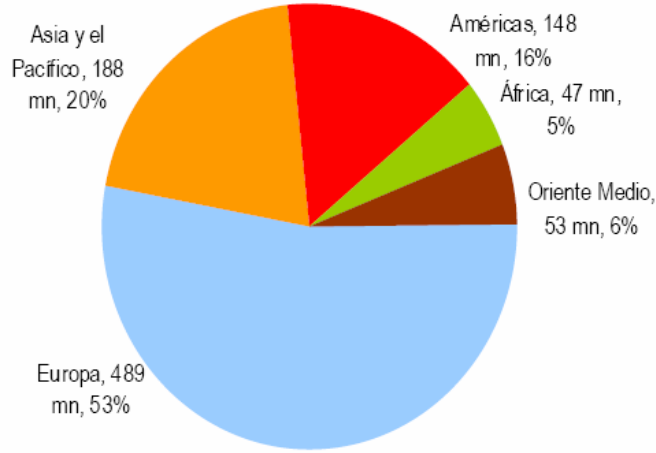
En el año 2008 los ingresos totales del turismo internacional sobrepasaron a todas las demás categorías de comercio, representando el 12% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y esta importancia ha ido en aumento. El interés por temas ambientales y culturales; las nuevas tecnologías de información, comunicación y transporte; así como la migración que favorece los desplazamientos de población entre países.⁴⁵

A continuación el gráfico No. 2 muestra los destinos preferidos por los turistas a nivel mundial.

⁴⁴ OMT, *estadísticas y cuenta satélite de turismo*, <http://www.unwto.org/estadisticas/index.htm>, acceso 25 de abril de 2010, 17:18

⁴⁵ Id.

GRAFICO 2
LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES 2008



Fuente: Organización Mundial del Turismo
Elaboración: Organización Mundial del Turismo
Recopilación: Emilene Carbalí

2.3 Organización Mundial del Turismo-OMT

2.3.1 Realidad Institucional de la OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT), es un organismo especializado de las Naciones Unidas que representa la principal institución internacional en el campo del turismo que constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y desempeña un papel central y decisivo en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible prestando especial atención a los intereses de los países en desarrollo. ⁴⁶

La OMT, busca promover el cumplimiento del Código Ético Mundial para el Turismo, con miras a garantizar que los países miembros, los destinos turísticos y las empresas maximicen los efectos económicos, sociales y culturales positivos del turismo y maximicen sus beneficios, reduciendo al mínimo los impactos ambientales y sociales negativos.

Otra función de La Organización Mundial del Turismo es la colaboración entre el sector público y privado, la misma resulta esencial para el desarrollo

⁴⁶ OMT, *acerca de la OMT*, http://www.unwto.org/aboutwto/index_s.php, acceso 20 de abril de 2010, 22:18

positivo del turismo; para ello existe un área dentro de la organización conocida como la *Secretaría*, que se encarga de facilitar este proceso con el fin de desarrollar un proyecto turístico sostenible, compartido con el conocimiento y experiencia mundial, para innovar y expandir las actividades de empresas u organizaciones.

2.3.2 Fortalezas y Debilidades del sector turístico

Fortalezas

El turismo es un elemento dinamizante económico y social, por ser una industria que ofrece oportunidades para el desarrollo humano, se ha convertido en una de las mayores fuentes de ingresos, ya que tiene efecto en la creación de empleos, generación de divisas y en el crecimiento económico de los países receptores de turismo.

Debido al uso intensivo de mano de obra dentro del turismo, este genera 200 millones en puestos de trabajo; y proyecta la generación de 5 millones de nuevas fuentes de empleo en el mundo por año. Los trabajadores de este sector son considerados exportadores de servicios; como es el caso de quienes venden artesanías, realizan espectáculos culturales, o aquellos que trabajan en alojamientos turísticos.⁴⁷

Por otro lado, dentro del desarrollo sostenible de cada país, el turismo es un agente primordial que promueve la inversión estatal para la construcción y mejoramiento de la infraestructura; esto implica la prevención, cuidado y restauración de los recursos arquitectónicos, históricos y culturales, lo cual ayuda a promocionar los destinos turísticos, convirtiéndose también en acciones permanentes para mejorar la calidad de vida los habitantes en cada región.⁴⁸

Al tomar en cuenta la gran oferta de empresas, destinos y productos relacionados con el turismo, que buscan mejorar la calidad de los servicios que ofrecen, se pone a prueba el liderazgo y las gestiones empresariales de las mismas, el consumidor siempre tendrá un papel protagónico al decidir acerca del

⁴⁷ OMC, *servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes*, http://www.wto.org/spanish/tratop/serv_s/tourism_s/tourism_s.htm, acceso 22 de abril de 2010, 18:37

⁴⁸ Cfr, UNWTO, *respuestas del turismo mundial a los nuevos retos de la economía mundial*, http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_1.pdf, acceso 26 de abril de 2010, 22:06

bien o servicio que desea adquirir, lo que obliga a las empresas a ser innovadoras para ganar la confianza de sus consumidores; compitiendo para mejorar su posición en el mercado, esto conduce a la búsqueda de alianzas empresariales así como a la cooperación entre los diferentes actores del mercado comercial con el objetivo de ofrecer siempre respuestas adecuadas para sus clientes.⁴⁹

Otro de los aspectos que ha revolucionado el turismo y el comercio mundial es el uso e implemento de nuevas tecnologías en Internet, ofreciendo una serie de oportunidades a las empresas y a los turistas porque no requiere la implantación física de una agencia de viajes, lo que facilita la elección de destinos turísticos para los clientes.

El tener una compañía o empresa turística en la Red ofrece muchas ventajas; por ejemplo, los costes operativos son inferiores a los de una empresa turística tradicional, lo que posibilita la transformación de las fuertes inversiones iniciales en rentables, una vez que se consigue un número elevado de usuarios que minimizan los costos de ofrecer un servicio en Internet.⁵⁰

Otra de las fortalezas de este sector, es el *turismo virtual* que ofrece a las empresas turísticas la posibilidad de aprovechar su clientela como base de su negocio on line, al tiempo que amplía su oferta de productos, pensando en los clientes y en la forma de hacer frente a la creciente competencia existente en este negocio. Esta base de clientes supone una ventaja competitiva sobre las empresas que tratan de instalarse en un país.⁵¹

La incorporación del tema cultural en el turismo es otro factor importante porque representa el contexto general en que se desarrolla la actividad turística, los visitantes siempre tendrán contacto con la cultura receptora, y al ser parte de las costumbres y actividades de las comunidades rurales y urbanas se asumen como un recurso para el despliegue de actividades turísticas.

⁴⁹ ROJAS, Jorge, *turismo en el mundo*, <http://www.mundoturismo.com/kira-1018.blogdiario>, acceso 26 de abril de 2010, 22:36

⁵⁰ REDONDO, Rosana, *impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico*, http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5_Pablo%20Redondo%20y%20Juberias%20Caceres.pdf, acceso 28 de abril de 2010, 21:49

⁵¹ Id.

La cultura otorga entonces, un valor agregado al producto turístico y lo convierte en una industria culturismo.⁵²

Son varios los desafíos que se deben enfrentar en la industria del turismo, es por esto que la OMT se propone acompañar a sus miembros en la formulación de sus políticas, replanteando la relación entre turismo y diversidad cultural, entre turismo y diálogo intercultural, y entre turismo y desarrollo. De este modo busca contribuir con la lucha contra la pobreza, la defensa del medio ambiente y el aprecio internacional del turismo.⁵³

Debilidades

Ningún sector económico ha sido inmune al proceso de desaceleración en el que está inmersa la economía mundial especialmente desde la crisis económica del año 2008 que afectó preponderantemente el sector de la construcción en Estados Unidos pero en otros países como España, el turismo se vio fuertemente afectado al ser uno de los pilares de la actividad económica, por ser un destino turístico barato.⁵⁴

La escena económica global del 2008 afectó la industria turística mundial, no sólo porque miles de turistas dejaron de viajar, sino también porque proyectos turísticos multimillonarios quedaron en el abandono y cientos de trabajadores fueron despedidos ya que las empresas se declararon en bancarrota y alrededor del 40% de empleados de empresas hoteleras perdieron sus empleos debido a llegaron a tener las tasas de ocupación más bajas.

La crisis afectó a varios sectores relacionados con el turismo, uno de ellos fueron las aerolíneas, algunas compañías como American Airlines redujeron sus vuelos en un 44 %, y otras aerolíneas lo hicieron en un 14 %, las Agencias de

⁵² Cfr. OEI Organización de Estados Iberoamericanos, *la cultura y el turismo como medio de desarrollo socioeconómico*, <http://www.oei.es/cultura/culturamhmejia.htm>, acceso 28 de abril de 2010, 22:08

⁵³ OMT, *acerca de la OMT*, http://www.unwto.org/aboutwto/index_s.php, acceso 28 de abril de 2010, 22:18

⁵⁴ MADRID, Gracia, *La crisis ahoga los beneficios del sector turístico*, <http://www.expansion.com/2008/04/16/economia-politica/1112766.html>, acceso 01 de mayo de 2010, 20:49

Viajes se vieron desoladas y muchos hoteles tuvieron que reducir sus tarifas en un 50%.⁵⁵

La actividad turística envuelve muchos sectores: hoteles, transportes, restaurantes, agencias de viajes, etc. por lo que, al hablar de crisis económica en el turismo, son varios los segmentos que se verán afectados debido a la interdependencia de estos.

El turismo, al tratarse de un servicio, posee rasgos que lo diferencian de otros productos, tales como su intangibilidad, imposibilidad de ser almacenados, heterogeneidad, simultaneidad de producción y consumo,⁵⁶ lo que hace que este sector se puede ver afectado por estafas y alteraciones en la Red, y en consecuencia, los consumidores asumen un significativo nivel de *riesgo* al realizar sus compras de servicios por Internet lo que puede desprestigiar la credibilidad de las agencias de viaje on line.

En el turismo existen factores impredecibles como los desastres naturales, el terrorismo, las guerras, etc. que pueden afectar notablemente el desarrollo de las actividades turísticas de un país al provocar un cambio de actitud en los turistas a la hora de elegir un destino, porque uno de los aspectos determinantes en el sector turístico es la *actitud del turista*.⁵⁷

Las catástrofes son situaciones excepcionales y como tales van a generar repercusiones en las actividades turísticas de una región, por ejemplo cuando se suscitó el tsunami en el sudeste asiático y sus costas fueron devastadas en el año 2005, alrededor de 10.000 personas perdieron sus empleos debido al colapso del turismo, principal industria de Tailandia, uno de los países más afectados; y el índice de ocupación hotelera se ha desplomó en un 90%., previo al tsunami, el turismo aportaba a la región unos US\$30.000 millones al año.⁵⁸

⁵⁵ LLORENTE Carmen, *Los empresarios turísticos alertan de que el sector ya nota la crisis*,

<http://www.elmundo.es/mundodinero/2008/07/22/economia/1216722947.html>, acceso 01 de mayo de 2010, 21:14

⁵⁶ Cfr, JUBERIAS, Gema, *impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico*, <http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5>, acceso 02 de mayo de 2010, 21:03

⁵⁷ REY MARCOS, Francisco, *Los desastres "naturales" producidos por el Cambio Climático afectan cada vez más a Europa*, <http://www.ecoportel.net/content/view/full/72475>, acceso 02 de mayo de 2010, 21:18

⁵⁸ BBC MUNDO, *El tsunami provoca una grave crisis turística en Asia*, <http://www.bbc.co.uk/mundo>, acceso 02 de mayo de 2010, 22:03

El atentado del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos; ocasionó una caída del turismo; las aerolíneas tuvieron pérdidas millonarias, el aumento de la seguridad y el incremento de las tasas de seguro fueron notables en los días posteriores al ataque. El turismo es la entrada individual de divisas más grande en 16 de los 28 países de la región y como resultado de los trágicos sucesos, el 60% de las personas que viajan por placer tenían pensado hacer menos viajes a este país y los hoteleros de todo el Caribe también reportaron un descenso en las tasas de ocupación.⁵⁹

El comportamiento de los turistas es clave dentro del contexto del turismo, es así que resulta comprensible ver como destinos turísticos que antes de un atentado terrorista o de un desastre natural eran muy demandados, después de estos acontecimientos redujeron el número de visitantes.

En otro ámbito, el desarrollo del turismo representa una cantidad de dinero en el presupuesto de los gobiernos locales; los empresarios de esta industria buscan que el gobierno mejore aeropuertos, caminos y otras infraestructuras, y posiblemente que se les proporcione tratos especiales y ventajas financieras, que son actividades costosas para el gobierno lo que se convierte en una debilidad para este sector.⁶⁰

2.3.3 Organismos y acciones internacionales para promover el turismo a nivel mundial

La OMT no es la única organización encargada de promover el turismo mundial, existen alianzas y proyectos establecidos por varias entidades internacionales que se han creado con la finalidad de respaldar las actividades turísticas en todo el mundo. A continuación una descripción de estas organizaciones:

- **Alianza Internacional para el Mercadeo y Comercialización de Productos y Servicios de Turismo Sostenible**, establecida por el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo, tiene como objetivo

⁵⁹ GIRVAN, Norman, *terrorismo, turismo y comercio*, <http://www.acs-aec.org/columna/index2.htm>, acceso 02 de mayo de 2010, 22:37

⁶⁰ PNUMA, *Turismo sustentable*, http://www.pnuma.org/industria/turismo_sustentable.php, acceso 03 de mayo de 2010, 21:11

aumentar la competitividad y reconocimiento internacional de pequeñas y medianas empresas que han adoptado las buenas prácticas de gestión en los países latinoamericanos participantes para crear enlaces con el mercado internacional para compañías turísticas que demuestran un compromiso comprobado con el bienestar del ambiente y de las comunidades locales.⁶¹

- **Alianza del Patrimonio Mundial para el Desarrollo Sostenible** es una iniciativa dirigida a la industria turística, basada en un modelo de membresía y liderada por la agencia de viajes online *Expedia* y la Fundación de las Naciones Unidas. Esta Alianza cuenta con 50 miembros y socios que trabajan en conjunto para contribuir con la conservación de sitios Patrimonio Mundial en siete países distintos. Los asociados creen que la realización de esfuerzos consecuentes por parte de la industria turística y sus clientes puede contribuir directamente con la conservación de la naturaleza, la preservación histórica y la reducción de la pobreza a través del turismo sostenible.⁶²
- **Iniciativa para la Conservación de la Amazonía Andina**, financiada por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), es promover la sostenibilidad de la cuenca amazónica a largo plazo y proteger su rica biodiversidad ayudando a los grupos de las regiones amazónicas a atraer el número creciente de viajeros responsables y a hacer del turismo una herramienta efectiva de apoyo a la conservación y al desarrollo socioeconómico en áreas protegidas.
- **Consejo de Acreditación para los Certificadores en Turismo Sostenible.** Los bosques, las playas remotas y otros ambientes frágiles han atraído un número de visitantes que han permitido el crecimiento de este turismo, basado en la naturaleza; ha acelerado el desarrollo de un creciente número de programas de certificación independientes, todos enfocados en controlar el desarrollo sin supervisión y fomentar la responsabilidad entre los hoteles y los tour operadores.⁶³

⁶¹ RAINFORESTE ALLIANCE, *iniciativas de turismo sostenible*, http://www.rainforestalliance.org/tourism_spanish.cfm?id=initiatives, acceso 03 de mayo de 2010, 21:18

⁶² Id.

⁶³ Id.

Organizaciones no gubernamentales, agencias intergubernamentales y representantes de la industria tomaron parte en este programa de certificación de alta calidad para turismo sostenible y ecoturismo que promoverá el reconocimiento global de este programa.⁶⁴

Acciones para promover el turismo a nivel internacional

Una de las estrategias de promoción turística que sigue implementándose en todo el mundo, es la realización de ferias de turismo.

Las ferias son una ventana de oportunidades al mundo, cuyo objetivo principal es promover la actividad turística proporcionando información sobre destinos, secretarías de turismo locales, líneas aéreas, agencias de viajes y todos los establecimientos relacionados con la industria de los viajes.

Para el año 2010 se tienen previstas alrededor de 25 ferias de turismo en lugares como Dubai, Australia, Alemania, Singapur, Polonia, entre otros, mediante la organización de estas ferias se pretende incentivar la participación de distintos países que con el apoyo y trabajo conjunto de gobiernos, ministerios de turismo y organismos locales buscan promover sus programas, proyectos y actividades locales que propicien el desarrollo y fomento de la promoción de sus destinos.⁶⁵

Para facilitar la llegada de viajeros internacionales e incrementar el flujo de turistas, en países como Colombia, Brasil o Argentina no se requiere la obtención de visa para ingresar.

Mediante esta medida, se fortalece la competitividad internacional de los países frente a otros destinos turísticos que si requieren visa, bajo la estrategia del gobierno local de consolidar al turismo como prioridad nacional para el desarrollo económico de cada país.

Las Alianzas entre diferentes empresas del sector turístico, constituyen otra de las estrategias en este sector; algunas aerolíneas como Air Comet, Lan e Iberia

⁶⁴ Id.

⁶⁵ Cfr, MUNDO FERIAS, *ferias de turismo*, <http://www.mundoferias.com/ferias-de-turismo/2.html>, acceso 15 de mayo de 2010, 16:28

a partir del año 2008 decidieron incrementar sus frecuencias desde y hacia América Latina y Europa, sumado a esto el apoyo cooperado para vender en los vuelos artesanías y exhibir material promocional que entreguen los Ministerios de Turismo de los países involucrados.⁶⁶

Las acciones individuales o conjuntas adoptadas por cada país en materia de turismo, no tienen límites al momento de crear estrategias para contribuir con el crecimiento y promoción de este sector, por lo cual resulta trascendental el apoyo que se pueda lograr tanto con la empresa pública como privada.

⁶⁶ Cfr, DIARIO TURÍSTICO LATINOAMERICANO, *aerolíneas fortalecen estrategias de servicio*, <http://www.trafficnews.ec/Aero%C3%ADneas/aerogal-fortalece-estrategias-de-servicios-para-manabi.html>, acceso 16 de mayo de 2010, 14:56

CAPÍTULO III EL TURISMO EN ECUADOR

3.1 Ministerio de Turismo en el Ecuador

3.1.1 El rol del Ministerio de Turismo para la promoción turística en el Ecuador

El Ministerio de Turismo es la organización estatal encargada de la promoción y difusión turística del Ecuador, cuya misión es fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador para promocionar los destinos y productos turísticos del Ecuador.

Objetivos del Ministerio de Turismo

Sus objetivos contemplan dinamizar la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población y fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad.

Para lograr el cumplimiento de estos objetivos, el Ministerio de Turismo busca el apoyo de la empresa pública y privada para así lograr el fortalecimiento de su rol como parte del Estado, persigue también el trabajo conjunto con los gobiernos seccionales y grupos comunitarios relacionados con el sector turístico.

El Ministerio se encarga también de la descentralización y fortalecimiento de los entes seccionales, mediante la participación ciudadana y concertación con los diferentes actores así como de la creación de planes estratégicos de mercadeo, publicidad, marketing, promoción y ventas para promover el turismo interno y fortalecer la oferta nacional e internacional, enmarcados en una política de turismo sostenible e inclusivo.⁶⁷

⁶⁷ Cfr, MINISTERIO DE TURISMO, *Ecuador apoya la feria Ecuador turismo 2009*, http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1170&Itemid=59, acceso 01 de junio de 2010, 22:32

La Tabla 2. muestra la cantidad de visitantes extranjeros que llegan al país:

**TABLA 2
ENTRADAS Y SALIDAS EN EL ECUADOR**

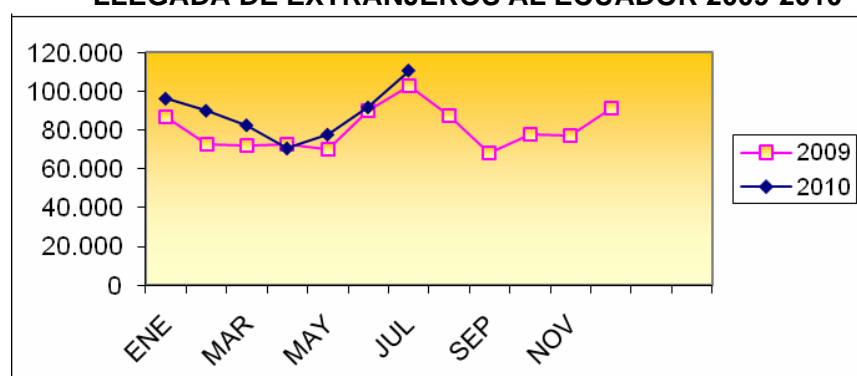
2006-2010

2006 2007 2008 2009 2010 VAR%

ENE	78.856	84.070	92.378	86.544	96.092	11,03
FEB	63.408	69.534	74.174	72.742	89.912	23,60
MAR	63.504	74.929	77.946	72.226	82.421	14,12
ABR	62.108	67.788	67.557	72.910	70.538	-3,25
MAY	57.275	68.583	74.667	70.277	77.619	10,45
JUN	71.789	85.769	89.262	89.889	91.588	1,89
JUL	89.829	101.088	109.250	102.571	110.543	7,77
Subtotal	486.769	551.761	585.234	567.159	618.713	9,09
AGO	77.826	91.309	96.336	87.221		
SEP	65.198	64.966	73.757	68.124		
OCT	66.538	72.365	79.814	77.960		
NOV	65.359	73.273	83.458	76.965		
DIC	78.865	83.813	86.698	91.070		
TOTAL	840.555	937.487	1.005.297	968.499		

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2006- 2007-2009)
Elaboración: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística
Recopilación: Emilene Carbalí

**GRAFICO 3
LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR 2009-2010**



Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC
Elaboración: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística
Recopilación: Emilene Carbalí

Los principales países de origen de los turistas que llegan al país son los Estados Unidos, Colombia y Perú, solamente estos tres países sumaron 592000

visitantes, representan el 59% del total de extranjeros que llegaron a Ecuador en 2008.⁶⁸

Dentro de las actividades de promoción turística que se llevan a cabo en el Ecuador; en el año 2003 inició la estructuración de un *Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador* cuyo objetivo fundamental era generar el interés en mercados internacionales; para ello se desarrollaron varias estrategias de marketing que se enfocaron en la difusión de destino mediante la prensa, y, en el caso de la industria turística fortaleciendo la creación de su oferta para mejorar las condiciones de servicio y brindar acciones de satisfacción en el consumidor final.⁶⁹

El primer resultado de este Plan Integral de Marketing Turístico fue la creación de la *marca país*, que buscaba proyectar una imagen gráfica que caracterice al Ecuador y a sus clúster turísticos.

Esa idea recibió el apoyo de la Presidencia de la República, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Integración, Comercio Exterior, Pesca y Competitividad y de la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), entidades que, luego de varios análisis y estudios, convocaron a empresas de comunicación visual a un concurso para crear esa "marca país".⁷⁰

La creación de la marca país: *Ecuador, la vida en estado puro*, se basó en la utilización de los cuatro mundos: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos como elementos estratégicos de mercado, que resumen al Ecuador como un país que concentra la mayor diversidad natural por kilómetro cuadrado.

⁶⁸ DIARIO HOY, JR, *en los últimos dos meses turismo ecuatoriano se recuperó en un 5%*, HOY, Quito, 19 de agosto de 2010, sección negocios, p 3

⁶⁹ MINISTERIO DE TURISMO, *Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador*, http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=913:marca-turica-del-paestn-aviresidencial&catid=98:archivos-2008&Itemid=153, acceso 12 de junio de 2010, 16:19

⁷⁰ CFR, TRUJILLO, Ernesto, *marca país e imagen Corporativa del Ministerio de Turismo*, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/etrujillo.html>, acceso 07 de junio de 2010, 21:55

**IMAGEN 1
MARCA PAÍS**



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: Ministerio de Turismo
Recopilación: Emilene Carbalí

Esta marca representa las características de la oferta turística que tiene el Ecuador, basado en sus fortalezas turísticas como su Patrimonio Natural y Cultural que expresa su identidad y se convierte en el elemento central del recuerdo mental en el mercado, convirtiéndose así en su activo intangible más importante, el mensaje permanente es una frase corta “*La Vida en Estado Puro*” que acompaña a la marca complementando el mensaje gráfico de la misma, constituyéndose así en la fórmula de posicionamiento competitivo.⁷¹

La simbología representa, a las cuatro regiones del país: amarillo, azul y rojo que identifican los colores de la bandera ecuatoriana y el verde, que evidencia y la biodiversidad del Ecuador, el sistema de colores facilita la comunicación e identificación de las cuatro regiones.⁷²

Una vez creada la *marca país*, El Ministerio de Turismo, con otros organismos y empresas, desarrollaron una estrategia de posicionamiento y difusión de la *marca país*, la misma que se registró en el Instituto de Propiedad Intelectual IEPI, lo que ha permitido su consolidación en el mercado nacional e internacional siendo un emblema turístico que identifica al Ecuador y que lo distingue del resto de naciones.

⁷¹ TRAVEL ECUADOR, *marca turística del Ecuador*,
http://www.ecuador.us/news/archives/ecuador_tourism/marca_turistica_del_ecuador/, acceso 12 de junio de 2010, 16:08

⁷² Id.

La participación del Ministerio de Turismo es trascendente en la difusión del Ecuador como destino tanto a nivel nacional como internacional ya que son varias las actividades que se han llevado a cabo con el fin de tener establecido un Plan que permita tomar acciones concretas en lo que se refiere a Marketing turístico.

2.1.2 Políticas estatales para la promoción turística

Una de las acciones que los gobiernos de turno han llevado a cabo es la participación en ferias. En el año 2008, bajo el lema **“Ecuador pionero y líder del turismo sostenible en el mundo”**, el Ministerio de Turismo y el Fondo de Promoción Turística del Ecuador junto con 33 empresas y entidades turísticas del país, participaron en las Ferias de turismo más grandes a escala mundial: ITB, en Berlín-Alemania, que reunió a 10 923 expositores de 180 países del mundo, la feria la World Travel Market (WTM) de Londres, y luego la Fitur que se realizó en Madrid- España.⁷³

Estas son las tres ferias más importantes que se desarrollan en Europa, tour operadores, gobiernos seccionales, hoteles y líneas aéreas, participan con el objetivo de conquistar nuevos mercados emisores e incrementar el número de visitantes provenientes de ese continente.

La estrategia de comunicación estuvo basada en el PLANDETUR 2020 que plantea al Ecuador como un destino turístico de calidad que apunta al bien vivir de todos los actores involucrados, el mismo que fue presentado en las ferias.⁷⁴

Por otro lado, en noviembre de 2008, el Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Mundial de Turismo y el Ministerio de Turismo del Ecuador, trabajaron en el diseño de un modelo de turismo sostenible para la Reserva de la Biosfera de Yasuní.

Representantes de los dos Organismos Internacionales, llevaron a cabo una salida de campo al territorio Waorani, con el fin de conocer de manea directa

⁷³ Cfr, MINISTERIO DE TURISMO, en *Berlín: 33 empresas y entidades turísticas promocionarán Ecuador en la feria ITB 2008*, http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=525:en-berl-33-empresas-y-entidades-turisticas-promocionarecuador-en-la-feria-itb-2008-&catid=98:archivos-2008&Itemid=153, acceso 10 de octubre de 2010, 13:27

⁷⁴ Id.

las formas de operación turística, y formularon un código de conducta consensuado entre todos los actores locales que permitió asegurar el manejo local y sostenible de la actividad turística en ese territorio tomando en cuenta la temática social, económica, cultural y ambiental.⁷⁵

En febrero de 2009 la Organización Mundial de Turismo, brindó también asistencia técnica al Ecuador, para reactivar la Cuenta Satélite de Turismo.

La Ministra de Turismo del año 2009, Verónica Sión de Josse, mantuvo varias reuniones de trabajo con las máximas autoridades de la OMT y consiguió que una misión de técnicos visiten el país.

La Cuenta Satélite de Turismo -CST- es un sistema de información macroeconómica que permite identificar y dimensionar la importancia de la contribución del turismo en la economía del país, al tiempo que posibilita precisar las actividades productivas cuya expansión se asocian de modo directo al gasto de los visitantes en un país.⁷⁶

En cuanto a las actividades realizadas a nivel nacional, en el 2009 se llevó a cabo la más grande feria de turismo en el país, "*Ecuador Turismo 2009*" enfocada a fortalecer el turismo interno.

La Feria utilizó una nueva dinámica donde el visitante participaba activamente en el evento con los expositores, rondas de negocios nacionales, seminarios, premios a los mejores productos turísticos, entre otras actividades. Lo que se buscaba a través de esta feria era fortalecer las empresas turísticas ecuatorianas y fomentar la interrelación entre ellas, con miras a ofrecer paquetes turísticos de calidad y precios al turista ecuatoriano que quiere conocer el país.⁷⁷

A inicios del 2010, Ecuador fue sede La Tercera Reunión de Ministros de Turismo de los países que integran la Alianza Bolivariana para los Pueblos de nuestra América (ALBA), los ministros de Turismo de Ecuador, Venezuela,

⁷⁵ ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, *turismo sostenible y gobernanza local en la amazonía ecuatoriana*, http://www.un.org.ec/pages/interna_agencias.php?txtCodilInfo=80, acceso 10 de octubre de 2010, 16:15

⁷⁶ MINISTERIO DE TURISMO, *OMT dará asistencia técnica para reactivar cuenta satélite de Turismo*, acceso 10 de octubre de 2010, 15:39

⁷⁷ VISITA ECUADOR, *arranca la séptima edición de la feria "Ecuador turismo 2009" en Quito*, http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=20&codi_seccion=0&cod_seccion=5&codigo=e9r1vkJh, acceso 10 de octubre de 2010, 16:35

Nicaragua, Cuba y Bolivia participarán en esta reunión, con el objetivo de concretar acciones, programas y proyectos para consolidar un turismo regional, basado en la integración de los pueblos integrantes del ALBA y en los atractivos culturales y naturales de cada nación.

También se hizo énfasis el fortalecimiento de varios productos turísticos del ALBA, que integran la estrategia multidestinos como la Ruta del Libertador; además de la formación y capacitación de los actores de esta actividad; la conectividad aérea y la seguridad turística en toda la región.⁷⁸

En abril del mismo año el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y Rainforest Alliance, inauguraron en Quito el "*Primer Encuentro de Turismo Sostenible, Oportunidades y Desafíos para el Ecuador*"; alrededor de 180 empresas turísticas y comunidades se capacitaron en el uso y manejo de metodologías de gestión de calidad que Rainforest Alliance ha desarrollado, cuya implementación les permitirá competir con mejores condiciones en el mercado turístico nacional e internacional.

Este programa busca promover la inclusión de empresas y sectores participantes, mediante capacitación, crédito, mercadeo, desarrollo económico, generación de empleo, inversión, entre otros.⁷⁹

Otra de las actividades que llevó a cabo el Ministerio de Turismo en marzo de 2009, fue la elaboración de un banner gigante que volaba a baja velocidad y altura, con mensajes promocionales como "*Enamórate de tu país, Ecuador es tuyo recórrelo*" a lo largo de todo el perfil costanero, Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena y El Oro. Su objetivo era concienciar a los ecuatorianos sobre la importancia del turismo interno.⁸⁰

⁷⁸ ALBA, *documentos del ALBA*, <http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2097>, acceso 10 de octubre de 2010, 18:59

⁷⁹ Cfr, MINISTERIO DE TURISMO, *Turismo Sostenible, Oportunidades y Desafíos para el Ecuador se analizan desde hoy en Quito*, http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2049:turismo-sostenible-oportunidades-y-desafios-para-el-ecuador-se-analizan-desde-hoy-en-quito-&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151, acceso 10 de octubre de 2010, 18:31

⁸⁰ MINISTERIO DE TURISMO, *Ecuador se promociona en alas delta*, http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1010&Itemid=59, acceso 10 de octubre de 2010, 16:55

3.1.3 Entes de promoción turística

En el Ecuador, el Ministerio de Turismo no es la única organización encargada de la promoción turística del país, *existen* otras instituciones que están involucradas en este sector como:

Fondo de Promoción Turística

Este es uno de los más importantes después del Ministerio de Turismo, es un fideicomiso mercantil financiado con recursos del sector privado y del Gobierno Nacional, en esta entidad participan representantes del Estado, de los gremios de Sector Turístico, los Operadores Especializados, el sector Hotelero, de Ferias y Seminarios y las Aerolíneas.⁸¹

Este fondo promueve campañas elaboradas junto con el Ministerio de Turismo, y su objetivo principal es *“posicionar al turismo como un rubro estratégico para la transformación socioeconómica del país”*.⁸²

Lleva a cabo reuniones con los sectores involucrados para buscar los medios técnicos, jurídicos y administrativos que contribuyan a potenciar su gestión. Los diferentes miembros manifiestan su visión y aportan con iniciativas para que el Ecuador se promueve en diferentes mercados; es ahí donde interviene el Fondo de Promoción Turística; para generar información necesaria a todos los sectores, de manera que tengan conocimiento y logren planificar sus estrategias de promoción.⁸³

Cámaras Provinciales de Turismo

Existen 30 cámaras en las diferentes provincias del país que pertenecen a La Federación Nacional de Cámaras de Turismo. Su creación nació como una

⁸¹ Id.

⁸² Id.

⁸³ Cfr, FONDO DE PROMOCION TURÍSTICA DEL ECUADOR, logros alcanzados por el Fondo de Promoción turística del Ecuador en materia de marketing, acceso 25 de agosto de 2010, 22:54

iniciativa de los empresarios privados, mediante la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.⁸⁴

Su misión es representar, respaldar y fortalecer a sus afiliados, mediante la prestación de servicios especializados que contribuyan al desarrollo del sector, especialmente los relacionados a la promoción de la provincia, en beneficio del turista y del país.⁸⁵

En cada provincia, las cámaras son portavoces de las necesidades de sus directivos y afiliados. A través de su labor buscan que estos tengan un sentido de identificación y compromiso con la institución.

Asociación Nacional de Empresas Turísticas en Galápagos (ASOGAL)

La ASOGAL se creó en 1992, por iniciativa de algunos operadores de turismo que enfrentaban problemas y afectaban el desarrollo de la actividad turística a nivel regional.

Esta asociación tomó forma porque no existía el Ministerio de Turismo ni el de Ambiente, y en el sector privado, se empezaban a formar algunas organizaciones gremiales que agrupaban a operadores de turismo, sin que se hubieran conformado hasta ese momento las Cámaras Provinciales de Turismo.⁸⁶

Su objetivo principal es potenciar y canalizar una participación activa y coordinada en el desarrollo responsable del turismo en Galápagos y en el Ecuador; contribuyendo con la promoción de éste y al fortalecimiento de las economías locales.⁸⁷

Desde entonces, la gestión institucional de ASOGAL se ha desarrollado en defensa de los intereses de sus asociados, promoviendo una operación turística

⁸⁴ MINISTERIO DE TURISMO, *cámaras de turismo*, http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_contact&catid=36&Itemid=78, acceso 02 de octubre de 2010 de 2010, 22:58

⁸⁵ CAPTUR, *misión y visión*, http://www.captur.com/mision_vision.html, acceso 03 de octubre de 2010 de 2010, 19:59

⁸⁶ ASOGAL, breve reseña histórica, <http://www.asogal.com.ec/>, acceso 03 de octubre de 2010 de 2010, 20:52

⁸⁷ Id.

ética, sustentable y de calidad, compatible con la naturaleza de la Provincia de Galápagos.

Desde el año 2000, la labor de ASOGAL, se ha dirigido también a la coordinación y fortalecimiento de los sectores productivos insulares, como agricultores, artesanos, pescadores, para lo cual, ha contado con la participación de entidades como la Embajada del Reino de los Países Bajos en Ecuador, CAF, USAID, entre otros.

En el ámbito gremial, ASOGAL es miembro activo y participa en la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador.⁸⁸

Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo

El principal objetivo de esta asociación es apoyar al desarrollo del turismo y específicamente al ecoturismo en el país; para conseguir que esta actividad se realice en términos de sostenibilidad y bajo estrictas normas de conducta y éticas tanto para las operaciones turísticas como para los visitantes.⁸⁹

Entre sus miembros están organismos internacionales, operadoras de turismo, empresas privadas y centros educativos que promueven la relación armónica entre las actividades turísticas, la conservación, la investigación y educación basándose principalmente en términos de sostenibilidad.

⁸⁸ Cfr, ASOGAL, labora de la asogal, <http://www.asogal.com.ec/>, acceso 03 de octubre de 2010 de 2010, 20:59

⁸⁹ ASOCIACION ECUATORIANA DE ECOTURISMO, *acerca de ASEC*, <http://www.ecoturismo.org.ec/es/acerca-de-asec.html>, acceso 10 de octubre de 2010, 21:02

3.2 Situación del turismo ecuatoriano

3.2.1 Fortalezas y debilidades del sector turístico en Ecuador

La variedad turística con la que cuenta Ecuador representa una ventaja frente a otros destinos, al hablar de variedad se consideran las clases de turismo que existen en el país: de sol y playa, comunitario, étnico, cultural, turismo de deporte y aventura; que son una fuente de empleo e ingresos, social y ambientalmente sostenibles, para las comunidades y sectores involucrados. Debido a las diversas propuestas de turismo que ofrece el país, un destino atractivo.

Ecuador no posee temperaturas climáticas extremas, tiene un clima templado y regular la mayor parte del año lo que facilita la práctica de actividades turísticas en cualquier temporada; se puede escalar volcanes activos como el Tungurahua o el Cotopaxi, en un clima cálido, por lo que las situaciones peligrosas como aludes u otras tormentas de nieve se reducen al mínimo.⁹⁰

Ecuador posee una diversa oferta turística que brinda al turista la facilidad de recorrer en poco tiempo, las cuatro regiones. Éstas van desde la diversidad topográfica de la Amazonía a la variedad natural y cultural de los Andes; las playas ecológicas de la Costa y las Islas Galápagos, cada región representa un ecosistema único y diferente, por esto se considera que el Ecuador tiene cuatro mundos en uno.⁹¹

Las Islas Galápagos, constituyen una de las ventajas representativas para el Ecuador como destino turístico, por eso son consideradas como una región independiente de las demás y los turistas viajan exclusivamente a Ecuador para conocer estas islas. La UNESCO declaró al Archipiélago como Patrimonio Mundial de la Humanidad en 1978 y Reserva de la Biosfera en 1984, por su valor universal

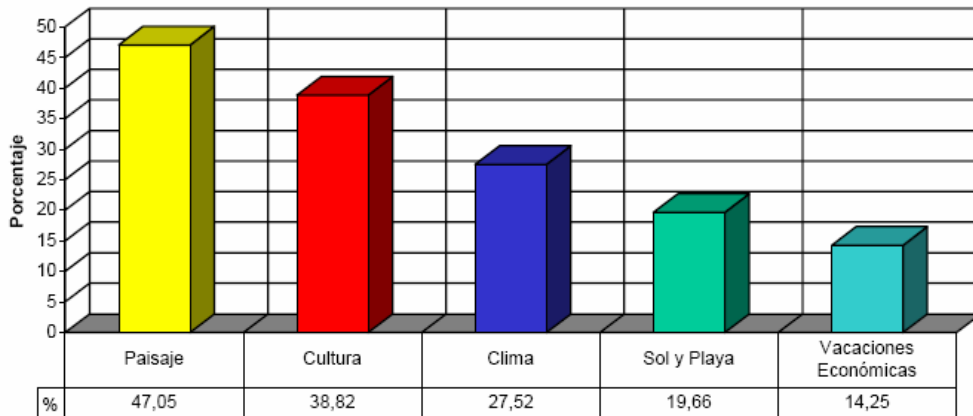
⁹⁰ Cfr, MINISTERIO DE TURISMO, *la variedad climática y la naturaleza son claves para potenciar el turismo*, http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1812:ministra-sila-variedad-climca-y-la-naturaleza-son-claves-para-potenciar-el-turismo-&catid=93, acceso 15 de junio de 2010, 22:05

⁹¹ Cfr, FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR, *el Ecuador como destino turístico*, <http://www.hotelesecuador.com/dispnov.php?id=136&idiom=1>, acceso 20 de junio de 2010, 20:59

en cuanto a flora y fauna, convirtiéndose en un destino obligatorio para turistas nacionales y extranjeros.⁹²

El país es un ejemplo de turismo sostenible, porque ha hecho de la conservación del ambiente y el desarrollo sostenible de la actividad turística una prioridad, el Ecuador desde el año 2007 está delineando un plan maestro de sostenibilidad turística, que le permitirá implementar medidas para establecer una infraestructura turística sostenible que asegurará la conservación de sus ecosistemas únicos, de su cultura y de su población.⁹³

**GRAFICO 4
PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA VISITAR ECUADOR**



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: Ministerio de Turismo
Recopilación: Emilene Carbalí

De acuerdo a este gráfico, las motivaciones por las que visitan los extranjeros al Ecuador son variadas, teniendo el paisaje como principal motivación, luego el aspecto cultural seguido por el clima de sol y playa.

Debilidades

Existen algunos factores que hacen que esta industria se vea amenazada y que limitan su crecimiento y posicionamiento.

⁹² UNESCO, *Los responsables de la UNESCO-Quito se desplazan a las Islas Galápagos para trabajar conjuntamente con las instituciones locales*, acceso 20 de junio de 2010, 21:12

⁹³ *Id.*

La inseguridad y la delincuencia afectan directamente al turismo. Los asaltos a turistas son frecuentes, especialmente en las zonas de las playas y balnearios; según el Ministerio de Turismo, el 40% de las personas que visitan el país se quejan de la delincuencia y de la poca protección que existe para el turista, convirtiéndose en una amenaza para este sector y por lo tanto la imagen del país se ve perjudicada ocasionando la disminución de llegada de turistas.

En el país las instalaciones aeroportuarias no cumplen todas las normas requeridas a nivel internacional, según la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), la construcción de un aeropuerto internacional debe realizarse a 25 kilómetros del área consolidada, es decir a 25 minutos de viaje de las viviendas que fueron edificadas en inmediaciones de la pista de aterrizaje.⁹⁴

Los aeropuertos en Ecuador están en las principales ciudades del país Quito, Guayaquil, Cuenca y Galápagos y la falta de éstos provoca que la movilización entre las diferentes ciudades se complique.

De acuerdo a datos de la Dirección Nacional de Tránsito, alrededor del 40% de los turistas que visitan el país consideran que falta señalización vial y que existe un mal estado de las carreteras.

Desde el año 1998 la infraestructura hotelera ha crecido en un 40% hasta el año 2008,⁹⁵ en el Ecuador existen alrededor de 350 hoteles, de los cuales 20 son considerados 5 estrellas y están ubicados en las principales ciudades del país. Esto demuestra que hay una carencia de oferta hotelera 5 estrellas; al país llegan turistas de Europa, Estados Unidos, etc., quienes buscan lujo y calidad sin importar la ciudad en el que se encuentren.

En el país son limitados los hoteles que se adaptan a los estándares de calidad internacional, se requiere una cultura de atención y servicio que permita satisfacer los requerimientos de los visitantes internacionales; por ejemplo, al tener la visita de asiáticos, sus costumbres y hábitos alimenticios van a requerir atención

⁹⁴ Organización de Aviación Civil Internacional, *programa de seguridad de aviación*, <http://www2.icao.int/en/avsec/pages/default.aspx/>, acceso 11 de noviembre de 2010, 18:16

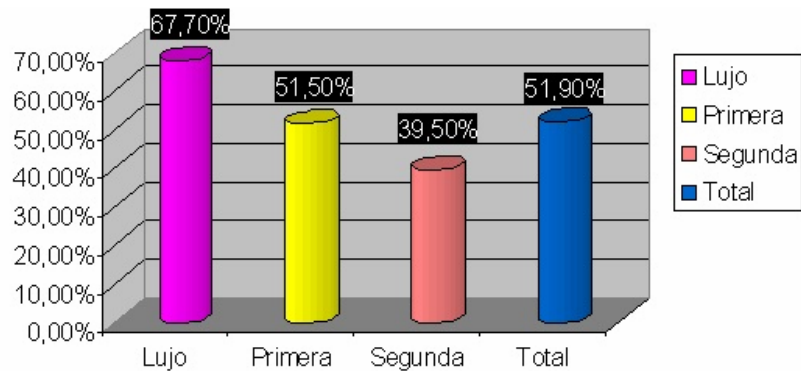
⁹⁵ AHOTEC, *convenciones puntal hotelero*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/convenciones-puntal-hotelero-46801-46801.html> acceso 01 de octubre de 2010, 20:36

especializada, que no van a ser posibles de atender a menos que exista esta cultura que satisfaga cualquier tipo de exigencia.

El gráfico No. 5 muestra la preferencia de los turistas por los hoteles de lujo.

GRAFICO 5
TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA POR TIPO DE HOTEL

Mayo 2009



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: CAPTUR
Recopilación: Emilene Carbalí

Finalmente, Ecuador debe ser promocionado, su riqueza cultural y natural aun debe ser posicionada, en destinos como Europa, Asia y Estados Unidos el país sigue siendo un lugar desconocido. Si bien los gobiernos de turno han destinado un presupuesto para esta rama, la promoción del país es una necesidad continua.

3.2.2 Proyectos de promoción turística en el Ecuador

En plan integral de Marketing creado en el año 2003 marcó el inicio para dar paso a la implementación de nuevos proyectos y programas de promoción turística, entre los que destacan:

Plan Integral de Marketing Turístico 2010-2014

Ecuador dio un paso cualitativo y cuantitativo después de la implementación del Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE y obtuvo un reconocimiento que antes no lo tenía.

Debido al desarrollo de este plan se diversificaron los mercados emisores hacia el Ecuador, el país obtuvo presencia en Europa central y EEUU que no existía antes, lo cual fue muy beneficioso para el aumento de llegadas internacionales, la estadía del turista y el crecimiento en las cifras de gasto.

El Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2010-2014, proyecta un crecimiento promedio de cerca del 10% anual en el ingreso de dólares por turismo hasta el año 2014, el mismo que respondería al número de turistas que visitan Ecuador y a un incremento en la estancia media y el gasto por turista, que son los objetivos del Plan de Marketing Turístico de Ecuador 2010-2014. Para estas proyecciones se tomaron en cuenta las tasas de crecimiento de mercados emisores de la Organización Mundial de Turismo (OMT), la tasa de ajuste por crisis para 2009 y 2010, y la de crecimiento interanual histórico, entre otras variables.⁹⁶

PLANDETUR 2020

El Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador es una herramienta que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo de turismo sostenible en el Ecuador, para generar recursos.

En este contexto y bajo el lema de: "**Un plan de todos y para todos**", el PLANDETUR 2020 se construyó para convertirse a mediano plazo en una herramienta para superar la pobreza en el Ecuador.⁹⁷

⁹⁶ NARANJO, León, Plan estratégico de Marketing para incentivar el turismo hacia los senderos interpretativos, <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/7924>, acceso 12 de junio de 2010, 17:02

⁹⁷ MINISTERIO DE TURISMO, *PLANDETUR 2020, fija el norte del turismo en Ecuador*, http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=471&Itemid=59, acceso 12 de junio de 2010, 17:33

De acuerdo a datos obtenidos del Ministerio de Turismo, más de 1000 personas de las 24 provincias del país, que representaron a cerca de 50 organizaciones y al Estado, trabajaron intensamente en talleres de discusión, para establecer los lineamientos, la misión y la visión del PLANDETUR, logrando así cumplir el objetivo de elaborar un documento participativo y de consenso para el beneficio de todos los involucrados.⁹⁸

Programa de Negocios Turísticos Productivos

El Ministerio de Turismo implementó el Programa de Negocios Turísticos Productivos que busca fortalecer el componente productivo de los negocios turísticos a través de la identificación de oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos, la asistencia técnica especializada en gestión de proyectos y el apoyo técnico en gestión de crédito con organismos de la banca pública.

Los beneficiarios del programa son emprendedores turísticos en operación o potenciales empresarios turísticos; contempla brindar apoyo a la generación y fortalecimiento de emprendimientos que sean capaces de impulsar el desarrollo de micro, pequeños y medianos proyectos turísticos de calidad, con alta posibilidad de acoplarse a la dinámica turística, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional.⁹⁹

Este programa está orientado a personas que quieren llevar a cabo un negocio o proyecto turístico y para empresas ya existentes que desean mejorar su calidad y producción de servicios turísticos, con asistencia técnica del Ministerio de Turismo. Los aspirantes a este programa pasan a ser parte de una serie de capacitaciones que les permite adquirir los conocimientos y destrezas para poner en práctica sus proyectos, además de tener facilidades de acceso a créditos a través de la banca pública.

⁹⁸ Id.

⁹⁹ MINISTERIO DE TURISMO, *negocios turísticos productivos*, http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1930:negocios-turisticos-productivos&catid, acceso 28 de junio de 2010, 22:03
http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1930:negocios-turisticos-productivos&catid, acceso 28 de junio de 2010, 22:03

Programa Nacional de Capacitación Turística

Otra de las herramientas del Ministerio de Turismo, es el Programa Nacional de Capacitación Turística cuyo objetivo principal se resume en el fortalecimiento del sector turístico a través del refuerzo y mejoramiento de habilidades, destrezas y conocimientos técnicos de las personas para lograr la ejecución eficiente de actividades, tareas y funciones, que permitan mejorar los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y de esa forma generar una mayor competitividad sistémica del sector.¹⁰⁰

El Ministerio de Turismo ha tomado protagonismo en cuanto a la creación de varias actividades de promoción turística, con la finalidad de promover y apoyar esta actividad en el país. Programas que van desde capacitaciones y asesoría e incluso la oportunidad de tener acceso a planes de inversión para proyectos de emprendimiento turístico.

La necesidad de crear diferentes programas y planes de apoyo al turismo, hacen que el Estado tome un papel protagónico en la gestión estratégica de este sector.

3.2.3 Tendencias del turismo en Ecuador

En el país se han desarrollado nuevas modalidades de turismo diversas entre las que destacan:

Turismo Comunitario

“La relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados”¹⁰¹

¹⁰⁰ Cfr, MINISTERIO DE TURISMO, *programa nacional de capacitación turística*, http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1609:programa-nacional-de-capacitaciurica&catid=88:programas-turisticos-productivos&Itemid=178, acceso 30 de junio de 2010, 21:53

¹⁰¹ FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR, *¿qué es turismo comunitario?*, <http://www.ccondem.org.ec/martinpescador.php?c=795>, acceso 14 de agosto de 2010, 17:58

En Ecuador habitan 14 nacionalidades indígenas, cada una con su propio lenguaje, territorio, rasgos físicos, vestimenta y costumbres que los diferencian.

El turismo comunitario en Ecuador se desarrolla en algunas comunidades indígenas del país, el turista se aloja en casa de uno de los pobladores de la comunidad y comparte las actividades y tareas habituales (cosecha, ordeño, recolección) con la familia nativa y también realiza excursiones y visitas con guías de la comunidad.¹⁰²

En el año 2002 se creó la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), que agrupa a comunidades dedicadas al ejercicio de este tipo de turismo, las experiencias adquiridas por las distintas poblaciones del Ecuador, sean estas, indígenas, mestizas o afroecuatorianas, son la base para coordinar las acciones de esta Federación.

Está conformada por más de sesenta comunidades integradas con los pueblos indígenas, afro ecuatorianos, y agricultores, que buscan fomentar el turismo comunitario en sus regiones.¹⁰³

El trabajo en conjunto de la FEPTCE ha aumentado la calidad de vida en cada una de las zonas que forman parte de esta Federación, las comunidades han invertido en la reforestación y la protección de la flora y la fauna, como una herramienta de marketing para promover el turismo comunitario y ecológico.¹⁰⁴

En todo el Ecuador se estableció una red de Turismo Comunitario para ofrecer al turista la opción de vivir junto con las comunidades indígenas y propias de cada región la experiencia *Ecuador*, algunas de las provincias que cuentan con este sistema de turismo son: Cañar, Azuay, Loja, Pastaza, entre otras, que han buscado los mecanismos para dar vida a diferentes proyectos que permitan el desarrollo de esta actividad.

¹⁰² TURISMO COMUNITARIO, *el turismo comunitario en Ecuador*, <http://www.infodesarrollo.ec/component/content/article/89-miembros/244-federacilurinacional-de-turismo-comunitario-feptce.html>, acceso 14 de agosto de 2010, 18:08

¹⁰³ INFO DESARROLLO, *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario, FEPTCE*, <http://www.infodesarrollo.ec/component/content/article/89-miembros/244-federacilurinacional-de-turismo-comunitario-feptce.html>, acceso 14 de agosto de 2010, 18:47

¹⁰⁴ Cfr, VILLAMIL, Galo, *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) – Ecuador*, http://www.equatorinitiative.org/index.php?option=com_content&view=article&id=513:feptce&catid=106:equator-prize-winners-2006&Itemid=541&lang=es, acceso 14 de agosto de 2010, 21:53

Turismo Científico

Esta modalidad de turismo consiste en visitas de estudio que incluyen un curso impartido por prestigiosas universidades latinoamericanas, generalmente se realiza en 8 días: 3 días de actividad académica y 5 de viajes y recreación turística.¹⁰⁵

En el año de 1997 en Ecuador se inició el proyecto turístico-científico Quitsato, un lugar ubicado en el sector de Guachalá, del cantón Cayambe (Pichincha) con el objetivo de “rescatar los valores culturales y arqueológicos del país”, según Cristóbal Cobo, director de esa entidad.

El Proyecto Científico Quitsato, ubicado en este cantón, es uno de los preferidos por los investigadores ya que está dirigido a la promoción de los contextos patrimoniales arqueológicos de la provincia de Pichincha, relacionados con la ciencia, la cultura y el reencuentro con la historia aborigen del Ecuador. Sitios cercanos al monumento de la Mitad del Mundo, como Rumicucho, Cochasquí, Pambamarca, Catequilla son considerados verdaderos sitios arqueológicos.¹⁰⁶

IMAGEN 2 POYECTO CIENTÍFICO QUINTATO

¹⁰⁵ JUST LANDED, *turismo científico*, http://classifieds.justlanded.com/es/Ecuador_Pichincha_Quito/Comunidad_Viajes-Compartir-coche/Turismo-Cientifico-CienciaTur, acceso 01 de noviembre de 2010, 16:32

¹⁰⁶ COBO, Cristóbal, *turismo científico: la verdadera mitad del mundo*, <http://www.goecuador.com/espanol/actividades-viaje/turismo-ciencia-ecuador.html>, acceso 01 de noviembre de 2010, 17:59



Fuente: Proyecto Científico Quito
Elaboración: Profesor en línea
Recopilación: Emilene Carbalí

En julio de 2010 en una reunión precedida por las principales autoridades de la provincia de Tungurahua y la viceministra de Turismo se anunció que Baños logrará convertirse a mediano plazo en un *Geoparque Turístico*, que permita aprovechar el proceso eruptivo del volcán Tungurahua y sus alrededores potenciando el turismo científico. Entre las medidas acordadas para lograr esta iniciativa, está impulsar el proceso de certificación de calidad en los servicios según informó la Unidad Provincial de Gestión de Riesgos de Tungurahua.¹⁰⁷

Otro de los lugares que despierta el interés para el turismo científico son las Islas Galápagos, al ser el resultado de erupciones volcánicas desde unos 4 o 5 millones de años son consideradas uno de los grupos volcánicos más activos del mundo. Las especies de plantas y animales propias de las islas no tuvieron predadores durante miles de años de evolución, razón por la cual los animales no demuestran temor alguno ante la presencia humana y de otros animales; esto hace de Galápagos un lugar atractivo para la ciencia.

Para la conservación de estas islas se fundó la Estación Científica Charles Darwin en el año 1.959 bajo el auspicio de la UNESCO y de la Unión Mundial para la Conservación, esta Fundación está dedicada a la preservación de los

¹⁰⁷ Cfr, SI SE PUEDE ECUADOR, *desarrollo e innovación en turismo*, <http://www.sisepuedeecuador.com/noticias/turismo/6440-banos-sera-destino-para-el-turismo-cientifico.html>, acceso 01 de noviembre de 2010, 19:07

ecosistemas de Galápagos y provee los conocimientos y el apoyo para asegurar la biodiversidad de las Islas a través de la investigación científica.¹⁰⁸

Agroturismo

Esta es una forma de turismo en la que la cultura rural aprovecha la posesión de tierras para convertirlas en *paisajes cultivados*; donde los turistas pueden sumergirse en el mundo de la agricultura y conocer de cerca diferentes plantaciones.¹⁰⁹

Esta actividad tiene un alto contenido cultural, ya que cada población produce cultivos típicos de sus tierras rescatando especies nativas, medicinales, aromáticas, frutales y en general cultivos que los turistas puedan admirar y que están acompañados de otras vivencias como comida típica, dulces tradicionales, música autóctona, paseos, pesca, observación de animales silvestres, entre otras.¹¹⁰

El Ecuador dispone de condiciones naturales y climáticas apropiadas para este tipo de emprendimientos, algunas de las provincias donde se desarrolla esta actividad son Bolívar, Cotopaxi, Los Ríos, Esmeraldas entre otras, que se caracterizan por el cultivo de productos exóticos como la pitahaya, la uva salvaje, el plátano, la naranjilla, el maracuyá o las plantaciones de cacao, además de una variedad de rosas y flores tropicales, que permiten, conocer in situ el ambiente en el que crecen los productos de la Madre Tierra.

Turismo Gastronómico

La gastronomía ecuatoriana se ha constituido en una de las formas de promocionar el turismo a nivel nacional e internacional por ser uno de los principales atractivos para incentivar la llegada de turistas.

¹⁰⁸ GALAPAGOS ECUADOR, *las islas y su encanto*, <http://www.galapagos-ecuador.com/esp/020galapagos.html>, acceso 04 de noviembre de 2010, 19:34

¹⁰⁹ Cfr, HENAO, Ferley, *agroturismo en ecuador*, <http://www.turismoecuador.com/espanol/articulospub/11.htm>, acceso 05 de noviembre de 2010, 20:52

¹¹⁰ Id.

Las actividades que giran alrededor del turismo gastronómico no se limitan sólo a la degustación de comida típica, también incluyen visitas mercados, viviendas típicas de los lugareños y la participación en fiestas locales o festivales.¹¹¹

Ecuador posee una variedad en productos autóctonos en cada región que son la base para la preparación de platos típicos, creando así una ruta gastronómica que es un referente para nacionales y extranjeros; en las tierras andinas se cultiva la papa y sus más de cien variedades para la preparación de los tradicionales locros, se destaca también la presencia de platos populares como la fritada preparada con carne de cerdo, el cuy asado, los llapingachos o el yahuarlocro que en lengua quichua significa caldo de sangre.

La Costa es reconocida porque posee una extensa gama de mariscos como pescado, camarón, langosta, almejas, mejillones, entre otros, que se fusionan con productos típicos de la zona para crear novedosos platillos como ceviches o encocados a base de coco y plátano verde.¹¹²

La región Amazónica se destaca por la preparación de animales de la selva y plantas típicas de la región, uno de los animales roedores más utilizados en la gastronomía es la guanta, otras carnes como la de mono y armadillo también se preparan en el Oriente y generalmente se acompañan con yuca o papá china, otro de sus platos típicos es el Maito a base de carne o tilapia que se envuelve en hojas de plátano se amarra y luego se aza.

3.3 Realidad turística en Ecuador

3.3.1 Demanda del sector

El turismo ha revolucionado debido a factores como el uso masivo de redes sociales e internet, la expansión de las telecomunicaciones, la facilidad de realizar negocios alrededor del mundo; entre otros.

¹¹¹ Cfr, VALDEHITA, belén, *turismo gastronómico o cómo mejorar tu cultura culinaria*, <http://destinostematicos.suite101.net/article.cfm/mejora-tu-cultura-culinaria-a-traves-del-turismo-gastronomico>, acceso 12 de noviembre de 2010, 22:12

¹¹² NUÑEZ, Jorge, *cocina ecuatoriana*, http://www.ecuaworld.com.ec/cocina_ecuatoriana.htm, acceso 13 de noviembre de 2010, 13:52

Todos estos factores, determinan un cambio en la demanda internacional de turismo pasando de un turismo masivo a uno más selectivo con destinos caracterizados por sus recursos naturales y culturales, esta tendencia permite que los países en desarrollo que poseen gran biodiversidad y riqueza cultural se conviertan en nuevos nichos turísticos.¹¹³

Resulta indispensable conocer el perfil del visitante, sus preferencias, hábitos de consumo, necesidades y expectativas, todos estos elementos determinan las preferencias de los turistas el momento de elegir un destino turístico.

El nivel de vida económico y cultural del turista provoca estos hábitos, el turismo exige a los diferentes destinos cada vez mayor libertad de actuación y una oferta más diversificada en la que se pueda elegir y disfrutar libremente del tiempo de que se dispone.¹¹⁴

Según Margarita Valdivieso de la Agencia de Viajes Surtrek, en Quito: *"El 70% de los turistas extranjeros llegan al país prefieren los lugares que los contacten directamente con la naturaleza, los sitios mejor conservados por su flora y fauna, además de actividades de aventura y naturaleza ya que en su gran mayoría antes de acercarse a buscar un destino, previamente han buscado información en Internet y tienen grandes expectativas por conocer la biodiversidad del Ecuador, un ejemplo de esto es Galápagos, que siempre es el destino preferido por los turistas extranjeros"*.

El tema ecológico ha cobrado fuerza en el ámbito turístico, las variables ambientales y la preservación del medio ambiente, cada vez toman más relevancia en las decisiones de los turistas.

Por la variedad de destinos que existen, es determinante conocer los intereses y los gustos de los clientes. Según una ejecutiva de ventas, de la Agencia de Viajes Andando Tours, antes de ofrecer un sitio debes saber *"las tentaciones, debilidades, y lo que le desagrada a tus clientes"*.

A través de su experiencia, la ejecutiva de la agencia Andando Tours dice que una de las cosas es saber si tiene al frente a *"un aventurero o a un viajero del*

¹¹³ ORDONEZ, Martha, *políticas de empleo en planificación turística local de Ecuador*, www.cepal.org/publicaciones/xml/2/22232/lcl2346e.pdf, acceso 04 de agosto de 2010, 21:53

¹¹⁴ Cfr, TRAVEL TURISMO, *tendencias del turismo*, www.travelturisme.com/estudios/pdf/islas-baleares.pdf, acceso 05 de agosto de 2010, 21:33

tipo relajado", con ese dato sabrá qué le puede ofrecer y qué no, "y para eso tienes que conocer a la persona, un mismo viaje puede ser espectacular para alguien y pésimo para otro", del mismo modo que uno puede ser fantástico para ir en pareja, pero desastroso para ir con niños.

Según el Boletín de Estadísticas Turísticas del Ministerio de Turismo, en el mes de Julio de 2010, el Ecuador contabilizó 110.543 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un crecimiento del 7,77% al compararse con las entradas registradas en Julio de 2009. Sin embargo, en el período Enero-Julio de 2010 existe un incremento del 9,09% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 567.159 en el año 2009 a 618.713 en el año 2010.¹¹⁵

GRÁFICO 6
ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PAÍS DE NACIONALIDAD

PAÍS DE PROCEDENCIA	2005	%	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%
AMÉRICA	735.283	92,72	764.469	91,94	728.237	89,90	808.597	89,77	854.235	89,06
Argentina	8.089	1,02	9.067	1,09	11.759	1,45	15.019	1,67	15.482	1,61
Bolivia	954	0,12	1.212	0,15	1.727	0,21	2.462	0,27	2.252	0,23
Brasil	2.971	0,37	4.014	0,48	6.456	0,80	8.950	0,99	9.643	1,01
Canadá	2.260	0,28	2.611	0,31	5.041	0,62	6.613	0,73	6.011	0,63
Colombia	209.361	26,40	211.799	25,47	210.742	26,02	236.348	26,24	239.838	25,01
Costa Rica	13.336	1,68	10.836	1,30	7.626	0,94	5.703	0,63	8.599	0,90
Chile	18.545	2,34	17.970	2,16	18.041	2,23	18.832	2,09	22.186	2,31
Estados Unidos	195.735	24,68	216.332	26,02	230.054	28,40	262.157	29,11	265.611	27,69
México	4.397	0,55	11.838	1,42	6.780	0,84	8.585	0,95	9.981	1,04
Panamá	26.457	3,34	24.952	3,00	21.904	2,70	20.276	2,25	27.597	2,88
Perú	240.530	30,33	241.483	29,04	196.690	24,28	207.774	23,07	226.672	23,63
Venezuela	12.648	1,59	12.355	1,49	11.417	1,41	15.878	1,76	20.363	2,12
EUROPA	54.660	6,89	63.912	7,69	77.026	9,51	86.229	9,57	92.497	9,64
Alemania	3.065	0,39	3.243	0,39	6.264	0,77	7.453	0,83	7.760	0,81
Bélgica	623	0,08	784	0,09	1.301	0,16	1.639	0,18	1.655	0,17
España	42.330	5,34	49.202	5,92	49.890	6,16	53.506	5,94	60.179	6,27
Francia	2.060	0,26	2.785	0,33	4.661	0,58	5.850	0,65	6.351	0,66
Italia	3.177	0,40	3.486	0,42	5.302	0,65	5.984	0,66	6.118	0,64
Reino Unido	1.805	0,23	2.576	0,31	6.009	0,74	7.500	0,83	6.489	0,68
Suiza	1.258	0,16	1.409	0,17	2.737	0,34	3.022	0,34	2.845	0,30
Suecia	342	0,04	427	0,05	862	0,11	1.275	0,14	1.100	0,11
ASIA	2.324	0,29	2.176	0,26	3.378	0,42	4.471	0,50	10.755	1,12
ÁFRICA	346	0,04	369	0,04	256	0,03	210	0,02	225	0,02
OCEANÍA	443	0,06	575	0,07	1.114	0,14	1.175	0,13	1.417	0,15
SIN ESPECIFICAR	1	0,00	13	0,00	27	0,00	15	0,00	12	0,00
TOTAL	793.057	100,00	831.514	100,00	810.038	100,00	900.697	100,00	959.141	100,00

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales – INEC

Elaboración: Ministerio de Turismo

Recopilación: Emilene Carbalí

Los principales mercados emisores registrados en el período Enero-Julio se encuentran: Estados Unidos, Perú, España y Colombia.

¹¹⁵ MINISTERIO DE TURISMO, *estadísticas turísticas*, http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459:estadisticas-turisticas&catid=62:servicios&Itemid=95, acceso 13 de agosto de 2010, 13:59

3.3.2 Oferta turística en Ecuador

De acuerdo al Ministerio de Turismo, la oferta turística del Ecuador se sustenta en el patrimonio natural, cultural, la ubicación en la mitad del mundo y la proximidad entre sus cuatro regiones.

La región Andina o Sierra está formada por 11 provincias a lo largo de la Cordillera de los Andes, presenta una variedad de atractivos turísticos, de norte a sur se elevan valles, volcanes y nevados, algunos de ellos con más de cinco mil metros de altura, como el Cotopaxi, uno de los volcanes activos más alto del mundo, o el Chimborazo con cinco cumbres, el Cayambe que es el único nevado del planeta ubicado en latitud 0º, entre otros.¹¹⁶

De acuerdo al Ministerio de Turismo, esta región es la más visitada en el país, debido a su diversidad cultural, ciudades y pueblos de interés histórico como Quito, Cuenca, Baños, Riobamba, Loja, Vilcabamba, Ambato y sitios artesanales como Otavalo, Salasaca y Tigua están localizados en la región Sierra.¹¹⁷

La Sierra se caracteriza por ser el lugar ideal para el turismo de aventura, por la facilidad que existe para escalar nevados o para realizar deportes como rafting y rappelling en lugares como Baños o Mindo, toda la diversidad cultural de las provincias de la región, han convertido a lugares como Otavalo, Saquisilí o Latacunga en sitios visitados por sus fiestas populares.

La segunda región es la Amazonía, considerada una de las áreas más accesibles y atractiva para los turistas, existen Reservas y Parques Nacionales que albergan la mayor diversidad de animales y plantas por kilómetro cuadrado del mundo, ocupa el tercer lugar en variedad de anfibios y es el área biológica más rica de Sudamérica.¹¹⁸

Existen también una gama de actividades como paseos en canoa, caminatas en la selva tropical, visitas a reservas ecológicas y a las comunidades

¹¹⁶ ECUADOR TRAVEL, *la avenida de los volcanes*, <http://www.ecuador.travel/cuatro-mundos/andes/andes.html>, acceso 13 de agosto de 2010, 22:10

¹¹⁷ EXPLORING ECUADOR, *Sierra de Ecuador*, http://www.exploringecuador.com/espanol/highland_ecuador.htm, acceso 13 de agosto de 2010, 22:18

¹¹⁸ ECUADOR TRAVEL, *Ecuador el país de los cuatro mundos*, <http://www.ecuador.travel/cuatro-mundos/amazonia/amazonia.html>, acceso 14 de agosto de 2010, 12:08

locales de la selva, en la Amazonía habitan comunidades indígenas como los Huaoranis, Cofanes, Shuaras entre otros; que practican sus creencias, tradiciones y costumbres sociales ancestrales.¹¹⁹

El tercer mundo de la oferta ecuatoriana es la Costa, rodeada de playas a lo largo del Pacífico ecuatoriano, ubicadas junto a puertos, poblaciones pesqueras y ciudades modernas.

Algunos de sus lugares turísticos, como el Parque Nacional Machalilla, se enlazan con la historia de culturas precolombinas y pre-incaicas, las aguas alrededor de la Isla de la Plata albergan una variedad de peces y la fauna se asemeja a la que se encuentra en las Islas Galápagos, desde Puerto López, se avistan ballenas jorobadas que llegan cada año desde la Antártida y se convierten un atractivo para turistas.¹²⁰

Uno de los sitios preferidos en la Costa, sobre todo para los jóvenes, es la ruta del Sol, que atraviesa inmensas playas, poblados de pescadores y es vía de acceso a balnearios como el de Salinas o el puerto pesquero y turístico de Manta. Otro de los sitios potenciales en la región de la Costa es Bahía de Caráquez, considerada eco-ciudad junto al Pacífico, es el punto de partida para llegar hacia algunos bosques secos tropicales y sitios arqueológicos.¹²¹

La última región son las Islas Galápagos, conocidas por su flora y fauna y por albergar a cientos de especies, algunas de ellas en proceso de extinción, estas islas son uno de los siete lugares más atractivos del mundo para practicar buceo de superficie y de profundidad; en sus inmersiones, se encuentran diversos animales; ballenas, manta-rayas, peces espada, tortugas y lobos marinos, tiburones martillo, entre otros.¹²²

El gráfico No. 7 muestra el ingreso de visitantes a las Islas Galápagos.

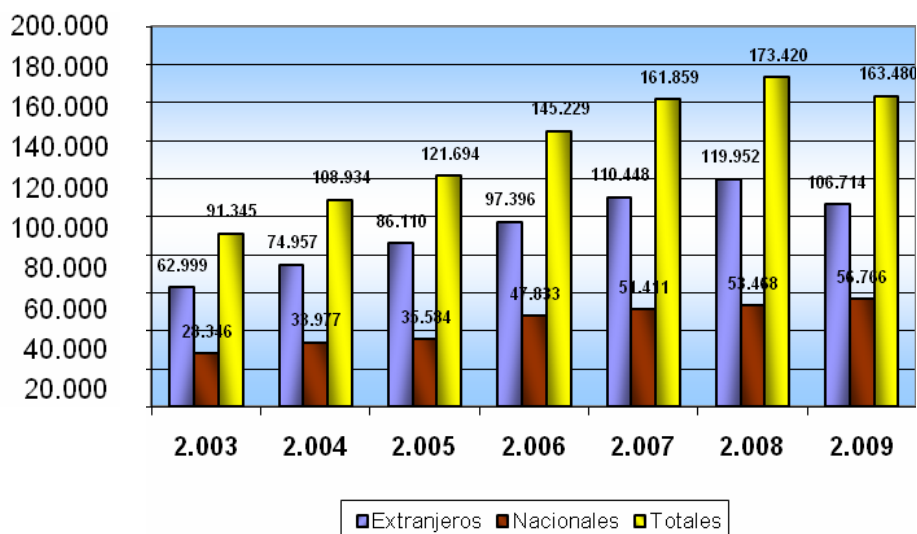
¹¹⁹ Id.

¹²⁰ ECUADOR TRAVEL, *Costa del Pacífico*, <http://www.ecuador.travel/cuatro-mundos/costa/costa-costa-del-pacifico.html>, acceso 14 de agosto de 2010, 16:34

¹²¹ Id.

¹²² TRAVEL & TOURISM, *el encanto de las Islas Galápagos*, <http://travel-tourism.com.ar/internacional/?p=45>, acceso 14 de agosto de 2010, 15:38

**GRÁFICO 7
INGRESO DE VISITANTES A GALÁPAGOS 2003-2009**



Fuente: Anuarios de Migración Internacional
Elaboración: Departamento de estadísticas Visita Ecuador
Recopilación: Emilene Carbalí

3.3.3 El turismo en la economía ecuatoriana

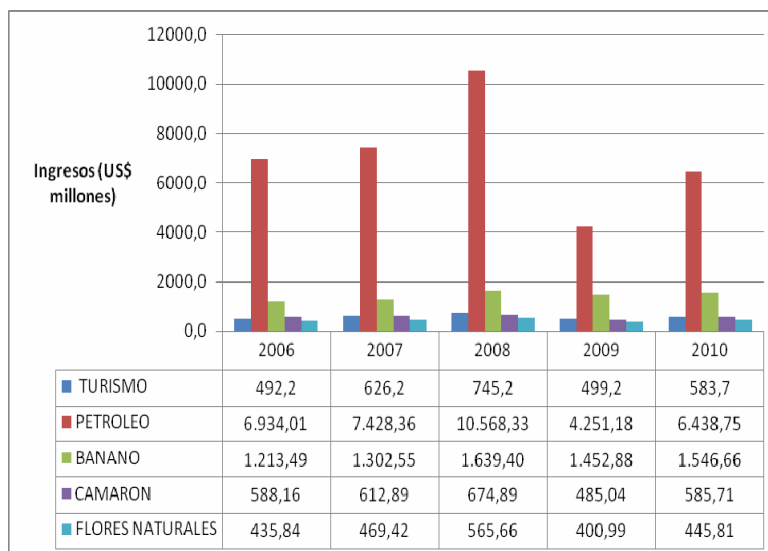
El gobierno ecuatoriano considera al turismo como un factor clave para migrar de una economía petrolera y minera a una economía de servicios. Establece que el Ecuador posee indiscutibles ventajas comparativas para el turismo por su diversidad biológica y cultural, es así que para el año 2009 el presupuesto del Ministerio de Turismo llegó a 21 millones de dólares, registrando un incremento de cinco veces comparado con el año 2008, y se prevé una inversión de 48 a 50 millones para el 2010.¹²³

Según datos del Banco Central del Ecuador, el turismo en el Ecuador es una industria que genera anualmente \$800 millones y representa el 1,9% del PIB total del país. Un total de 310.119 viajeros ingresaron al Ecuador durante el primer cuatrimestre del 2009, cifra que comparada con el mismo período del 2008, que registra un ingreso de 312.055 personas, determina que la actividad turística se mantiene estable en el país.¹²⁴

¹²³ CORREA, Rafael, *Plan de Gobierno: una política de trabajo integral, integradora y movilizadora*, http://www.rafaelcorrea.com/docs/Politica_de_trabajo_integral.pdf, acceso 18 de agosto de 2010, 21:03

¹²⁴ MINISTERIO DE TURISMO, *turismo receptor en el Ecuador se mantiene estable*, http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1157&Itemid=48, acceso: 18 de agosto de 2010, 21:45

**GRÁFICO 8
PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA NACIONAL**



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Emilene Carbalí
Recopilación: Emilene Carbalí

Las estadísticas muestran que en enero de 2009 la afluencia de viajeros fue de 87.719 arribos durante el primer trimestre. Con respecto a la salida de los ecuatorianos al exterior, se registra en el último cuatrimestre del año 2009 una cifra de 279.440 salidas, que comparada con el mismo período del 2008, 286.254 salidas, se determina un decrecimiento mínimo del 2.38%, atribuido principalmente a la crisis económica.¹²⁵

El turismo se ha convertido en un eje fundamental para la reactivación económica, por la interacción de todos los sectores que tienen una participación directa o indirecta dentro del turismo.

Según datos de la Federación Hotelera del Ecuador, cada año se construyen alrededor de 130 establecimientos entre hoteles, hostales, hosterías y centros de alojamiento, lo cual representa un desembolso de USD 80 millones

¹²⁵ Id.

anuales en desarrollo, mejoramiento, restauraciones, ampliaciones, menaje y adecuaciones de infraestructuras hoteleras.

El crecimiento del sector se sustenta en proyectos de grandes cadenas hoteleras internacionales como Holiday Inn en Quito, Hilton, Sheraton, Swissotel y Court Yard By Marriott en Guayaquil, Decameron en Mompiche; estos proyectos responden a la demanda del mercado nacional y a la promoción internacional del Ecuador.¹²⁶

Según esta Federación en Ecuador existen alrededor de 3500 establecimientos hoteleros, de los cuales el 70% están ubicados principalmente en: Pichincha, Guayas, Esmeraldas, Manabí, Tungurahua, Azuay e Imbabura.

El turismo emplea de forma directa a 93.000 personas; en el 2005 trabajaban 21.680 personas únicamente en el sector hotelero y en el 2009 la cifra subió a 25.900, reflejando un promedio de crecimiento del 5.9%, es decir que cada año se generan 1200 plazas de empleo en la rama del turismo, en el año 2010 el Ministerio de Turismo invirtió 723.030 dólares para promover la inclusión y la articulación de empresas en el turismo sostenible, mediante capacitación, crédito, mercadeo, desarrollo económico local, generación de empleo, inversión, entre otros.¹²⁷

El transporte aéreo es otro de los sectores que interfieren directamente, desde el año 2007 se han incrementado el número de aerolíneas que vuelan dentro y fuera del país, hasta el año 2010 operaron alrededor de 23 aerolíneas lo que ha mejorado la conectividad turística desde y hacia el Ecuador y los itinerarios de los vuelos; además de las continuas promociones y beneficios para los turistas que motivan a utilizar el transporte aéreo.

El Gobierno ecuatoriano, entregó fondos económicos para renovar la flota de aviones de Aerogal con el objetivo de respaldar esta iniciativa, la representante

¹²⁶ FEDERACIÓN HOTELERA DEL ECUADOR: Estadísticas, *USD 80 millones se invierten cada año en el sector hotelero*, <http://www.observatoriofiscal.org/documentos/noticias-de-prensa/el-comercio/1077.html>, acceso: 09 de diciembre de 2010, 20:47

¹²⁷ MINISTERIO DE TURISMO, *Turismo Sostenible, Oportunidades y Desafíos para el Ecuador*, http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2049:turismo-sostenible-opportunidades-y-desafios-para-el-ecuador-se-analizan-desde-hoy-en-quito-&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151, acceso 09 de diciembre de 2010, 21:18

de la aerolínea recalcó que esta medida permitirá atraer más turistas a Quito, Guayaquil, Cuenca, Galápagos Manta y las diferentes ciudades del país, logrando así que el Ecuador se constituya en un verdadero destino turístico en el mercado norteamericano, En diciembre 2009, el Ministerio de Turismo y la empresa AEROGAL, inauguraron la ruta Guayaquil New York Guayaquil para promocionar la Marca Turística de “Ecuador: la vida en estado puro”, en los Estados Unidos¹²⁸

Los operadores de turismo y agencias de viaje en Ecuador son una de las herramientas más importantes en materia de turismo porque ofrecen información completa sobre viajes, recorridos, circuitos, programas específicos y ofertas; existen alrededor de 350 agencias en todo el país.

Según un estudio realizado por la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes, (ASECUT) Operadores de turismo y Mayoristas, la acogida de la agencia tradicional es el doble de la de la agencia *online* (el 41,3% de la agencia física frente al 22,7% de la virtual), y alrededor de un 36% del mercado combina los servicios de ambos tipos de agencia, uno de los proyectos de ASECUT consiste en establecer pasantías para los estudiantes universitarios egresados de Turismo para que pongan en práctica los conocimientos adquiridos y tomen contacto real con la dinámica laboral de las agencias.¹²⁹

¹²⁸ EL MERCURIO, *Marca Turística de Ecuador se promociona en Estados Unidos*, <http://www.elmercurio.com.ec/224250-marca-turistica-de-ecuador-se-promociona-en-estados-unidos.html>, acceso 10 de diciembre de 2010, 19:39

¹²⁹ Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes, *cómo elegir una agencia de viajes*, <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/38837-las-agencias-de-viajes-buscan-mejores-tarifas>, acceso 10 de diciembre de 2010, 20:11

CAPITULO IV OTAVALO

4.1. Generalidades de Otavalo

4.1.1. Cultura y etnia de los Otavalo

El Cantón Otavalo está, ubicado al norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura a 110 Km. de la ciudad de Quito, turísticamente es el cantón más importante de la Provincia de Imbabura.

Otavalo es uno de los lugares en los que permanecen las raíces de la cultura nacional ecuatoriana y convergen cuatro etnias diferentes: los indígenas Kichwa Otavaleños, los Kichwa Cayambis, los Blanco-mestizos y minoritariamente la cultura Afroecuatoriana.¹³⁰

Es una ciudad que históricamente ha recibido la influencia de culturas externas por más de cinco siglos: desde la época preincásica con distintas culturas de la región norte del Ecuador, luego con la llegada de los incas se impone una nueva cultura que influyó especialmente en el idioma y la incursión de los españoles desde el siglo XVI da inicio a un proceso de colonización que introduce el idioma y la cultura europea.¹³¹

En la zona de Otavalo persiste un alto grado de separación grupal acrecentada por la diferencia de estrato económico en la que se encuentran cada uno de estos grupos, las diferencias de costumbres, ideas y creencias se exteriorizan en el vestido, vivienda, rituales, y organización social, que distinguen a unos de otros, como miembros de diferentes culturas.

Una de las principales características de Los Otavalo es que tienen tradición de comerciantes, durante el siglo XVI existieron los “*Indios mercaderes*” que se denominaron *mindaláes*, quienes constituían una élite especializada en el comercio e intercambio, otra de las particularidades de este grupo es la de ser

¹³⁰ CODENPE, *etnia y nación: Otavalo*, <http://www.epm-etnobiologia.8m.com/main-etnotavalo.htm>, acceso 11 de septiembre de 2010, 18:09

¹³¹ ECUADOR, gobierno municipal de Otavalo, lasso juan, *una estrategia para desarrollar turismo en Otavalo*, Otavalo, 2004, p.15

tejedores, este conocimiento textil es una tradición artesanal que se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos en el cantón de Otavalo.

Los Otavalo son conocidos a nivel nacional e internacional por su manejo y dominio en las técnicas de tejido, una diversidad de técnicas sumados a una tradición que son el resultado de un proceso de creaciones, adaptaciones y experimentación, han hecho que Otavalo sea reconocido como la Plaza Mayor de las Artesanías de todo el continente americano.¹³²

Los Otavalo se encuentran organizados en comunidades, unas relacionadas fundamentalmente con actividades agropecuarias y de comercio, los procesos de lucha por la tierra, así como la cada vez mayor diversificación económica generó el desarrollo de distintas formas organizativas urbanas, rurales, de comunidades, de estudiantes, de artesanos, locales y provinciales.

A finales de los años 90' la producción artesanal, junto con la crianza de animales permitió que muchas de las familias Otavaleñas fueran accediendo a la compra de tierras y propiedades, lo que les permitió obtener mejores condiciones de subsistencia y libertad.¹³³

El pueblo de Otavalo ha logrado conservar su identidad india mediante sus costumbres y tradiciones características que los identifican, una de ellas es su vestimenta que representa una manifestación cultural auténtica junto con la práctica de sus fiestas sagradas que mantienen los Otavalo; en el área andina, uno de los lugares que ha logrado mantener vigente la práctica de estas fiestas, es el Pueblo Kichwa Otavaleño.

La relación de los Kichwas con la Pachamama (tierra), es importante, los pueblos indígenas que habitan en el cantón, celebran cuatro Raymikuna o fiestas rituales que coinciden con los dos solsticios y los dos equinoccios anuales. Las celebraciones están relacionadas con el ciclo agrícola andino y su principal referente es el maíz. Éstas son: Koya Raymi (septiembre), Capac Raymi

¹³² AQUÍ OTAVALO, atractivos turísticos, http://www.aquiotavalo.com/web/index.php?option=com_content&view=article&id=23:atractivo-turistico&catid=3:sitiosdeinteres&Itemid=14, acceso 11 de septiembre de 2010, 20:07

¹³³ Id.

(noviembre), Pawkar Raymi (marzo) y el Inti Raymi (junio) que es la fiesta más representativa y se la realiza en honor al Sol.¹³⁴

Estas fiestas, constituyen uno de los monumentos culturales vigentes que han logrado reciclar sistemas como la invasión, la colonia, y la república, sistemas dictatoriales y democráticos que en su momento intentaron extirpar la vigencia de estas tradiciones, caracterizadas por el ritualismo, el respeto a las fuerzas energéticas de la Pachamama, la generalidad, lo comunitario y lo familiar.

4.1.2. Crecimiento y desarrollo social en la región

Los Otavalo tanto del sector urbano como el rural han logrado acumular recursos que les han permitido consolidar su economía y acceder a bienes, que los distinguen de otros indígenas. La pauta de diferenciación social entre las familias de Otavalo está marcada por la capacidad económica que se concentra en el grupo de intermediarios y exportadores. Los habitantes que han logrado tener una mayor cantidad de bienes, tomaron una actitud de superioridad hacia el resto de los indígenas debido a sus logros y posesiones, marcando así el prestigio y respeto entre los demás. Un ejemplo de esto son los habitantes de Peguche, conocidos como hábiles tejedores quienes tienen respeto y reconocimiento en la región.¹³⁵

La desvalorización de la cultura indígena por parte de propios y extraños, a lo largo de toda la colonia, la república, e inicios del siglo XX, ha dejado huellas en la vida de las poblaciones, unos con complejo de superioridad y otros de inferioridad evidentes. Los años 60 y 70 del siglo XX, se caracterizaron por la presencia de fenómenos reaccionarios en contra de la discriminación social, provocados por una serie de factores como son la ciudadanización, la elevación de las condiciones de vida del indígena y el ingreso a los centros educativos.¹³⁶

¹³⁴ Otavalos, *el inti raymi de Otavalo*, <http://www.otavalosonline.com/mushuk/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=3&pid=62>, acceso 19 de septiembre de 2010, 18:53

¹³⁵ CFR, FLACSO, *contexto de la ciudad de Otavalo*, www.flacsoandes.org/.../04.%20Capitulo%202.%20Contexto%20de%20la%20ciudad%20de%20otavalo.pdf, acceso 26 de septiembre de 2010, 21:17

¹³⁶ CONEJO, Mario, *El indígena otavaleño urbano*, en: ALMEIDA, José, *Indentidades Indias en el Ecuador Contemporáneo*, serie Pueblos del Ecuador 4, Ediciones Abya Yala, Quito, 1995.

Las resistencias a la diversidad sociocultural continúan con argumentos separatistas, a tal punto que se han dado usos totalmente separados de lugares públicos, por ejemplo discotecas, canchas de juegos, lugares de esparcimiento y otros espacios, reflejándose así un modelo de rechazo recíproco, esto muestra que estas actitudes sigue presente la filosofía de la exclusión social creada, madurada y fortalecida en la historia.¹³⁷

En la década de los 90, los cambios socio culturales han tomado un ritmo muy acelerado, todo esto ha provocado que un número excesivo de indígenas migren temporalmente ya sea a Europa o a Estados Unidos, donde logran mejorar considerablemente su situación económica ya sea como músicos o como comerciantes textiles.

Por otro lado, existen bajos niveles de identidad cultural tanto en indígenas como en mestizos, lo que obstruye el establecimiento de una interculturalidad, pero la mayor debilidad lo experimentan los mestizos debido a factores ideológicos conceptuales e históricos y principalmente a que el mestizaje es una cultura recién en formación con una edad de no más de 400 años; muy tierna en relación a la indígena que tiene una condición milenaria; por ello, en las dos culturas existe la tendencia a una fácil aculturación. En la cultura indígena ocurre con frecuencia porque este era un mecanismo de salvación en relación a las cargas de explotación y en la mestiza por su relativa inseguridad frente a lo identitario indígena.¹³⁸

El proceso de construcción de una sociedad indígena urbana ha dado paso a la existencia de indígenas que son productores, comerciantes textileros, empresarios y músicos, etc. El contacto con lo externo ha provocado que la sociedad de Otavalo tome modelos externos sobre todo en muchos jóvenes de la ciudad y del sector rural. Al respecto Marco Cagua, un joven kichwa de Peguche comenta:

Los jóvenes de Otavalo adoptan fácilmente lo que viene de afuera. El mero hecho de viajar hacia otros países los hace superficiales mientras nosotros los de Peguche somos más auténticos y autóctonos y nos hemos preocupado de difundir y promocionar lo que es nuestra cultura cuando salimos del país. En nuestra comunidad se práctica la solidaridad,

¹³⁷ Id.

¹³⁸ DE LA TORRE, Luis, Universidad de Otavalo, *procesos de aculturación y cambio cultural en otavalo*, <http://www.otavalovive.com/modules.php?name=News&file=print&sid=174>, acceso 15 de octubre de 2010, 22:45

una prueba de ello es que nos hemos preocupado por apoyar a jóvenes que se han convertido en destacados políticos y profesionales para que sean dignos representantes de nosotros, a diferencia de muchos jóvenes de la ciudad

De acuerdo al alcalde Otavalo en funciones, Mario Conejo, el proceso creciente de elevación económica del indígena otavaleño, ha incidido en el mejoramiento de su imagen y autoestima, sin embargo, no es un crecimiento integral como lo exigiría un enfoque de desarrollo. Este mismo crecimiento, se ha iniciado también un proceso de estudios e intelectualización de algunos miembros indígenas, lo cual parece convertirse en una constante de mejoramiento académico aunque todavía en bajos porcentajes.

4.2. Comercio de servicios turísticos en Otavalo

4.2.1. El turismo en Otavalo

De acuerdo al Plan de Vida Cantonal de Otavalo (2.005) el 30% de la población económicamente activa se dedica a las actividades artesanales como tejido y producción de textiles y a la comercialización de las mismas como principal fuente de trabajo, dentro de la actividad comercial que se desarrolla en la zona urbana, la gran mayoría de comercios son de artesanías o tienen relación en alguna con esta actividad, el 15% trabaja en forma directa en la prestación de servicios turísticos y tan sólo el 7% se dedican a actividades agropecuarias.¹³⁹

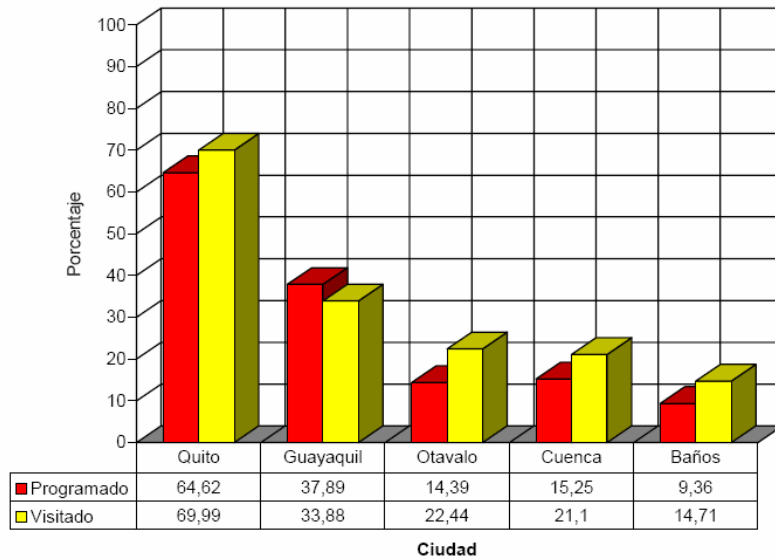
La visión de desarrollo de Otavalo se ha basado en dos grandes áreas, la articulación de la producción artesanal con el mercado local e internacional lo que ha permitido que sus productos lleguen a mercados como Estados Unidos y España, este grupo se ha centrado en la competitividad mediante la calidad del producto y la innovación de los diseños, para venderla a los visitantes, no solamente en la feria de Otavalo sino en otras ferias y tiendas artesanales del resto del Ecuador

La segunda área está orientada a los turistas que visitan la ciudad de Otavalo, de esta manera, su preocupación es cómo atraer al turista, cómo retenerlo, cómo crear circuitos turísticos que promuevan las localidades, sus

¹³⁹ SECRETARÍA DE PUEBLOS, *pueblo Otavalo*, http://www.secretariadepueblos.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=537%3Apueblo-otavalo&catid=27%3Anacionalidades-y-pueblos-indigenas-del-ecuador&Itemid=119&lang=es, acceso 15 de diciembre de 2010, 20:45

particulares culturales, artesanales y paisajísticos. Dentro de la actividad turística, los principales factores que generan trabajo y fuentes de ingreso son los prestadores de servicios turísticos como establecimientos de alojamiento, alimentación, recreación y distracción, agencias de viajes, etc., según encuestas realizadas por el Ministerio de Turismo a turistas no residentes en el Ecuador, la ciudad de Otavalo es la tercera más visitada por los extranjeros.¹⁴⁰

GRAFICO 9
CIUDADES MÁS VISITADAS EN ECUADOR
Año 2008



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Banco Central del Ecuador
Recopilación: Emilene Carbalí

El Ministerio de Turismo ha sido un ente de promoción y apoyo a los establecimientos turísticos en Otavalo, en el año 2008 se suscribieron dos convenios de cooperación interinstitucional, para fortalecer el parque acuático del lago San Pablo y se implementó un Plan Integral de Manejo Turístico de la cascada de Peguche como una estrategia de dinamización turística y desarrollo socio económico ambiental del cantón Otavalo y de las comunidades aledañas.

El presidente de la República en el año 2009, Rafael Correa aseguró el buen desenvolvimiento de estos proyectos mediante el trabajo en conjunto de los ministerios de Ambiente, Turismo y Desarrollo Urbano y Vivienda, que permita

¹⁴⁰ DÍSS, YACELGA, Franklin, *el desarrollo en Otavalo*, Universidad Andina Simón Bolívar, 2006, p. 50

impulsar el desarrollo armónico y sostenible del cantón y aseguró que *“el aprovechamiento turístico de estos bienes, a través del turismo comunitario, brindará una oportunidad laboral a las 720 familias ubicadas dentro de las siete comunidades ubicadas en el área de influencia del proyecto e igualmente se recuperarán dos sitios ancestrales, como son las piscinas del inka y el reloj solar, que se encuentran en el área de intervención”*.¹⁴¹

El Gobierno Municipal de Otavalo ha buscado priorizar la dotación de infraestructura, equipamiento y facilidades turísticas destinadas a favorecer el turismo de fin de semana en el caso del mercado turístico nacional, desarrollando opciones de áreas de recreación y actividades para estadía corta.

Dentro del turismo interno que realizan los ecuatorianos, el más importante está constituido por los viajes de fin de semana y feriados, que representa un 70% de la movilidad interna y, en segundo lugar con un 18% está el turismo de vacaciones principales y el resto viaja al exterior.

De acuerdo a datos del Ministerio de Turismo, en las vacaciones de fines de semana, el 89,2% de los ecuatorianos que viajan lo hacen acompañados por su familia, el 4,6% lo hacen solos, y el 6,2% en grupo. El tamaño medio de las familias que salen es de 3,5 miembros; los recursos y lugares turísticos más frecuentados y que preferirían visitar son:

1. **Playas:** atraen un importante flujo de turistas, y el promedio de estadía es de 3 días.
2. **Aguas termales:** El desplazamiento hacia estos lugares se da principalmente los fines de semana.
3. **“Ciudades-Pueblos”:** En las vacaciones principales y feriados (Otavalo).
4. **Andinismo:** Los visitantes de la sierra son los principales turistas de andinismo y son generalmente realizan estos viajes en grupos.
5. **Acontecimientos programados:** Constituyen los eventos sociales y competencias deportivas que se realizan en las diferentes ciudades del país,

¹⁴¹ MINISTERIO DE TURISMO, *Ministra de Turismo y Alcalde de Otavalo suscriben convenios para fortalecer desarrollo turístico*, http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459:estadicas-turisticas&catid=62:servicios&Itemid=95, acceso 15 de diciembre de 2010, 21:19

fiestas y celebraciones locales que movilizan una importante cantidad de turismo interno.¹⁴²

Al ser la provincia de Imbabura y la ciudad de Otavalo un destino turístico preferido especialmente para visitas de fin de semana o visitas cortas, no se ha desarrollado una planta hotelera tan grande como la de otras provincias del Ecuador, especialmente las de la Costa. Sin embargo, en la sierra ocupa el segundo lugar en capacidad instalada después de Pichincha.

De acuerdo al catastro de establecimientos turísticos, la planta hotelera y turística instalada en Otavalo es de un total de 59 lugares, con capacidad para 850 habitaciones y 1.904 camas hoteleras, clasificadas de la siguiente manera:

TABLA 3
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN OTAVALO

ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD
Hoteles	4
Hostales	11
Hostales residenciales	27
Pensiones	5
Establecimiento con cabañas	3
Albergues	2
Hosterías en la zona rural	7

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos
Elaboración: Municipio de Otavalo
Recopilación: Emilene Carbalí

En los servicios de alimentación, recreación y distracción existen 65 establecimientos con capacidad para 974 mesas y 4.614 sillas para servicio a los clientes tomando en cuenta los servicios de restaurante y cafetería de los hoteles, clasificados de la siguiente manera:

¹⁴² Gobierno Municipal de Otavalo y Ministerio de Turismo (2.002) "Una estrategia para desarrollar turismo en Otavalo", manuscrito.

TABLA 4
ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN
Y RECREACIÓN EN OTAVALO

ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD
Restaurantes	29
Establecimientos de comidas típicas	6
Cafeterías	9
Fuentes de soda	4
Bares	7
Balnearios	2
Discotecas	2
Peñas	3
Restaurantes en la zona rural	3

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos
Elaboración: Municipio de Otavalo
Recopilación: Emilene Carbalí

En Otavalo se ofrece además servicios de Agencia de Viajes, tanto para la organización de tours locales como para la venta de pasajes aéreos nacionales e internacionales, existen un total de 28 agencias de viajes: 17 internacionales y 11 tour operadoras; estos son indicadores que permiten medir la importancia del turismo en la provincia.¹⁴³

4.2.2. Oferta turística en Otavalo

Otavalo ofrece varios atractivos turísticos y manifestaciones culturales en su zona rural, que hace posible que exista motivación para visitar la ciudad; montañas, lagos, cascadas, sitios arqueológicos, son algunos de los lugares más importantes.

Peguche

Es una comunidad indígena ubicada en el sector occidental del cantón Otavalo, es reconocida por sus hábiles artesanos y su música tradicional, que ha sido mantenida y promovida por grupos autóctonos que se encargan de la promoción artística y revitalización cultural.¹⁴⁴

¹⁴³ Id.

¹⁴⁴ CAMARA DE TURISMO DE OTAVALO, *la cascada de peguche*, http://www.otavaloturismo.com/lugar_mostrar.php?var=1, acceso 12 de noviembre de 2010, 17:50

Su principal atractivo es la cascada del mismo nombre, rodeada por bosques nativos y una variada vegetación y fauna silvestre, la cascada es uno de los sitios turísticos más importantes de Otavalo, debido a su cercanía y fácil acceso, varios turistas y visitantes acuden al sector para conocerla y disfrutar de su paisaje natural; en los alrededores de la cascada se puede encontrar una gran cantidad de especies animales y vegetales, propias de los valles interandinos.

Este lugar es considerado sagrado en la cultura de los pueblos de Otavalo debido a la relación de los indígenas con el medio natural, especialmente las montañas, el agua y los árboles, es un sitio ritual y espiritual, donde sus habitantes una noche antes de las vísperas Inti Raymi acuden a las aguas de la cascada para un baño sagrado con la finalidad de prepararse espiritualmente y celebrar las fiestas que duran algunos días.¹⁴⁵

Plaza de los Ponchos

Este lugar es conocido como "*Plaza Centenario*" o "*Plaza de los Ponchos*", está ubicada en el sector centro-norte de la urbe y es el principal atractivo turístico de Otavalo, en esta plaza se exhibe una feria de artesanías conocida como la más famosa de Ecuador, donde se concentran miles de artesanos y comerciantes que salen todos los días de la semana a exponer sus artesanías, especialmente los días sábados cuando la feria se extiende a las calles cercanas debido a su magnitud e importancia.¹⁴⁶

La comercialización de las artesanías textiles en este mercado son elaboradas por los indígenas de Otavalo, y por artesanos de otros países andinos, especialmente del Perú; se puede encontrar productos elaborados en balsa, cuero, tagua, piedras semi preciosas, fibras vegetales, barro, entre otros que sirven para fabricar tapices, ponchos, sacos tejidos a mano, blusas bordadas, alpargatas, vestidos, bufandas entre otros en más de 3.000 puestos de venta.

¹⁴⁵ VISIT OTAVALO, *cascada de peguche*, <http://www.visitotavalo.com/localidades.php?vamenu=25>, acceso 12 de noviembre de 2010, 18:09

¹⁴⁶ CAMARA DE TURISMO DE OTAVALO, *plaza de los ponchos*, http://www.otavaloturismo.com/lugar_mostrar.php?var=2, acceso 14 de noviembre de 2010, 19:26

Laguna de San Pablo

Es uno de los atractivos turísticos importantes del cantón y de la región norte del Ecuador, es el lago más grande de Imbabura y está ubicado a cuatro kilómetros al suroriente de la ciudad de Otavalo, con aproximadamente 583 hectáreas, con una profundidad de 35 metros en su parte central.¹⁴⁷

En este lago se realizan actividades acuáticas como surf de vela, kayak, canotaje y esquí, además el Lago San Pablo es un ecosistema que abarca algunas especies representativas como las garzas, patos, algunos anfibios y varias plantas acuáticas. Este lago está rodeado por Totorá, una planta nativa, que es utilizada por las comunidades locales en la elaboración de artesanías, la realización de alfombras o tapices de piso que son utilizadas por las familias indígenas.¹⁴⁸

Atractivos religiosos y culturales

Otavalo es una ciudad atractiva debido a su contenido artístico y cultural, los parques, iglesias y varias casas de estilo colonial, constituyen la oferta para los turistas que prefieren disfrutar del arte.

Las iglesias de San Luis, San Francisco y El Jordán son las más antiguas y las más visitadas debido a su arquitectura, su riqueza escultórica y su ubicación en el sector céntrico de la ciudad, a más de ser consideradas como íconos del sincretismo religioso y cultural.¹⁴⁹

En cuanto a exposiciones arqueológicas y etnográficas, Otavalo tiene algunos lugares para visitar:

El Museo al Aire Libre, ubicado en la zona céntrica de la ciudad de Otavalo, es un mural grande y vistoso que contiene varias gigantografías de obras que

¹⁴⁷ OTAVALO, *qué visitar: Otavalo*, <http://www.visitotavalo.com/localidades.php?vamenu=27>, acceso 26 de noviembre de 2010, 21:14

¹⁴⁸ *Id.*

¹⁴⁹ CAMARA DE TURISMO, *visitar y conocer*, http://www.otavaloturismo.com/lugar_mostrar.php?var=5, acceso 03 diciembre de 2010, 20:12

pertenecen a destacados artistas pintores de la localidad y otras provincias del Ecuador, cada año se colocan diferentes cuadros.

El Museo del Instituto Otavaleño de Antropología con una extensa colección bibliográfica y antropológica para visitantes interesados en conocer la historia de Otavalo, en este museo se puede estudiar la cultura local, en sus diferentes manifestaciones.

En el Museo del Obraje él se realiza una exposición etnográfica y artesanal, con muestras de las herramientas que han utilizado los indígenas, desde hace varios siglos, para la elaboración de telas, prendas de vestir y otros artículos textiles.¹⁵⁰

Pucará de Rey Loma

Es un atractivo de tipo cultural, histórico y arqueológico, que se encuentra a 4 km. de la ciudad de Otavalo, está ubicado sobre uno de los sitios más altos de la estribación que separa la depresión de la laguna de San Pablo con Otavalo. En este lugar hay un mirador hacia el lago San Pablo y al valle de Otavalo. Sobre el punto mas alto que corresponde al centro, existe una pequeña plataforma artificial construida por amontonamiento de tierra y rocas en donde hace algunos años atrás se realizaban ceremonias de ofrenda ritual. Sobre esta plataforma se levanta el viejo árbol llamado “*El Lechero*”. Las antiguas terrazas todavía existentes eran utilizadas antiguamente en tiempos de guerra como sitios de observación y estrategias, desde donde hacían rodar enormes proyectiles de piedra para detener al enemigo, y en tiempos de paz eran terrazas agrícolas.¹⁵¹

Lagunas de Mojanda

Están localizadas a 17 Km. al sur de Otavalo, en el cráter de un volcán extinguido, son uno de los lugares con mayor concentración de agua de la región que ofrecen pesca de truchas y albergan flora y fauna propios de los páramos

¹⁵⁰ Cfr. OTAVALO, *qué visitar: Otavalo*, <http://www.visitotavalo.com/localidades.php?varmenu=27>, acceso 08 de diciembre de 2010, 22:22

¹⁵¹ Id.

ecuatorianos en un complejo lacustre que se encuentra en la cima del sistema montañoso del nudo de Mojanda – Cajas.

Este lugar consta de tres lagunas ubicadas a una altura de 3.715 m. en un ecosistema de páramo, la belleza paisajística que ofrece el sector es el principal atractivo, se puede ascender al pico más alto de los que rodean la laguna: el Fuya-Fuya 4.263 m. y desde su cima observar gran parte del callejón interandino de la sierra norte del Ecuador, realizar actividades como ciclismo, paseo a caballo, caminatas y otros deportes de riesgo como parapente y andinismo, estos volcanes son recomendados por los andinistas expertos para la práctica y la aclimatación antes del ascenso a otras montañas del corredor andino ecuatoriano y son los preferidos sobre todo por turistas extranjeros que buscan actividades extremas cuando visitan Otavalo.¹⁵²

4.2.3 Otavalo frente a otros destinos turísticos

Según una encuesta realizada por el Ministerio de Turismo con 1.200 personas en los aeropuertos de Quito y Guayaquil, las motivaciones por las que visitan los extranjeros al Ecuador son variadas, teniendo el paisaje como principal motivación, luego el aspecto cultural seguido por el clima de sol y playa. Estos son puntos muy importantes en el contexto local de Otavalo, ya que su oferta turística está centrada principalmente en sus paisajes y cultura.¹⁵³

La riqueza cultural de este cantón se conjuga con una variedad de ecosistemas; Otavalo está ubicada en una región montañosa y rodeada de ríos en todo el territorio, encierra una diversidad biológica muy importante y representativa repartida entre volcanes, lagunas, reservas y vertientes que son generadoras de vida, convirtiendo a Otavalo en un lugar con una impresionante belleza paisajística, ofreciendo variedad de climas y zonas que incentivan el turismo en un solo lugar.

¹⁵² OTAVALO VIRTUAL, *laguna de Mojanda*, <http://www.otavalovirtual.com/turismo/mojanda.htm>, acceso 09 de diciembre de 2010, 19:23

¹⁵³ *Gobierno Municipal de Otavalo y Ministerio de Turismo (2.002) "Una estrategia para desarrollar turismo en Otavalo"*, manuscrito.

La ubicación geográfica de la ciudad de Otavalo es una de las principales ventajas, se encuentra a dos horas de la ciudad de Quito, una distancia relativamente corta del principal centro de operaciones del turismo receptivo y los tour operadores del Ecuador, además el buen estado de la vía panamericana y su mantenimiento continuo han hecho que este sea un destino de fácil acceso.

Por otro lado, la riqueza cultural otavaleña, es una de las más reconocidas del Ecuador en el contexto internacional; pueblos como los Kichwa Otavalo y los Blanco Mestizos mantienen su identidad, fortalecida por mitos, costumbres y tradiciones; la apertura a los procesos de interculturalidad ha permitido una solidificación de la identidad indígena de hombres y mujeres otavaleños generando una revalorización cultural de lo indígena por parte de nacionales y extranjeros.¹⁵⁴

El intercambio multicultural y lingüístico se concentra en la creatividad de su trabajo artesanal que sumado a la vestimenta típica, son elementos étnicos necesarios para lograr un comercio lucrativo sobre todo con extranjeros; que han convertido esta tradición en una herramienta para llamar la atención de turistas mediante una mayor visibilización de su cultura indígena.

Otavalo cuenta con un amplio calendario de festividades que forman parte de su legado cultural, esta es la mejor oportunidad, para indígenas y mestizos, de exhibir al mundo la cultura otavaleña; fiestas que duran varias semanas y muestran sus costumbres y tradiciones; además de los rituales típicos de cada celebración se han incorporado varias actividades sociales, culturales y deportivas para hacerlas más atractivas para los cientos de turistas que llegan a estos eventos.

155

¹⁵⁴ DISS, MOREJON, Antonio, *plan de desarrollo estratégico en Otavalo*, Universidad Regional Autónoma de los Andes, 2007, p. 23

¹⁵⁵ OTAVALO VIRTUAL, *laguna de Mojanda*, <http://www.otavalovirtual.com/turismo/mojanda.htm>, acceso 10 de diciembre de 2010, 21:11

CAPÍTULO V ANÁLISIS, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

5.1 Análisis

El comercio de servicios representa el 20% del comercio mundial y cada vez adquiere mayor movilidad internacional, representa dos tercios del producto interno bruto (PIB) mundial por ser el sector de más rápido crecimiento de la economía; dentro de esta rama los servicios turísticos se han convertido en una de las industrias de mayor crecimiento a nivel mundial con una contribución del 12% al Producto Interno Bruto (PIB), empleando directa e indirectamente 231 millones de personas en todo el mundo.

El turismo es un elemento dinamizante económico y social, por ser un sector que ofrece oportunidades para el desarrollo humano, siendo una de las mayores fuentes de ingresos, ya que tiene efecto en la creación de empleos, generación de divisas y en el crecimiento económico de los países receptores de turismo.

En el Ecuador, el turismo genera anualmente \$800 millones y representa el 1,9% del PIB total del país, los gobiernos de turno han considerado al turismo como un factor clave para migrar de una economía petrolera y minera a una economía de servicios, esto ha provocado que la inversión para este sector en el año 2009 registre un incremento de cinco veces comparado con el año 2008.

5.2 Conclusiones

Una vez finalizada la investigación, y al haberse cumplido los objetivos de la misma, es posible determinar que la hipótesis planteada se comprueba parcialmente por las siguientes razones:

El turismo es el mayor representante dentro del comercio de servicios y se ha convertido el principal motor del crecimiento económico en los países en vías de desarrollo y economías en transición.

En el caso particular de Otavalo, el turismo ha sido un eje fundamental para la reactivación económica, por la interacción de todos los sectores que tienen

participación directa o indirecta dentro del turismo, pero no ha sido el factor principal de desarrollo en esa ciudad.

La principal fuente de ingreso en Otavalo es la producción de textiles y la comercialización de las mismas, dentro de la actividad comercial que se desarrolla en la zona urbana, el 30% de la población económicamente activa se dedica a las actividades artesanales o tienen relación en alguna con esta actividad, el 15% trabaja en forma directa en la prestación de servicios turísticos y el 7% se dedica a actividades agropecuarias.

El turismo interno presenta un importante potencial de crecimiento, teniendo en cuenta la cantidad de atractivos turísticos que se pueden integrar en la provincia de Imbabura y especialmente en la zona de Otavalo para satisfacer las demandas y expectativas y, la ventaja comparativa de estar muy cerca del principal mercado emisor de turismo interno para la Sierra que es Quito. La zona de Otavalo tiene aptitud para captar ese flujo de visitantes que salen de la capital los fines de semana por recreación o turismo.

De la información presentada en esta investigación, se puede concluir que existe una tendencia a crecer y desarrollarse el turismo en el Ecuador, orientado a visitantes nacionales y extranjeros que en forma gradual van mejorando su capacidad de gasto conforme la economía se recupera.

5.3 Recomendaciones

Luego de haber presentado las conclusiones respectivas, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

Al hablar de desarrollo turístico como uno de los puntales de la economía, es importante pensar en la planeación estratégica como una herramienta para lograr un desarrollo ordenado y sustentable para solucionar los problemas existentes y aprovechar adecuadamente las potencialidades de cada destino turístico en beneficio de sus habitantes, buscando en el largo plazo una rentabilidad económica global y la conservación de los recursos naturales.

En Ecuador hace falta un fortalecimiento de la promoción turística tanto a nivel nacional como internacional que permita posicionar al turismo como un rubro estratégico para la transformación socioeconómica del país y para lo cual el marketing turístico debería basarse en el desarrollo de nuevos productos y el fortalecimiento de los ya existentes aprovechando todas las ventajas comparativas que posee el país proporcionando información oportuna y veraz al turista para su visita, porque sin promoción, sin información, no hay turistas.

Por otro lado, las alianzas exitosas en turismo se gestan con el apoyo de los gobiernos seccionales, empresa pública y privada; por lo cual resulta trascendental el soporte permanente que se pueda lograr entre estos actores para contribuir con el crecimiento y promoción de este sector.

Finalmente, en el caso particular de Otavalo se debe aprovechar el existente flujo de turistas, para motivarlos a una mayor estadía en la ciudad y la zona, es importante hacer que los turistas permanezcan más tiempo en Otavalo lo que genera que gasten más dinero y un mayor uso de los servicios disponibles. Se deben crear las condiciones propicias para aquello, mediante planificación e inversión donde existan las motivaciones y actividades suficientes para quedarse varios días a descubrir la región para lo cual es necesario entender cuál es la principal motivación del visitante que llega a esta ciudad, su expectativa y qué es lo desea ver; se necesita conocer quién visita a la ciudad, el motivo del viaje, nacionalidad de los turistas, características generales de los grupos que llegan, edades, niveles de gasto, opinión general, etc., mediante una investigación y monitoreo permanente de los visitantes. Esta información es fundamental para poder direccionar y retroalimentar los esfuerzos hacia los segmentos meta más importantes para la ciudad, en cuanto a mecanismos de promoción y difusión de información, así como desarrollo de productos.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

ACOSTA, alberto, *identidad nacional y globalización*, El Faro, Quito, 1997, p.47

BECK Ulrich, *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuesta a la globalización*, Paidós, Barcelona, segunda edición, 1998, p.98

MOCHÓN, francisco, *economía y turismo*, Mc Graw Hill, Madrid, primera edición, 1999, pp. 245, 248, 250

SEGURA, antonio, *el interés general y el comercio de servicios*, Síntesis, Madrid, tercera edición, 1999, p. 89

VELLAS, francois, *economía y política del turismo internacional*, Fundación Gaspar, Madrid, cuarta edición, 1998, p. 125

YVES, Tinard, *turismo: economía y gestión*, Bosh, Barcelona, tercera edición, 1996, p. 87

DISERTACIONES

AGUILAR, Valeria, *Desarrollo del turismo rural como fuente de generación de riqueza y empleo en sectores rurales del Ecuador. Análisis del sector Comunidad Blanca, período 2001-2004*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Abril, 2007, Facultad de Economía.

ARAGÓN, Mauricio, *Evaluación de los atributos turísticos del Ecuador: caso Otavalo*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Marzo, 1998, Facultad de Ciencias Humanas.

MARCHÁN, Ignacio, *La diversidad cultural y los tratados de libre comercio frente a la globalización*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Mayo, 2005, Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura.

ORTIZ, Katy, *Análisis del sector turístico en la economía ecuatoriana período 1999-2006*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Agosto 2006, Facultad de Ciencias Humanas.

SANDOVAL, María Gabriela, *Determinación del nivel de competitividad del sector turístico en la ciudad de Otavalo*, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Junio, 2001, Facultad de Economía.

Artículos

JR, *en los últimos dos meses turismo ecuatoriano se recuperó en un 5%*, Diario Hoy, Quito, 19 de agosto de 2010, sección negocios, p.3

SEVILLA, jorge, *Ecuador participa en feria de turismo ITB*, El Comercio, Quito, 21 de junio de 2010, país, p. 6

ENTREVISTAS

Sara Zambrano, Gerente de Ventas de la Agencia de Viajes Surtrek, *¿Los destinos que prefiere la gente cuando planea sus vacaciones?*

Marco Cagua, joven kichwa, *¿Los jóvenes en Otavalo mantienen sus raíces culturales?*

BOLETINES

ECUADOR, municipio de Otavalo, conejo mario, *el indígena otavaleño urbano*, Otavalo, 1995, p. 5

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, yacelga franklin, *el desarrollo en Otavalo*, Quito, 2006, p. 50

UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES, morejón antonio, *plan de desarrollo estratégico en Otavalo*, Ibarra, 2007, p. 23

WEB

AHOTEC, *Convenciones puntal hotelero*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/convenciones-puntal-hotelero-46801-46801>

ALBA, *Documentos del ALBA*, <http://www.alianzabolivariana.org/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=2097>

ANDRADE, Jimena, *Ecuador ingresa a la OMC*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>

ASOCIACION ECUATORIANA DE ECOTURISMO, *Acerca de ASEC*, <http://www.ecoturismo.org.ec/es/acerca-de-asec.html>

BARO, Saint, *Globalización, zonas francas e inserción internacional. Los retos del desarrollo de América Latina y el Caribe*, http://www.sela.org/public_html/aa2k2/esp/consejo/spclxxviidi12/spclxxviidi

BBC MUNDO, *El tsunami provoca una grave crisis turística en Asia*, <http://www.bbc.co.uk/mundo>

BHAGWATI, Jagdish, *Perspectivas de la economía mundial*, <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm#i>

BENTLEY Roberth, *Un nuevo enfoque en el Comercio de Servicios*, http://www.usaid.gov/dr/docs/resources/estudios_apoyo_cafta_rd/st_analisis_comercio_servicios_turisticos.pdf

CAMARA DE TURISMO DE OTAVALO, *La cascada de peguche*, http://www.otavaloturismo.com/lugar_mostrar.php?var=1,

CAPTUR, *misión y visión*, http://www.captur.com/mision_vision.html

CEPAL, *Instrumentos para la evaluación del impacto de acuerdos comerciales internacionales*, <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/1/23901/P23901.xml&xsl=/ddpe/tpl/p9f.xsl&base=/ddpe/tpl/top-bottom.xsl>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, *Acuerdos de servicios de la OMC*
http://www.eclac.org/comercio/noticias/paginas/5/34445/Comercio_servicios_Consejo_Ministros_ALADI_LCL_2874.pdf

CONRAD, Doreen, *Comercio de Servicios: Hechos y cifras*
http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/800/Comercio_de_servicios:_ZHechos_y_cifras.html

Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador
http://www.codenpe.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=71&Itemid=125

DIARIO HOY, *Ecuador ingresa a la OMC*, Diario Hoy, Quito, 23 de enero de 1996,
<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>

DIARIO TURÍSTICO LATINOAMERICANO, *Aerolíneas fortalecen estrategias de servicio*, <http://www.trafficnews.ec/Aerol%C3%ADneas/aerogal-fortalece-estrategias-de-servicios-para-manabi.html>

ECUADOR TRAVEL, *Costa del Pacífico*, <http://www.ecuador.travel/cuatro-mundos/costa/costa-costa-del-pacifico.html>

EL CIUDADANO, Entrevista con Mario Conejo, Alcalde de Otavalo, *Somos capaces de organizarnos para reclamar nuestros derechos*,
<http://www.elciudadano.gov.ec/index.php>

EL UNIVERSO, *La fiesta del Inti Raymi se inicia en Imbabura con danza y folclore*,
<http://www.eluniverso.com/2008/06/20/0001>

EXPLORING ECUADOR, *Sierra de Ecuador*,
http://www.exploringecuador.com/espanol/highland_ecuador.htm

FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR, *Ecuador como destino turístico*,
<http://www.hotelesecuador.com/dispnov.php?id=136&idiom=1>

FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR,
¿qué es turismo comunitario?,
<http://www.ccondem.org.ec/martinpescador.php?c=795>

FERREIRA Wilson, *Turismo: la globalización invisible*
<http://www.rel-uita.org/sectores/hrct/turismo-globalizacion-invisible.htm>

HABERMANN Herman, *Manual de Comercio de Servicios*
http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/MSITS/m86_spanish.pdf

- HENAO, Ferley, *agroturismo en ecuador*,
<http://www.turismoecuador.com/espanol/articulospub/11.htm>
- GIRVAN, Norman, *terrorismo, turismo y comercio*, <http://www.acs-aec.org/columna/index2.htm>
- JUBERIAS, Gema, *impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico*,
<http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5>
- KAUFFMAN Sergio, *¿Hacia dónde nos lleva la globalización?*,
<http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents/globalizacion2008-2.pdf>
- LA HORA, *El Yamor torna rentable al comercio y turismo*,
http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000271691/-1/EI_Yamor_torna_rentable_al_comercio_y_turismo.html
- LLORENTE Carmen, *Los empresarios turísticos alertan de que el sector ya notan la crisis*,
<http://www.elmundo.es/mundodinero/2008/07/22/economia/1216722947.html>
- MADRID, Gracia, *La crisis ahoga los beneficios del sector turístico*,
<http://www.expansion.com/2008/04/16/economia-politica/1112766.htm>
- MARTINEZ COLL Juan Carlos, *Organismos Económicos Internacionales*,
<http://www.eumed.net/cursecon/16/16-5.htm>
- MATTOS, José Carlos, *Liberalización del comercio de servicios*
http://www.ftaa-alca.org/Wgroups/WGSV/BibInt/COM_SER2.ASP
- Ministerio de Turismo*
<http://www.turismo.gob.ec/index>
- NARANJO, León, *Plan estratégico de Marketing para incentivar el turismo*
<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/7924>
- NICOLETTI, José, *La globalización de los mercados*, <http://es.shvoong.com/social-sciences/1761417-el-globalizaci%C3%B3n-los-mercados>
- NUÑEZ, Jorge, *Cocina ecuatoriana*,
http://www.ecuaworld.com.ec/cocina_ecuatoriana.htm
- OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos), *Statistics on International Trade in Services*, www.oecd.or/index.aspx,
- OEI Organización de Estados Iberoamericanos, *La cultura y el turismo como medio de desarrollo socioeconómico*, <http://www.oei.es/cultura/culturamhmejia.htm>
- OLEAS, José, *Ecuador ingresa a la OMC*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>
- ORDONEZ, Martha, *Políticas de empleo en planificación turística local de Ecuador*,
www.cepal.org/publicaciones/xml/2/22232/lcl2346e.pdf

Organización de Aviación Civil Internacional,
<http://www2.icao.int/en/avsec/pages/default.aspx>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, *Turismo sostenible y gobernanza local en la amazonía ecuatoriana*,
http://www.un.org.ec/pages/interna_agencias.php?txtCodInfo=80

Organización Mundial del Comercio, *Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios AGCS-OMC*
http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/s_propnewnegs_s.htm#tourism

Organización Mundial del Turismo
www.unwto.org/index_s.php

OROSCO Roberto, *Teoría de la globalización*,
<http://www.zonaeconomica.com/teoria-globalizacion>

ORTEGA, Jorge Luis, *El Ecuador en la OMC*, <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-ingresa-a-la-omc-88267-88267.html>

OTAVALO, *Atractivos turísticos*,
http://www.aquiotavalo.com/web/index.php?option=com_content&view=article&id=23:atractivo-turistico&catid=3:sitiosdeinteres&Itemid=14

OTAVALO VIRTUAL, *laguna de Mojanda*,
<http://www.otavalovirtual.com/turismo/mojanda.htm>

PEREIRA Jorge, *Globalización de los mercados: mercado internacional y apertura económica*,
<http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/globalizacion-de-los-mercados.htm>

PNUMA, *Turismo sustentable*,
http://www.pnuma.org/industria/turismo_sustentable.php

RAINFORESTE ALLIANCE, *Iniciativas de turismo sostenible*,
http://www.rainforestalliance.org/tourism_spanish.cfm?id=initiatives

REDONDO, Rosana, *Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico*,
http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5_Pablo%20Redondo%20y%20Juberias%20Caceres.pdf

ROJAS, Jorge, *Turismo en el mundo*, <http://www.mundoturismo.com/kira-1018>.

ROMERO, Antonio, *Globalización y economía internacional*,
<http://www.redem.buap.mx/acrobat/tony1.pdf>

RUIZ Hugo, *La Cláusula de la Nación más favorecida y el trato justo y equitativo*,
<http://www.derechos.org/nizkor/econ/veneco.html>,

SECRETARÍA DE PUEBLOS, *Pueblo Otavalo*,
http://www.secretariadepueblos.gov.ec/index.php?option=com_content&view=articl

e&id=537%3Apueblo-otavalo&catid=27%3Anacionalidades-y-pueblos-indigenas-del-ecuador&Itemid=119&lang=es

STEUART, Ian, *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, <http://www.unctad.org/sp/docs/c1d7>
TRAVEL ECUADOR, *Marca turística del Ecuador*,
http://www.ecuador.us/news/archives/ecuador_tourism/marca_turistica_del_ecuador

TREJOS, Alberto, *Fortalecimiento de capacidades comerciales en las Américas*,
http://www.eclac.org/publicaciones/xml/0/36380/Serie_110.pdf

TRUJILLO, Ernesto, *Marca país e imagen Corporativa del Ministerio de Turismo*,
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/etrujillo.html>

UNCTAD, *El comercio de servicios y sus repercusiones en el desarrollo*,
http://www.unctad.org/sp/docs/c1d71_sp.pdf

UNESCO, *Los responsables de la UNESCO-Quito se desplazan a las Islas Galápagos para trabajar conjuntamente con las instituciones locales*

UNION EUROPEA, *Resultados de las negociaciones de la Organización Mundial del Comercio sobre servicios*,
http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/r11012_es.htm

UNWTO, *Respuestas del turismo mundial a los nuevos retos de la economía mundial*, http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_1.pdf

VILLAMIL, Galo, *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) – Ecuador*,
http://www.equatorinitiative.org/index.php?option=com_content&view=article&id=513:feptce&catid=106:equator-prize-winners-2006&Itemid=541&lang=es

VISITA ECUADOR, *Arranca la séptima edición de la feria “Ecuador turismo 2009” en Quito*,
http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=20&codi_seccion=0&cod_seccion=5&codigo=e9r1vkJh
[/docs/c1d71_sp.pdf](http://www.unctad.org/sp/docs/c1d71_sp.pdf)