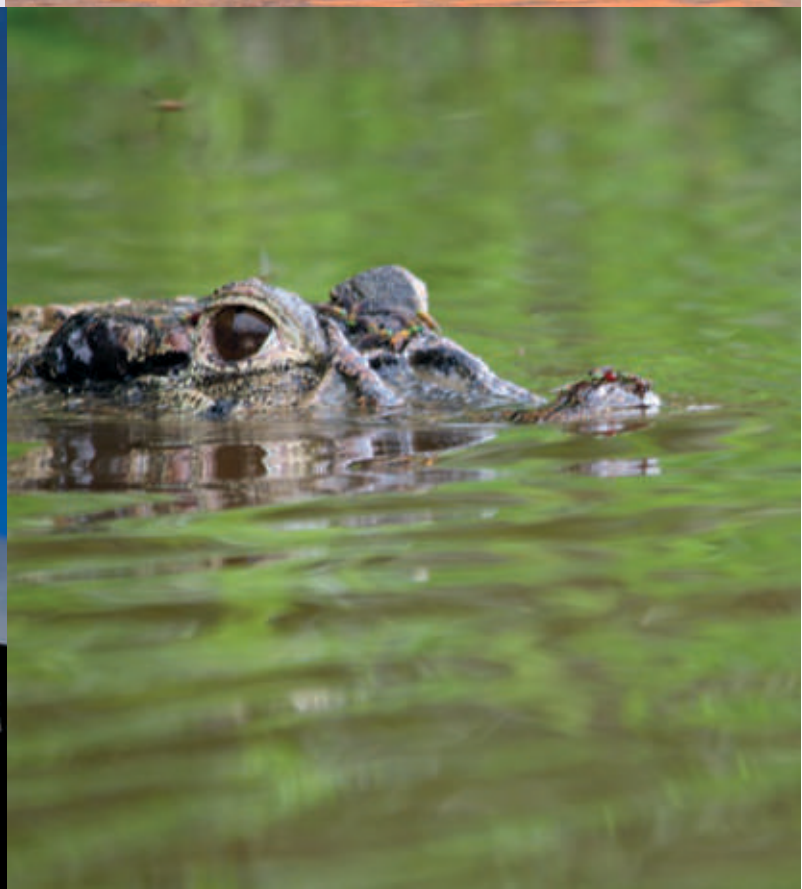
ECUADOR

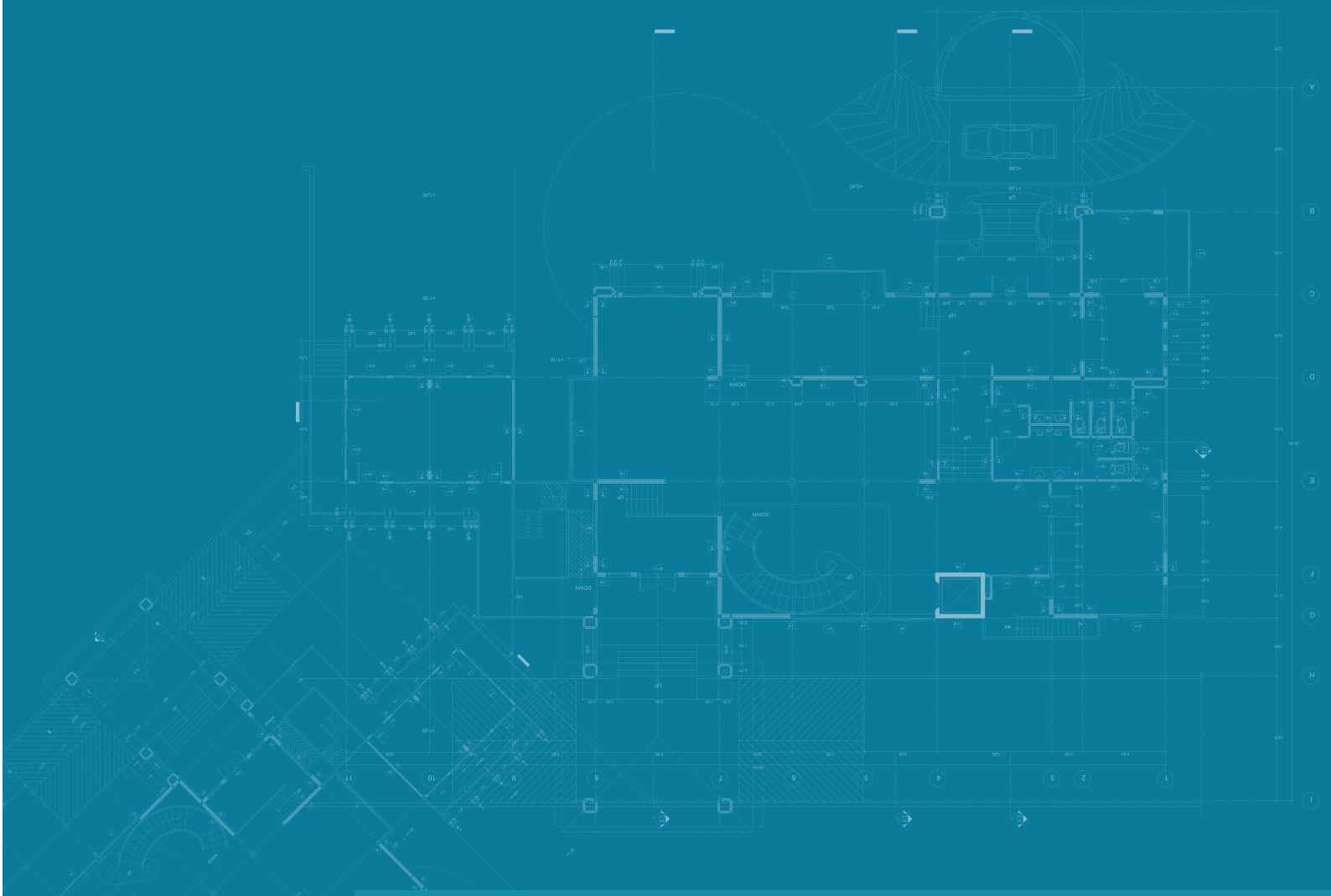
Plan Nacional de Turismo 2030











Ministerio de Turismo del Ecuador
Plan Nacional de Turismo 2030

Los contenidos del plan se pueden citar y reproducir, siempre que se reconozca los créditos correspondientes, refiriendo la fuente bibliográfica.
MINTUR, 2019.

Ministerio de Turismo del Ecuador - MINTUR.
Briceño E1-24 y Av. Gran Colombia. Edificio La Filantrópica.

Quito – Ecuador
Tel: (593) 3 999-333

www.turismo.gob.ec / www.ecuador.travel

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

CONTENIDO

PRESENTACIÓN 4
METODOLOGÍA 6
TURISMO EN EL ECUADOR 9
Demanda Turística 11
Oferta Turística 18
COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL ECUADOR 24
Subíndice No. 1: Ambiente Propicio 27
Subíndice No. 2: Políticas para los viajes y el turismo 32
Subíndice No. 3: Infraestructura 35
Subíndice No. 4: Recursos Naturales y Culturales 41
PROPUESTA ESTRATÉGICA 48
FODA MATEMÁTICO 48
Tendencias del Turismo al 2030 51
Retos Estructurales 56
Visión 56
Ejes Estratégicos 56
Enfoque Estratégico 57
Políticas Nacionales 60
Objetivos y Estrategias 61
Metas Estimadas 70
Bibliografía 71

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

PRESENTACIÓN

El turismo es una actividad económica y social de enorme importancia para muchos países en el mundo. Se ha convertido en un instrumento eficaz para el desarrollo integral e inclusivo, a través de su rol protagónico en la generación de oportunidades de empleo y mejora de la calidad de vida de la población de los territorios turísticos mediante el impulso de emprendimientos, infraestructura, generación de divisas por exportaciones, entre otros aspectos. Además, es un sector económico que promueve la innovación en el conocimiento y tecnología aplicada, respondiendo así a la acelerada globalización del mundo moderno.

De acuerdo al Informe "Resultados del Turismo Internacional 2018 y Perspectivas 2019, Edición 2019" publicado por la Organización Mundial del Turismo, señala al 2018 como el segundo mejor año desde 2010 respecto a llegadas de turistas internacionales, pues destinos que habían sido afectados por temas de seguridad en los últimos años se recuperaron y además se fortaleció y restableció la demanda de viajes en los principales mercados emisores y emergentes. Esto provocó que el sector turístico contribuya con el 10% del PIB mundial; genere 1 de cada 10 empleos en el mundo y represente el 7% de las exportaciones mundiales con un aporte de $ 1,6 billones de dólares.

Por lo expuesto, se evidencia que el turismo es uno de los sectores que presenta un crecimiento sostenido, pero que al mismo tiempo debe transitar por procesos de transformación avocados por una creciente sofisticación de la demanda que exige, cada vez con mayor frecuencia, experiencias personalizadas y de calidad. Este proceso de expansión y diversificación que se ha mantenido en las últimas seis décadas, ha provocado que se desarrollen nuevos destinos en el mundo, adicionales a los tradicionales de Europa y Norteamérica.

Las proyecciones realizadas por la OMT en el informe Tourism Towards 2030, prevé que entre los años 2010 y 2030 las llegadas de turistas internacionales crezcan un 3,3% anual, hasta alcanzar los 1.800 millones a finales del 2030. Por otra parte, se estima que las llegadas a destinos emergentes incrementarán en 4.4% al año, lo cual es el doble que lo proyectado para las economías avanzadas que incrementarían en 2.2%. Estas proyecciones permiten prever un gran potencial de crecimiento del turismo receptor en los Estados que cuentan con este tipo de economías. La cuota de mercado de economías emergentes creció del 30% en 1980 hasta el 45% en 2015 y, se estima que para el año 2030 se alcance el 57%, equivalente a 1.000 millones de llegadas internacionales.

El turismo es una apuesta estratégica del Gobierno Nacional en la medida que podría aportar en la consecución de uno de los retos más ambiciosos del país, colocándolo como "*segunda fuente de ingresos no petroleros*". Lo que se busca es modificar el actual modelo de generación de riqueza concentrador, excluyente y basado en la extracción de recursos naturales por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las potencialidades de sus territorios y su gente, es decir una economía basada en los servicios.

El sector turístico ha alcanzado un crecimiento promedio de 5% en los últimos 6 años, tan solo siendo superado por la industria de servicios financieros y de la construcción, dejando en evidencia su resiliencia frente a shocks externos y presentando menor variabilidad cíclica que los demás sectores de la economía ecuatoriana. De acuerdo a datos del World Travel and Tourism Council – WTTC se estima que al 2018 la

contribución directa del turismo al PIB del Ecuador fue del 2.8% y la contribución total fue de 6%, la cual contabiliza el aporte total de la cadena del turismo al aparato productivo nacional.

A pesar de estas alentadoras cifras, la Organización Mundial del Turismo ha revelado que existen numerosos ejemplos de destinos turísticos en todo el mundo que se han visto afectados negativamente por el desarrollo del turismo. Los impactos negativos se han atribuido, entre otras cosas, a marcos de planificación inadecuados o inexistentes para el desarrollo turístico. Por lo tanto, se ha abogado por que la planificación del turismo sea vital para compensar algunos de sus impactos negativos.

Frente a este escenario, es necesario establecer un instrumento de política pública que oriente y coordine los esfuerzos públicos, privados, asociativos y comunitarios para el desarrollo del turismo en el país, basado en las potencialidades de sus territorios y bajo los principios de inclusión, accesibilidad, equidad, sostenibilidad (Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS), competitividad, gestión descentralizada y gobernanza colaborativa.

El Plan Nacional de Turismo 2030 pretende formular lineamientos que impulsen al sector turístico en el país, a través de la implementación de un modelo de gestión sostenible, accesible e inclusivo basado en políticas y estrategias de planificación territorial y turística; legislación y regulación; diversificación de productos; promoción y marketing inteligente; comercialización y mercadeo apuntando a una demanda real; infraestructura y equipamiento; impulso a la innovación e inversión a través del impulso al emprendimiento; desarrollo de recursos humanos a través de la capacitación, formación y generación de empleo; y fortalecimiento institucional, de tal forma que se invierta en la competitividad internacional del país como destino turístico destacado.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

METODOLOGÍA

El Plan Nacional de Turismo 2030 es una herramienta que brindará los lineamientos generales para la gestión turística a nivel nacional y orientará las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible, inclusivo y accesible para la próxima década.

Partiendo del análisis y evaluación de los logros del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador 2020 - PLANDETUR 2020 (elaborado con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo en el año 2007), y de recolección de información de fuentes primarias, procedente de los insumos recabados en reuniones y talleres internos desarrollados a partir del despliegue de la capacidad técnica instalada del propio Ministerio de Turismo, pero además, de entrevistas dirigidas a actores clave de la industria turística y de la academia, la elaboración de la actual política pública inició con la actualización del diagnóstico del sector turístico del país.

Una vez elaborado este insumo estratégico, con el objetivo de extender el carácter participativo del Plan, se planteó la ejecución de talleres técnicos a nivel nacional (uno por Coordinación Zonal) que convocaron a cerca de 550 representantes de la academia (universidades, institutos técnicos, entre otros), gobiernos autónomos descentralizados (de nivel provincial, cantonal, parroquial rural), industria turística (gremios, asociaciones, representantes clave, entre otros) del sector en todo el país.

Estos talleres buscaron socializar los hallazgos identificados hasta el momento, pero especialmente crear un espacio de construcción participativa que permita discutir y definir las propuestas/líneas estratégicas que debería contener el documento de política pública, dejando en evidencia la representatividad y participación que los actores involucrados en el sistema turístico nacional deben tener para una eficaz gestión, remarcando la multi-sectorialidad propia de la industria.

Es importante mencionar que la elaboración del Plan, contó con el respaldo de organismos internacionales como la Cooperación Técnica Alemana – GIZ, Organización Internacional de Trabajo (OIT) y la Organización No Gubernamental CESO-SACO (Canadá), así como de los gobiernos de España y Chile a través de sus Secretarías de Turismo, quienes entregaron importantes insumos técnicos basados en su experiencia y ámbitos de competencia, para otorgar al documento de política pública una perspectiva consistente de cara hacia el futuro de la actividad turística, en un entorno integrado regionalmente pero también globalizado a nivel mundial.

Finalmente, tras varios procesos de convalidación se generó la versión final del Plan Nacional de Turismo que incluye un diagnóstico sectorial depurado, pero también la definición de un marco estratégico (Ejes, Políticas, Objetivos, Estrategias) que guiará el desarrollo turístico del país en los próximos diez años, proyectando los aportes generados en los talleres nacionales de construcción participativa.

Se debe destacar que para la definición de la planificación a largo plazo, se ha establecido como eje central de tratamiento a los lineamientos establecidos por el “The Travel & Tourism Competitiveness Index” (TTCI), conocido también como Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT), elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés). Esto debido a que el ICVT establece el grado de desarrollo del sector turístico en las economías de los países, a través de la valoración de un conjunto de factores y

políticas que determinan la habilidad de un destino para mantener su posición en el mercado turístico, añadiendo valor a los productos turísticos, en una perspectiva de sostenibilidad.

Enfocarse en los lineamientos que establece este Índice tiene, por una parte, la intención de enmarcar la situación actual (diagnóstico) del sector turístico en el país a través del mapeo de los factores críticos que detienen o potencian su desarrollo, y por otra parte, permitirá delinear con mayor precisión la toma de decisiones y, por ende, las estrategias de intervención que requiere el destino Ecuador para posicionarse en el mercado y frente a sus competidores.

Para asegurar la elaboración y desarrollo eficaz del Plan se empleó una combinación de herramientas cuantitativas y cualitativas de la planificación estratégica y prospectiva estratégica[1], las cuales se aplican para explorar las posibles y/o probables evoluciones futuras de empresas, sectores, organizaciones o instituciones a mediano y largo plazo, mediante el análisis de las variables que influirán en dicha evolución y considerando los comportamientos de los actores que los componen.

- FODA Estratégico:

  Herramienta que permite realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de un ámbito determinado, así como su evaluación externa, es decir, sus oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica del ámbito que se evalúa. Thompson y Strikland (1998) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas.

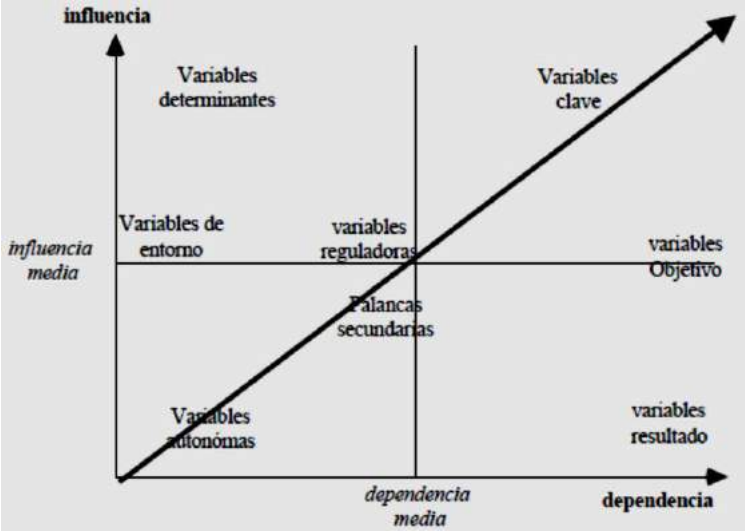
  Puede ofrecer perspectivas útiles en cualquier etapa de un objetivo, permitiendo utilizarse para:

  a) Explorar las posibilidades de nuevas iniciativas o soluciones a los problemas.
  b) Tomar decisiones sobre el mejor camino para una iniciativa.
  c) Determinar dónde es posible implementar un cambio.
  d) Ajustar y precisar planes de medio término.

- FODA Matemático

  Elaborado a través del método de análisis estructural de la Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación (MICMAC), misma que busca identificar el impacto que generan ciertas variables en un determinado sistema o fenómeno y de este modo, a través de la planificación estratégica, procurar alcanzar los objetivos planteados para su desarrollo e identificar problemas a futuro que puedan obstaculizarlo, logrando establecer varios escenarios y generar planes a futuro.
  Para el efecto, sus resultados se presentan mediante un plano cartesiano, en el cual se ubican las variables identificadas y valoradas de acuerdo a su nivel de influencia y dependencia, como se muestra en la siguiente gráfica:

[1] Caja de herramientas de la planificación prospectiva de Michell Godet, 1987.



- Modelo Multi-Variante

  A partir de los datos de los indicadores que componen los diferentes pilares y sub pilares del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo – ICVT del Foro Económico Mundial, se busca establecer los puntos críticos que explican el descenso en las posiciones en el ranking del ICVT en la industria turística. Se optó por realizar modelos de regresión multi-variante para datos del panel Pooled Ordinary Least Squares (POLS por sus siglas en inglés).

- Diamante de Competitividad (Porter, 1990)

  Establece 4 atributos que se encuentran intrínsecamente relacionados unos con otros e influyen directamente a la competitividad de un país o sector. El aumento o reducción de alguno de ellos afecta positivamente o negativamente al resto.

En definitiva, el uso metodológico de las herramientas de prospección estratégica y los lineamientos del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo permitirán *pronosticar* el comportamiento que la actividad turística tendrá en el futuro con base en las experiencias del presente, asumiendo que el comportamiento de los actores involucrados en el turismo hoy en día será el insumo principal para tomar mejores decisiones sobre la sostenibilidad futura del sector, considerando aspectos económicos, ambientales y sociales.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

TURISMO EN EL ECUADOR

El turismo es una industria que incorpora a un amplio espectro de actividades económicas, culturales y recreativas, complementadas con una serie de otras actividades productivas conexas que generan altas oportunidades de empleo, permitiendo la articulación de cadenas de valor. Estructuralmente, aporta efectivamente en la redistribución del ingreso y mejora la calidad de vida de la población de las economías locales.

A nivel sectorial, según datos de la Cuenta Satélite de Turismo (CST), esta actividad ha alcanzado un crecimiento promedio de 5% en los últimos 6 años y su contribución en la producción nacional es superior a las industrias manufactureras claves, tales como la automotriz y de químicos, contribuyendo con un valor agregado bruto de USD 1.175 millones en 2016 [2].

Es fundamental destacar el rol del turismo como elemento clave en la estabilidad de la dolarización y su significativo aporte como fuente de entrada de divisas. En efecto, el gasto turístico receptor representa un 80% de la exportación de servicios y alrededor del 6% de las exportaciones totales, con un monto que alcanza USD 1.878,6 millones (Banco Central, 2018).

Adicionalmente, el nivel de formación bruta de capital fijo[3] del sector turístico contribuye de una manera más que proporcional a la inversión nacional de acuerdo a su tamaño en la economía del país, alcanzando una participación estructural de alrededor de 4% en el periodo 2007 - 2016 (CST).

En 2017, el sector turístico en el Ecuador aportó con cerca del 5.4% al PIB nacional, donde 2.2% son efectos directos generados por la actividad. La contribución total del turismo al PIB entre los años 2011 y 2017 pasó de 4.0% a 5.4%. En 2018, estas cifras ascendieron a 6.0% en cuanto a la contribución en PIB nacional y 2.8% respecto a la generación directa por la actividad (World Travel & Tourism - WTTC, 2018).

De acuerdo a la Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador, la contribución directa del turismo al PIB al 2016 asciende a 1.293,9 millones de dólares del año 2007. En esta línea, el Valor Agregado Bruto Directo Turístico VABDT registra un crecimiento promedio anual 2007-2016 del 3,87%; para el año 2016, esta contribución fue de 1,175 millones de dólares del año 2007.

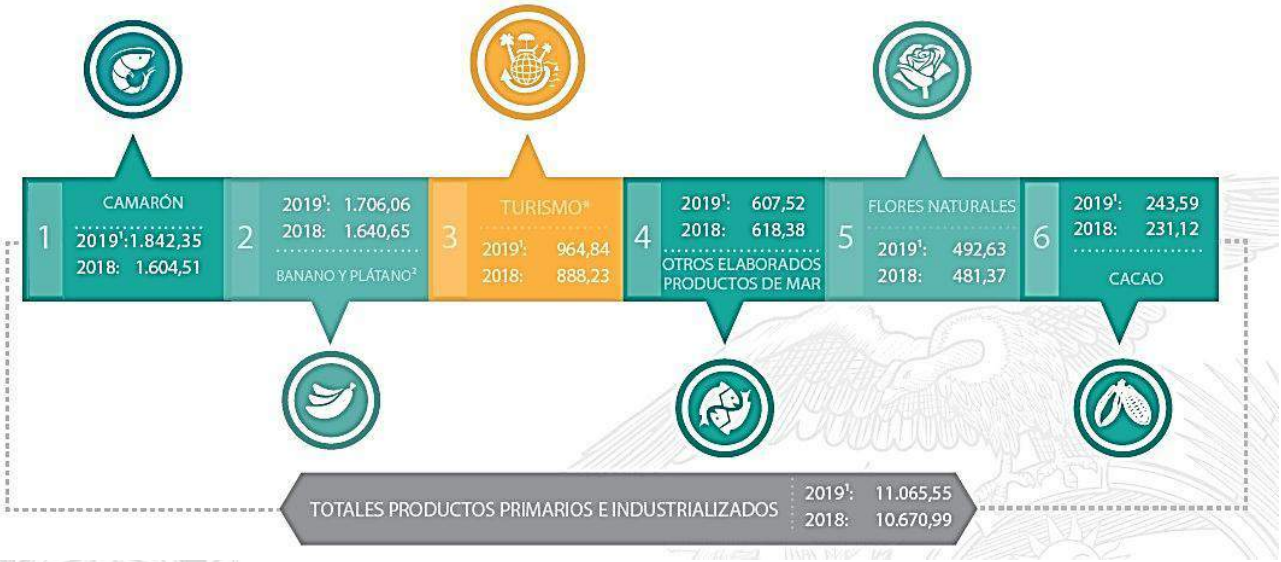
El PIB turístico mundial alcanza el 10,4% según el WTTC (2018), lo cual denota que existe un gran potencial de crecimiento en el sector; sin embargo, si bien es cierto que la contribución del turismo al PIB nacional es dinámica puesto que ha crecido de manera importante en los últimos años, aún no ha igualado el nivel de contribución promedio registrado en el continente americano y de América del Sur, que al año 2017 se ubica en el 8.3% y 8.6%, respectivamente. Dicho porcentaje de contribución del turismo al PIB del Ecuador está por debajo de los niveles registrados en las economías de sus principales países competidores que son: Chile, Colombia, Costa Rica y Perú.

[2] Último dato disponible.

[3] La inversión (Formación Bruta de Capital Fijo –FBKF-) permite identificar los sectores económicos que están incrementando su capacidad productiva para la generación de más trabajo y mayor producción. Ecuador es uno de los países líderes en inversión, con una FBKF promedio anual de 24.5% del PIB en el período 2007-2013, superior al promedio de América Latina y el Caribe (ALC) que se ubica en 20.1% (Banco Central del Ecuador, 2018).

Actualmente, el turismo en el Ecuador se ha constituido como la cuarta actividad más importante en la generación de divisas después de petróleo crudo, banano, y el camarón, pero se ubica en tercer lugar de ingresos en relación con los principales productos de exportación no petroleros (Banco Central, 2019).

Ingresos no petroleros en el Ecuador
Divisas en millones de dólares



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2019.
Elaboración: Coordinación General de Estadística e Investigación - MINTUR, 2019.

El ingreso de divisas por turismo en Ecuador, considerando viajes y transporte de pasajeros para el año 2018 fue de USD 1.878 millones. Entre 2011 al 2018 este rubro representó un crecimiento acumulado del 121.1% y un crecimiento promedio anual del 12.5%. Por otra parte, al año 2018, el valor de las remesas representó alrededor de 2 veces el ingreso de divisas por turismo, a diferencia del año 2007 en que representó alrededor de 5 veces (Banco Central del Ecuador, 2019).

En el año 2018, las exportaciones generadas en el mundo por turismo corresponden al 6.5% del total de exportaciones, mientras que para las exportaciones del continente americano es el 7.3% y el 6.7% para América Latina. Para el Ecuador, la participación del turismo en el total de exportaciones representó el 12.1%, colocándose por debajo de los registros de Costa Rica (18.3%) y Colombia (12.8%), pero por encima de Chile y Perú que alcanzan solo el 4.6% y 8.8% respectivamente (WTTC, 2018).

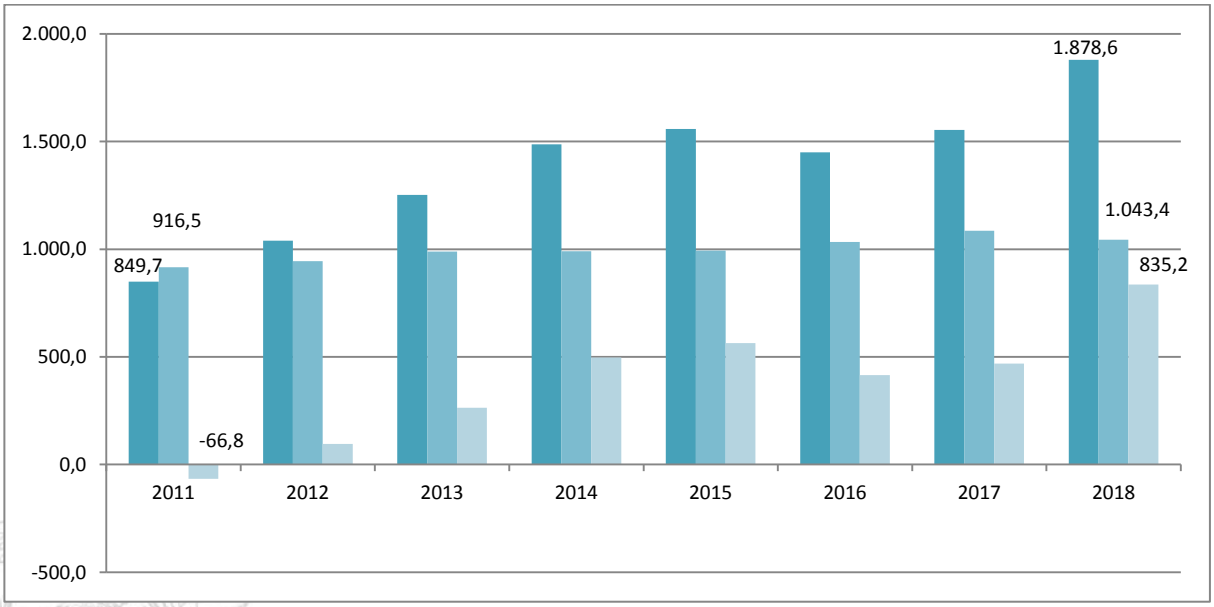
Al 2018, los ingresos por turismo del Ecuador han generado un superávit de balanza turística al mantener un saldo positivo sostenido por 7 períodos consecutivos. Así, los ingresos turísticos entre los años 2011 al 2018 han crecido en 121.1%, mientras que los egresos han aumentado en 13.8% en el mismo período (Banco Central del Ecuador, 2019).

Este comportamiento de los ingresos representó un crecimiento acelerado del saldo de la balanza turística durante los años 2012 y 2018, mismo que fue de 57,3% en promedio (Banco Central del Ecuador, 2019). En

este sentido, el objetivo de la política sectorial es incrementar de manera sostenible y sostenida el saldo de la balanza turística, y de esta manera contribuir al fortalecimiento de la balanza comercial.

Balanza turística[4]

Millones de USD



Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingreso	849,7	1.038,8	1.251,2	1.487,2	1.557,4	1.449,3	1.554,2	1.878,6
Egreso	916,5	943,6	988,2	989,8	993,9	1.034,1	1.085,5	1.043,4
Saldo	-66,8	95,1	263,0	497,4	563,5	415,2	468,8	835,2

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2019.

Demanda Turística

De acuerdo a la OMT, cuatro (4) de cada cinco (5) llegadas en el mundo tienen su origen en la misma región y la tendencia mundial es que la mayoría de los viajes internacionales tengan este comportamiento. En esta línea y en relación a sus países competidores, Ecuador está ubicado en la media regional, cerca de Colombia y Perú, si se analiza el origen de los visitantes internacionales.

Sin embargo, en el caso ecuatoriano predominan visitantes de los países fronterizos (Colombia y Perú), al igual que para Perú (Ecuador, Colombia, Brasil, Bolivia, Chile), mientras que Colombia registra un mayor porcentaje de llegadas internacionales de distintos países, *poco tradicionales*. En el caso de Costa Rica, las llegadas internacionales de turistas provienen principalmente de Estados Unidos y Canadá, superando a Ecuador en los registros de turistas de dichas nacionalidades.

En el año 2017, además de visitas de países fronterizos, Ecuador recibió una cifra importante de personas de otros países de América Latina y El Caribe, Estados Unidos y Canadá, Alemania, España, Francia, Italia y Reino

[4] Es la parte de la **balanza** de pagos que contempla los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones).

Unido, y en menor medida, de otros países como Japón, China, Australia y Nueva Zelanda logrando alcanzar un total de 2.427.660 llegadas de extranjeros (Subsecretaría de Migración, Ministerio del Interior, 2018).

Es importante mencionar que el número sustancial de llegadas que se ha registrado en los últimos dos años de personas procedentes de Venezuela, responde a un fenómeno migratorio diferente, alejado del ámbito turístico. La llegada de viajeros extranjeros al Ecuador sin considerar a los viajeros de esta nacionalidad, creció un 11.4% en el año 2018, en comparación con el año 2017, registrando un total de 1.471.698 excluyendo viajeros venezolanos.

Los datos reflejan que a pesar de omitir los registros del mercado venezolano, las llegadas de extranjeros al Ecuador se mantienen en crecimiento, según el registro administrativo de Migración del Ministerio del Interior.

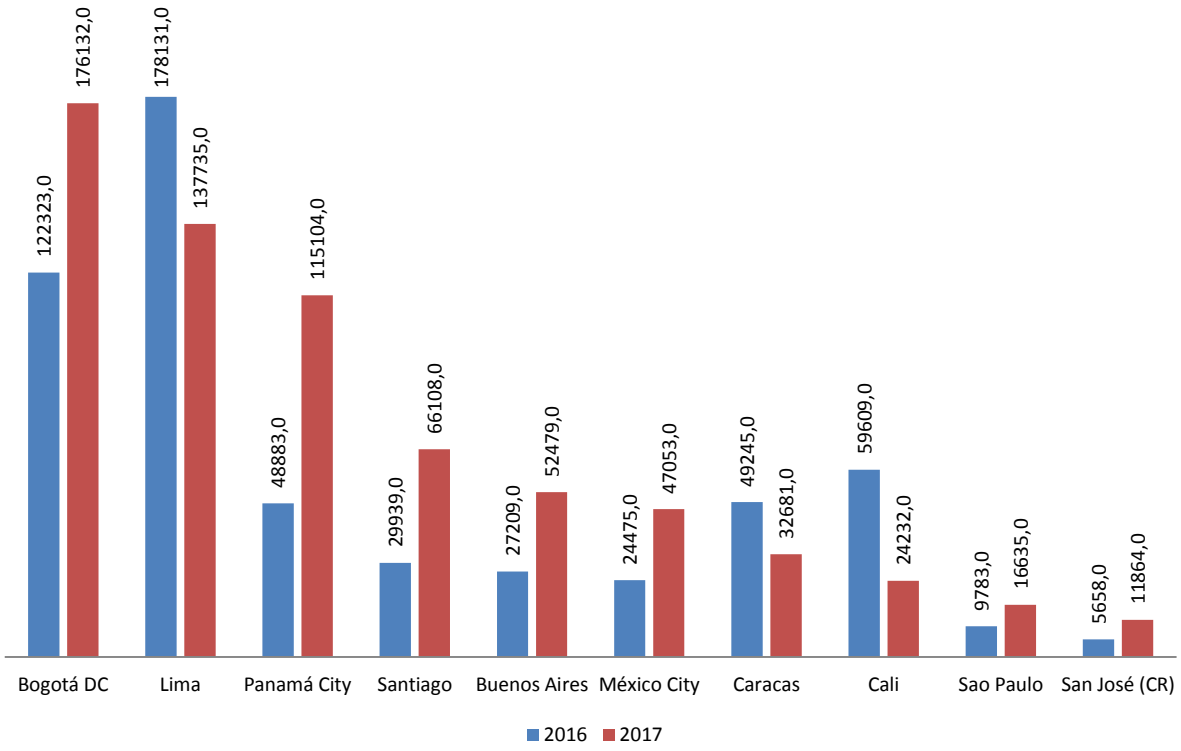
Las llegadas internacionales a Ecuador desde los países de América Latina y El Caribe provienen particularmente de ciudades como Lima, Bogotá y Panamá, y responde a personas que en un porcentaje importante ingresan al país para visitar familiares y amigos, así como para realizar actividades comerciales y no necesariamente motivadas por turismo. Además, países como Argentina y Chile, son importantes emisores de turistas para el Ecuador.

En general, los visitantes provenientes de la región responden a un perfil de gasto bajo, que priorizan el precio más que otros atributos de la oferta turística, se caracterizan por visitar las ciudades más importantes del país, las zonas costeras, las áreas naturales protegidas sin guía especializada.

Analizando las llegadas según tipo de mercado en 2018, tenemos que el *Mercado Objetivo* conformado por los países de Canadá, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos creció un 35.5% mientras que los *Mercados de Mantenimiento* integrados por Bélgica, Suiza, España, Francia, Italia, Países Bajos y Suecia tuvieron un crecimiento de 38.4% respecto al 2017. Este incremento se debe principalmente a los esfuerzos realizados por mejorar la conectividad del Ecuador, abriendo nuevas rutas aéreas desde Europa y Norteamérica.

Para el año 2018, un 16% de las llegadas internacionales provenían de Estados Unidos y Canadá. En el caso de Estados Unidos, la mayor cantidad de personas que visitaron el país arribaron de las ciudades de Miami, New York, Ford Lauderdale y Atlanta, y para el caso de Canadá, desde Toronto. Esta tendencia se mantiene desde 2005 donde el principal emisor de turistas para Ecuador fue Estados Unidos con 206.839 llegadas, pero en orden de importancia figuraba Perú con 191.048 llegadas, Colombia con 177.700 llegadas, España con 31.956 llegadas, Reino Unido con 22.822 llegadas, Alemania con 20.809 llegadas, Chile con 18.228 llegadas, Argentina con 16.720 llegadas, Canadá con 16.428 llegadas y Venezuela con 16.276 llegadas.

Llegadas internacionales, América Latina y el Caribe



Fuente: Anuario de entradas y salidas internacionales INEC, 2018

Según los datos presentados en la publicación "Perfiles de Turismo Internacional 2017" (MINTUR, 2018), el motivo de viaje de los turistas extranjeros que arribaron al país se concentra fundamentalmente en vacación, recreo y ocio (56.9%), negocios y/o motivos profesionales (17.1%) y la visita a familiares o amigos (18.0%). La actividad de mayor interés para los extranjeros está asociada al turismo cultural (58,9%), seguido por el ecoturismo (20,8%), turismo de sol y playa (15,9%), turismo de deportes y aventura (3,2%) y otras actividades (1,2%).

Es importante mencionar que el medio de información turística más utilizado para la planificación de su viaje es el *Internet*, teniendo preferencia por el sitio web oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador y la plataforma virtual TripAdvisor.

Entre las principales provincias visitadas por turistas extranjeros están: Pichincha (65%) y Guayas (51%), lo cual puede ser justificado por la presencia de los aeropuertos internacionales en sus capitales. Otras provincias como Santa Elena (24,1%), Manabí (16,1%) y Galápagos (14%) presentan un índice de visita importante, dado que su oferta turística se centra en el producto de sol y playa.

En la siguiente gráfica se presenta el perfil del turista extranjero que visita el país, según investigación realizada en 2017:

Perfil del Turista Extranjero en Ecuador (2017)



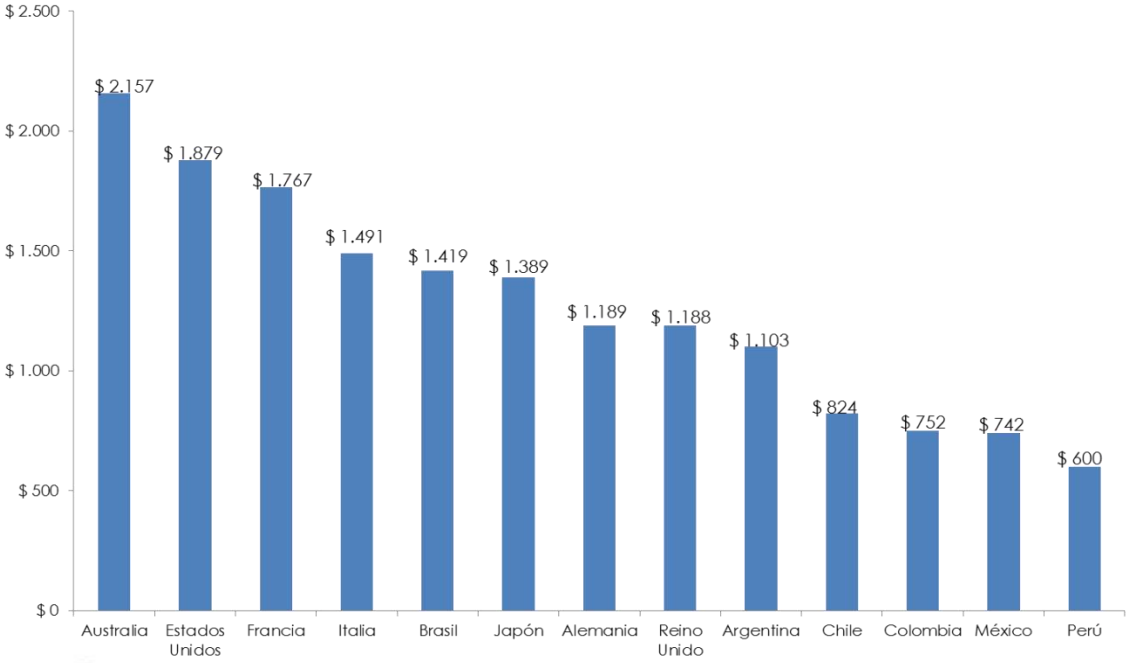
Fuente: Dirección de Inteligencia de Mercados MINTUR, 2017

Con relación al gasto promedio del turista extranjero, según la publicación "Perfiles de Turismo Internacional 2017", este asciende a un monto promedio de USD 1283,70. Los turistas de Australia, Estados Unidos y Francia fueron los de mayor gasto promedio durante su estadía en Ecuador, según el informe de Euromonitor (2018).

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

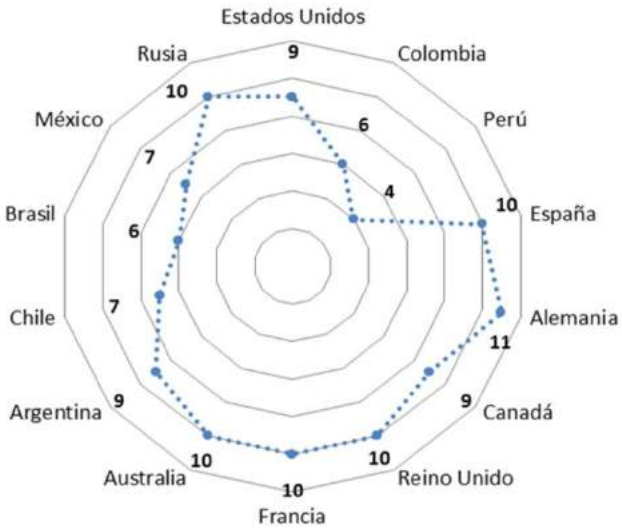
Gasto promedio del turista extranjero en Ecuador



Fuente: Euromonitor International, 2018

Lo expuesto en el gráfico anterior se puede explicar fundamentalmente por la estadía de los visitantes en el destino Ecuador. Es evidente que los turistas de la propia región optan por permanecer menos tiempo en promedio (6 noches), mientras que los turistas de otros continentes pernoctan un mayor número de noches en promedio (8 noches).

Estadía (número de noches promedio)



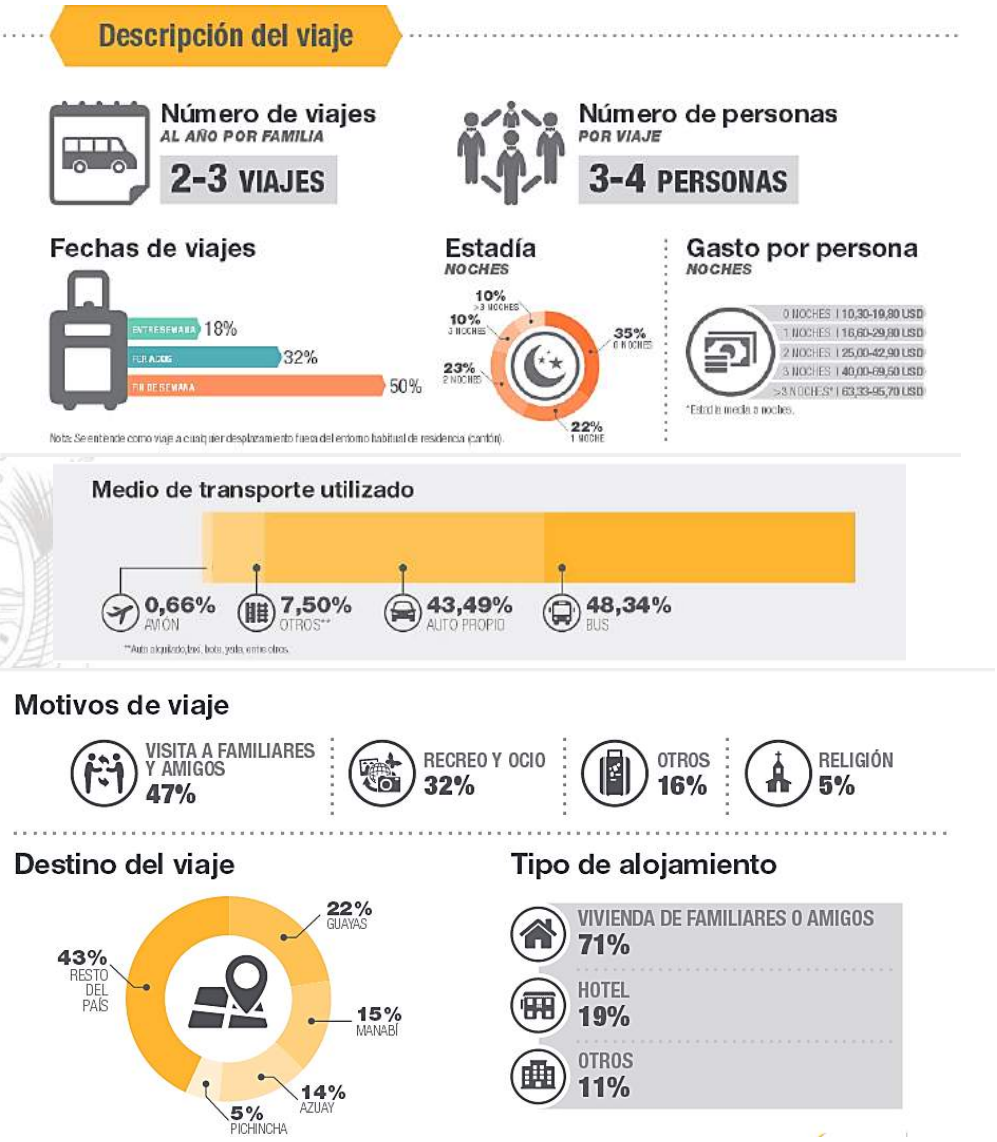
Fuente: Estudio de Turismo Internacional, 2015

Con relación al turismo interno, según la Encuesta de Turismo Interno (junio 2002 – julio 2003) realizada por el Ministerio de Turismo y la información analizada en el "Estudio de factibilidad del turismo de naturaleza y

comunitario Zona Sur del Ecuador" (BIDMHI TurismoTYPSA, 2006), el volumen del turismo interno en Ecuador alcanzó casi los 10 millones de visitantes[5] de los cuales el 64% fueron turistas, mientras que el restante 36% correspondió solo a excursionistas. Los sitios naturales y las playas ocupan el primer lugar de preferencia con un 70,5%.

Más tarde, en el año 2012 se generó una investigación para definir el perfil del turista interno. Así:

Perfil del Turista Ecuatoriano (2012)



Fuente: Coordinación General de Estadística e Investigación - MINTUR, 2012.

En 2016, respecto a los desplazamientos por turismo interno, estos alcanzaron un total de 12,3 millones de viajes, dinamizando la economía en el Ecuador con $ 285,5 millones. El 40% de estos desplazamientos

[5] Una misma persona puede realizar distintos desplazamientos turísticos de turismo interno durante el año. Para efectos estadísticos, al igual que para los visitantes internacionales, cada estadía turística que se realice (con sus desplazamientos y gastos asociados) será considerada y acumulada al total de visitantes, independientemente de ser realizados por una misma persona o no a lo largo del año.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

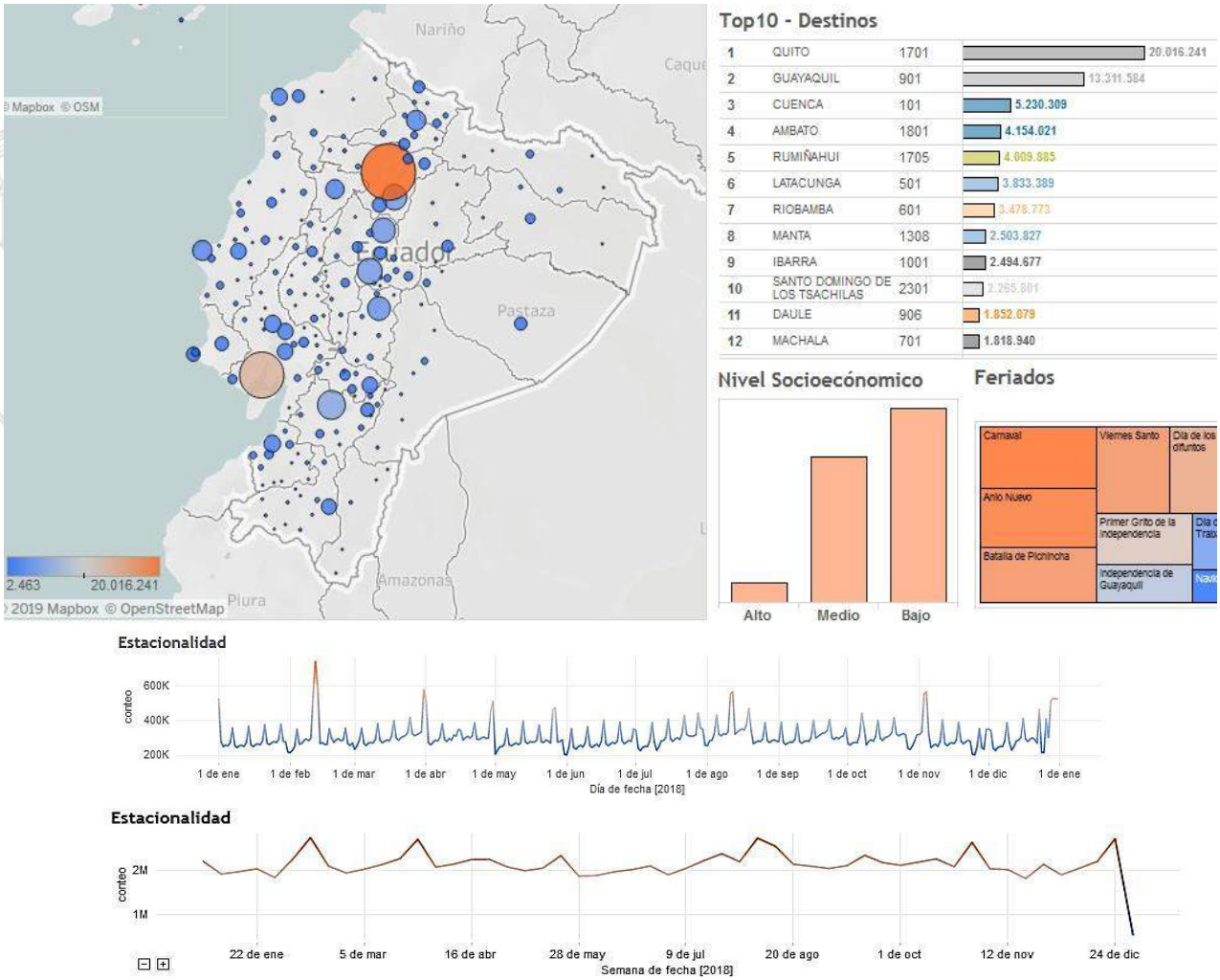
Lenín Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

fueron realizados en los diferentes feriados, lo que representó más de 4,9 millones de viajes alrededor del país, siendo Santa Elena, seguida de Manabí y Esmeraldas las provincias más visitadas (MINTUR, 2018).

Al 2018, según datos del Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador - GEOVIT, el turismo interno en el país registró un total de 56 millones de viajes (turista/noche). De este total, el 12% se registraron a lo largo de los nueve feriados nacionales (28 días en total) dispuestos en el Decreto Ejecutivo No. 858 del 28 de diciembre del 2015 y la Ley de Feriados vigentes.

El feriado que más personas movilizó fue el de **Carnaval**, en el cual se registró una ocupación hotelera de más del 45% y un promedio de gasto de 66 dólares por persona, seguido por el feriado de **Semana Santa**, con un movimiento económico de US$ 44,4 millones y una ocupación hotelera de 43,11%. Quito, Guayaquil y Cuenca son las ciudades emisoras y destino preferentes para los turistas nacionales, evidenciando que en dichas ciudades se concentra la mayor oferta de planta turística en el país.

Turismo Interno 2018



Fuente: Coordinación General de Estadística e Investigación - MINTUR, 2018.

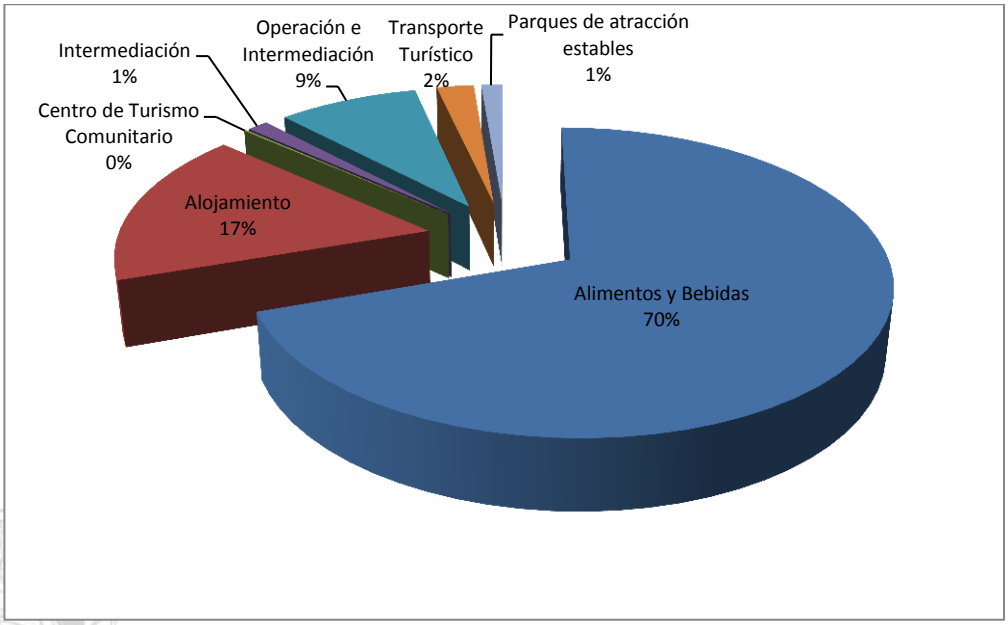
Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Oferta Turística

El Catastro Turístico Nacional Consolidado 2018 registra un total de 24.720 establecimientos turísticos en el país.

Actividades turísticas en el Ecuador[6]



Fuente: Dirección de Registro y Control (MINTUR, 2018).
Fecha Corte: Diciembre 2017.

El 70% de establecimientos responden a la actividad de alimentos y bebidas, mientras que el 17% corresponde a alojamiento, concentrando conjuntamente el 87% del catastro; mientras que el restante 13% está distribuido entre las actividades de operación e intermediación, transporte turístico, intermediación, Centros de Turismo Comunitario y parques de atracción estables.

De la oferta de alimentos y bebidas los restaurantes son los establecimientos con mayor representatividad (62%) y son aquellos que concentran el 68% de plazas disponibles. Los establecimientos que corresponden a las categorías de segunda (29%) y tercera (46%) son las que presentan mayor participación en este segmento, alcanzando el 75%.

Respecto a los establecimientos de alojamiento turístico se evidenció que los hostales (56% del total del catastro) y hoteles (el 24% del total del catastro) concentran más del 80% de las plazas disponibles y las categorías de 1, 2 y 3 estrellas representan el 72,89% del total de estos establecimientos.

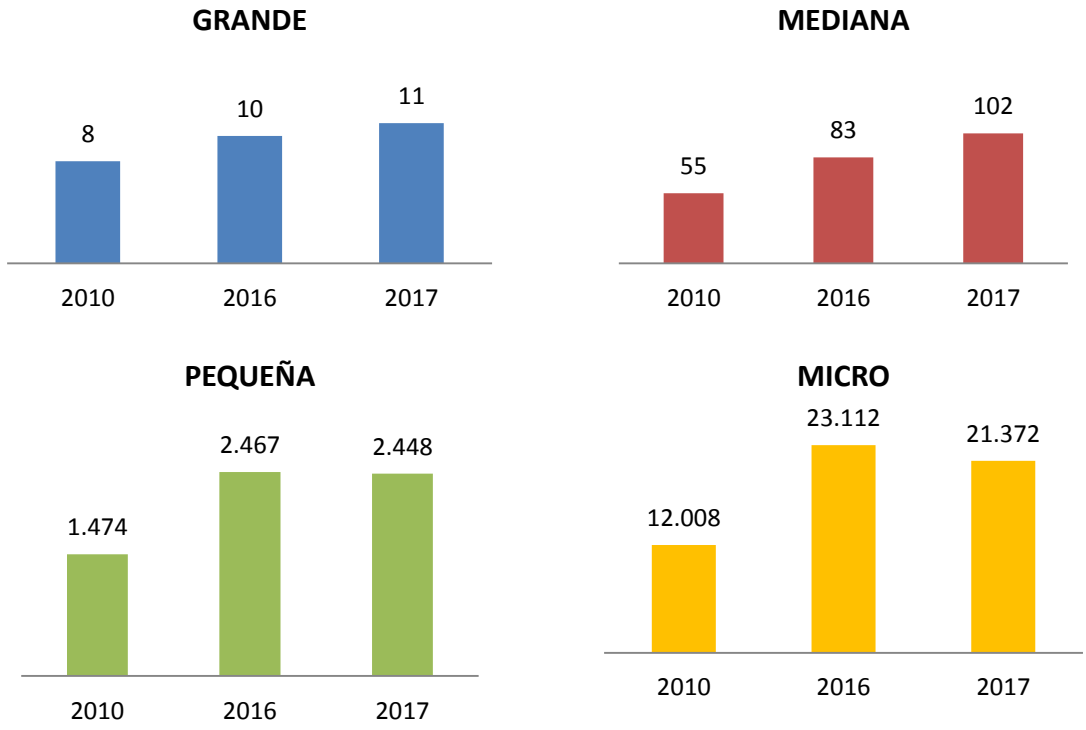
Los establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas se concentran en las provincias de Guayas, Pichincha y Manabí.

[6] La actividad operación, corresponde a: agencias de viajes duales, internacionales, mayoristas y operador turístico y la actividad de intermediación corresponde a: salas de recepciones y banquetes, centros de convenciones y organizadores de eventos, congresos y convenciones.

Por otro lado, se debe mencionar que en el año 2017 el 89.3% de establecimientos turísticos registrados (23.933) respondían a microempresas, el 10.2% a pequeñas empresas, y apenas un 0.5% corresponde a medianas y grandes empresas.

Establecimientos por Tamaño de Empresa

(Por número de empleados)



Fuente: Dirección de Registro y Control (MINTUR, 2018).
Fecha Corte: Diciembre 2017.

Estas cifras se corroboran al percibir que entre el año 2010 y el año 2017, el registro de establecimientos presenta un crecimiento acumulado del 34.62% y el número de microempresas, que llevan a cabo actividades turísticas, se ha incrementado en un 77.98%.

Según el último reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – Ecuador 2017, alrededor de 3 millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29.6% de la población entre 18 y 64 años, siendo esta la TEA2 más alta de la región por sexto año consecutivo, seguido por Perú y Chile, pese a que ha decrecido gradualmente hasta 6 puntos porcentuales desde el 2013.

Este año, el GEM introdujo el GESI o índice de espíritu emprendedor, en el cual el país obtiene el segundo mejor puntaje de la región (0.28) después de Perú, evidenciando una percepción positiva frente al emprendimiento y una alta autoconfianza en las capacidades o conocimientos necesarios para emprender.

Según este estudio, la tasa del emprendimiento por oportunidad en el país supera a la de quienes lo hacen por necesidad (57,31% versus 42,33%), información recogida entre 2.060 personas y 37 expertos nacionales para analizar el ambiente emprendedor. Sin embargo, persisten las dificultades para que un

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

emprendimiento supere la barrera de los 3 meses de operación debido a problemas de financiamiento y falta de rentabilidad.

Por otra parte, respecto a la oferta turística del país debe mencionarse que, según mediciones internacionales, Ecuador forma parte del 30% de países en el mundo con el mayor potencial para el desarrollo del turismo sostenible basado en su importante megadiversidad biológica y cultural, lo cual representa una **ventaja comparativa** potente.

En cuando a la diversidad biológica, en el año 2013 el Ministerio del Ambiente oficializó el Mapa de Ecosistemas del Ecuador Continental, que da cuenta de la existencia de 91 tipos de ecosistemas. El sistema de clasificación establecido fue jerarquizado sobre la base de variables biofísicas (temperatura, precipitación, humedad, estacionalidad) y biogeográficas (geomorfología y pisos altitudinales).

Así, el análisis de ecosistemas se realizó para cada región biogeográfica del Ecuador, determinándose que para la región Litoral existen 24 tipos de ecosistemas, 22 de ellos repartidos en dos provincias biogeográficas claramente diferenciables en su composición y estructura florística, así como por su bio-clima. Para la región de Los Andes fueron identificados 45 ecosistemas, de los cuales 41 están distribuidos en seis sectores y los cuatro restantes distribuidos en varios de los sectores biogeográficos. Finalmente, Para la región Amazonía se identificaron 22 tipos de ecosistemas, distribuidos en sus cinco sectores biogeográficos (MAE, 2013).

En estos ecosistemas se encuentra concentrada la diversidad vegetal y de fauna del país. En los últimos 13 años se han reportado 2.433 especies vegetales nuevas para el país, de las que 1.663 son también nuevas para la ciencia. En el Ecuador se registran actualmente 18.198 especies de plantas vasculares, de las cuales 17.748 son nativas y 4.500 endémicas. La diversidad vegetal del país representa actualmente el 7.6% de las plantas vasculares registradas en todo el planeta (MAE, 2013).

En lo que corresponde a la fauna silvestre, la información más reciente sobre el número de especies de vertebrados indica que al momento se registran 4.801 especies. Los datos más actualizados sobre la riqueza de cada una de las clases de vertebrados es la siguiente: 833 especies de peces marinos y 951 especies de agua dulce; 558 especies de anfibios; 450 especies de reptiles; 1.642 especies de aves y 424 especies de mamíferos. Tomando en cuenta estas cifras, el Ecuador ocuparía el primer lugar en el mundo en cuanto a biodiversidad al relacionar el número de especies de vertebrados por cada 1.000 km^2 (MAE, 2013).

Por otro lado, el patrimonio cultural ecuatoriano es amplio y diverso[7]. Pueblos amazónicos fronterizos, aldeas pesqueras en la Costa del Pacífico, antiguas haciendas andinas en la Sierra, mercados indígenas, ciudades coloniales y más, son algunos de los ingredientes que conforman el amasijo cultural ecuatoriano.

El grupo étnico más numeroso del país es el de los quichuas andinos, con más de 2 millones de individuos. Otros grupos andinos menos numerosos son los caranquis, los otavaleños, los cayambis, los pichinchas, los panzaleos, los chimbuelos, los salasacas, los tungurahuas, los tuguas, los warankas, los puruhaes, los cañaris, y los saraguros (CODENPE, 2018).

[7] 14 nacionalidades y 18 pueblos los cuales están distribuidos en amerindios, afroecuatorianos, mulatos, blancos, mestizos, (SIDENPE, 2015).

En provincias costeras del país, los montubios ecuatorianos y afro-ecuatorianos son los pueblos más representativos que habitan en amplias zonas urbanas y rurales. Están diseminados por todo el país pero principalmente en las provincias de Esmeraldas, Guayas, Pichincha, Loja y en otras circunscripciones territoriales en menor proporción refiriéndose a los afro-ecuatorianos; y en las provincias de Guayas, Los Ríos, El Oro y Manabí en referencia al pueblo montubio (CODENPE, 2018).

Las nacionalidades más grandes de la Amazonía son los quichuas localizados en las provincias de Pastaza y Napo con cerca de 60.000 habitantes. Están los Shuar y Achuar en Morona Santiago y Pastaza. Por su parte, los Siona-Secoya están en Sucumbíos y los Huaorani ubicados entre Orellana y Pastaza, mientras que otros grupos son los Cofán en Sucumbíos y Záparo en Napo (CODENPE, 2018).

Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE, 2018)

Región	Nacionalidad	Provincias
COSTA	Awá	Carchi, Esmeraldas, Imbabura
	Chachis	Esmeraldas
	Épera	Esmeraldas
	Tsa'chila	Santo Domingo de los Tsa'chila
AMAZONÍA	Achuar	Pastaza y Morona
	Andoa	Pastaza
	Cofán	Sucumbíos
	Huaoraní	Orellana, Pastaza y Napo
	Secoya	Sucumbíos
	Shiwiar	Pastaza
	Shuar	Morona, Zamora, Pastaza, Napo, Orellana, Sucumbíos, Guayas, Esmeraldas.
	Siona	Sucumbíos
	Zápara	Pastaza
	Kichwa (Amazonía)	Sucumbíos, Orellana, Napo y Pastaza
SIERRA	Kichwa (Sierra)	Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Cañar, Azuay, Chimborazo, Loja, Zamora, Napo

Región	Pueblo	Ubicación
SIERRA	Chibuleo	Provincia de Tungurahua, cantón Ambato
	Cañarí	Azuay , en los cantones: Cuenca, Gualaceo, Nabón, Santa Isabel, Sigsig y Oña. Cañar, en los cantones: Azogues, Biblián, Cañar, Tambo, Déleg y Suscal.
	Karanki	Provincia Imbabura, cantones: Ibarra, Antonio Ante, Otavalo y Pimampiro.
	Cayambi	Provincias: Pichincha, en los cantones: Quito, Cayambe y Pedro Moncayo. Imbabura, en los cantones: Otavalo y Pimampiro. Napo, el cantón El Chaco.
	Kisapincha	Provincia de Tungurahua, en los cantones: Ambato, Mocha, Patate, Quero, Pelileo y Tisaleo.
COSTA	Huancavilca	Provincia de Santa Elena. Provincia del Guayas: desde la Isla Puná hasta el sur de la provincia.
	Manta	Provincias de: Manabí, en los cantones: Portoviejo, Manta, 24 de Mayo, Puerto López, Jipijapa, Montecristi. Guayas, en los cantones: Santa Elena, Playas y Guayaquil.
AMAZONÍA	Secoya	Provincia de Sucumbíos, en los cantones: Sushufindi y Cuyabeno.
	Siona	Provincia de Sucumbíos, cantones: Putumayo y Shushufindi.
	Cofán	Provincia de Sucumbíos, cantones: Lago Agrio, Cuyabeno y Sucumbíos.

Región	Pueblo	Ubicación
SIERRA	Kitukara	Provincia de Pichincha, en los cantones: Quito y Mejía.
	Panzaleo	Provincia de Cotopaxi en los cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos.
	Natabuela	Provincia de Imbabura, en los cantones: Antonio Ante e Ibarra.
	Otavalo	Provincia de Imbabura, en los cantones: Otavalo, Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante.
	Purwá	Provincia Chimborazo, en los cantones: Riobamba, Alausí, Chambo, Guamote, Pallatanga, Penipe y Cumandá
	Palta	Provincia, Loja en el cantón Paltas
	Salasaka	Provincia, Tungurahua, en el cantón San Pedro de Pelileo.
	Saraguro	Provincias: Loja, en los cantones: Saraguro y Loja. Zamora Chinchipe en el cantón Zamora.
	Waranka	Provincia de Bolívar, en los cantones: Guaranda, Chillanes, Echandía, San Miguel y Caluma.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

A todo este patrimonio natural y cultural se suma una de las ventajas fundamentales de nuestro país, la cual se visibiliza en la posibilidad de conectarse entre las diferentes regiones naturales (Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos) de forma fácil y en un tiempo relativamente corto de viaje, convirtiéndolo en un país multi-destino con cortos trayectos de viaje y además operable durante todo el año, conectando varios atractivos.

A pesar de este alentador escenario, se debe mencionar que en el año 2007 y períodos anteriores, los atractivos turísticos (y los destinos turísticos) en el país se manejaban de manera aislada, sin contar con una adecuada planificación territorial, es decir, su gestión no respondía a una perspectiva de desarrollo turístico y territorial sostenible basado en servicios turísticos. Adicionalmente, dichos atractivos turísticos no contaban con una adecuada conectividad y señalización turística que permita su ubicación efectiva, la cobertura de los servicios básicos y sanitarios era insuficiente y por ende se debilitaba la demanda turística.

Para ese entonces (2007), bajo la Metodología propuesta por la Organización de Estados Americanos - OEA (2004), se logró inventariar un total de **1.635 atractivos turísticos**, de los cuales 712 respondían a sitios naturales y 923 a manifestaciones culturales, en su mayoría de *jerarquía II*[8]. El 72% de atractivos naturales se concentraban en 10 de las 22 provincias del país, mientras que el 78% de atractivos culturales, se concentraba en 10 provincias, algunas diferentes a las de atractivos naturales; es decir que el capital turístico del país se concentraba en 5 provincias: Manabí, Guayas, Imbabura, Pichincha y Azuay.

Al 2017, el registro de atractivos turísticos ascendió a 3.551 atractivos turísticos a nivel nacional, de los cuales el 3% se ubican en la Región Insular (Galápagos), 28% en la región Costa, el 53% en los Andes y el 17% en la Amazonía, con una distribución porcentual que asciende al 51% para manifestaciones culturales y el 49% para sitios naturales.

Más tarde, a través de la construcción de la *Metodología para jerarquización de atractivos turísticos y generación de espacios turísticos 2017*, una propuesta estructurada con base en los criterios del Índice de Competitividad Turística (Foro Económico Mundial – WEF), se logró identificar las reales condiciones de los atractivos para convertirse en producto turístico comercializable en el mercado.

Paralelamente, se planteó la identificación y clasificación de diez destinos turísticos del Ecuador con mayor representatividad dentro de la actividad turística nacional (aunque no de carácter de definitivo), dado que está sujeto a modificaciones de acuerdo a la realidad y dinámica turística.

Los criterios utilizados para esta propuesta metodológica fueron:

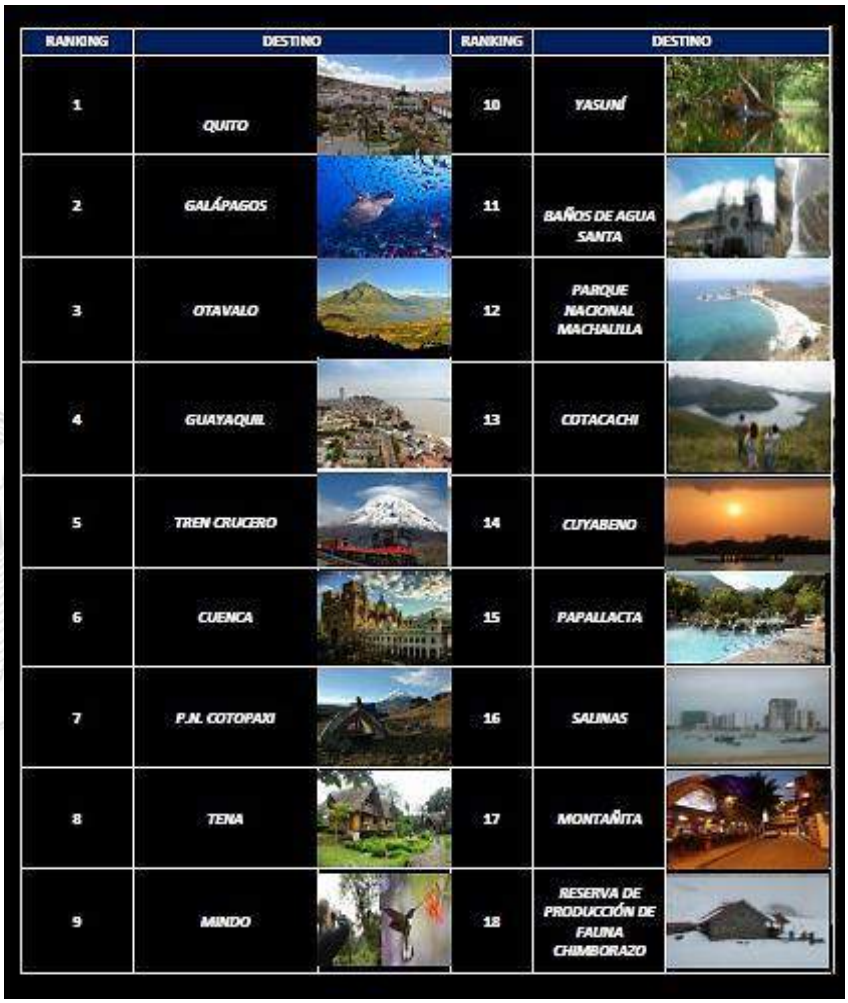
- Índices de Competitividad Turística: Esta variable considera a la accesibilidad, conectividad, servicios básicos y complementarios, planta turística, recurso humano especializado en la actividad turística, entre otros.
- Afluencia Turística: Se refiere al número de turistas o visitantes registrados en un destino durante un año calendario.

[8] Un atractivo jerarquía II implica algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

- Oferta de la industria: Considera la comercialización o venta del destino en mención a través de las principales operadoras turísticas a nivel nacional, determinadas en base a su participación en las últimas ediciones de las ferias de turismo más importantes en el mundo (ITB, WTM) en las ciudades de Berlín y Londres, respectivamente.

El ranking propuesto es:

Ranking de Destinos Turísticos del Ecuador (Turismo Receptivo)



Fuente: Dirección de Productos y Destinos, MINTUR (2015).

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL ECUADOR

Partiendo del hecho que el turismo sostenible debe entenderse como una actividad económica que se desarrolla de manera sistémica conformado de variables ambientales, territoriales, sociales, culturales, económicas, políticas, financieras, empresariales, de mercado, entre otros, y depende de numerosos ámbitos de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.), analizar la evolución de un destino turístico desde la competitividad[9] resulta pertinente pues la competitividad de los destinos turísticos está determinada por su gestión, organización, información y eficiencia (Francés, 2003).

En los estudios de Crouch (2010), la gestión de la competitividad del destino se ha convertido en un tema de interés debido a las teorías, modelos y procesos que pueden ayudar a guiar el enfoque en este reto, ya que ofrece la posibilidad de posicionar con claridad y rigor una tarea compleja de gestión. Este análisis se extendió con la investigación de Ritchie (Ritchie y Crouch, 2003), quienes definen esta gestión como la capacidad relativa de un destino para satisfacer las necesidades de los visitantes en los diversos aspectos de la experiencia turística (León; Leyva, 2015).

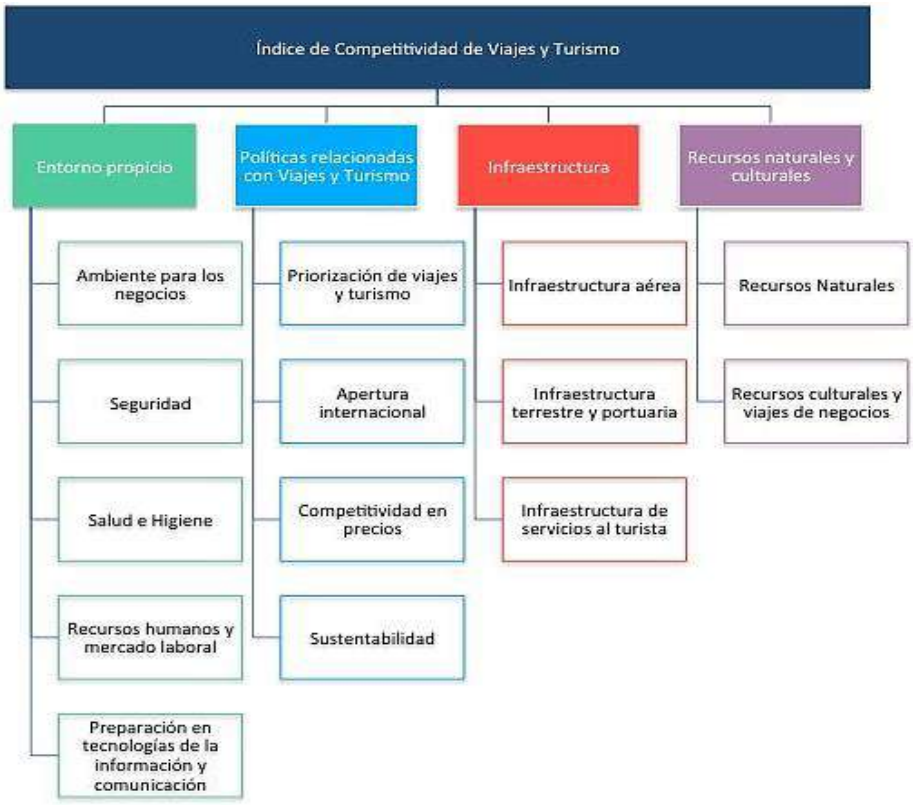
Por ello, el turismo, al igual que otras actividades económicas, obliga a que sus principales agentes económicos implementen estrategias eficientes de tal manera que permanezcan y surjan en la industria; la competitividad turística local o conocida también como la competitividad de un destino, se define como la capacidad que este presenta para crear e integrar productos de valor agregado, confiriendo sustentabilidad a sus recursos, de forma de posicionarse mejor en el mercado en relación a otros competidores (Hassan, 2000).

De esta manera, el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) es una iniciativa del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), realizada de forma bienal desde 2006, y cuyo objetivo es medir los factores y políticas que hacen posible el desarrollo sostenible del sector turístico en las economías mundiales. Dicho desarrollo permite medir la competitividad del país en cuanto a su capacidad turística.

La evaluación se realiza a un total de 140 economías a nivel mundial y comprende el análisis de 4 subíndices, 14 pilares y 90 indicadores individuales. La medición está sujeta a una puntuación entre 1 y 7 de la cual se deriva un promedio, resultando en el puntaje alcanzado por el país. La información base es compilada a través de data dura, la misma que se normaliza para ser comparable con los resultados de la Encuesta de Opinión Ejecutiva del Foro Económico Mundial.

La siguiente gráfica muestra el detalle de los ámbitos evaluados:

[9] Desde el punto de vista macro, la competitividad será entendida como una preocupación de los países con el fin último de incrementar el rendimiento de sus ciudadanos. Por otra parte, bajo la perspectiva micro, la competitividad será entendida como un fenómeno basado en las características de las industrias que influirá la capacidad competitiva de sus productos (Dywer & Kim, 2003).



Fuente: Foro Económico Mundial, 2017.

En la edición 2019 publicada bajo el tema "Viajes y turismo en un punto de inflexión", los resultados demuestran el crecimiento saludable de la industria, con una mejora en la competitividad en todo el mundo contrastada con un lento mejoramiento en la infraestructura necesaria y las prácticas de gestión sostenible del turismo. Así, a nivel mundial el *top ten* del ranking está dispuesto de la siguiente manera:

Ranking	País	Puntaje	Variación 2017
1	España	5.4	0
2	Francia	5.4	0
3	Alemania	5.4	0
4	Japón	5.4	0
5	Estados Unidos	5.3	+1
6	Reino Unido	5.2	-1
7	Australia	5.1	0
8	Italia	5.1	0
9	Canadá	5.1	0
10	Suiza	5.0	0

Fuente: Reporte del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, 2019.

En Latinoamérica el ranking lo encabeza México (19) por segunda ocasión y más adelante Brasil (32), Costa Rica (38), Panamá (47), Perú (49), Argentina (50), Chile (52), Colombia (55) y Ecuador (70), estando por encima de la calificación promedio de Latinoamérica 3.9/7. En lo más bajo de la clasificación de países latinoamericanos están Nicaragua (puesto 91 de 140), Honduras (94), Guatemala (99), El Salvador (108), Paraguay (109), Venezuela (117) y Haití (133).

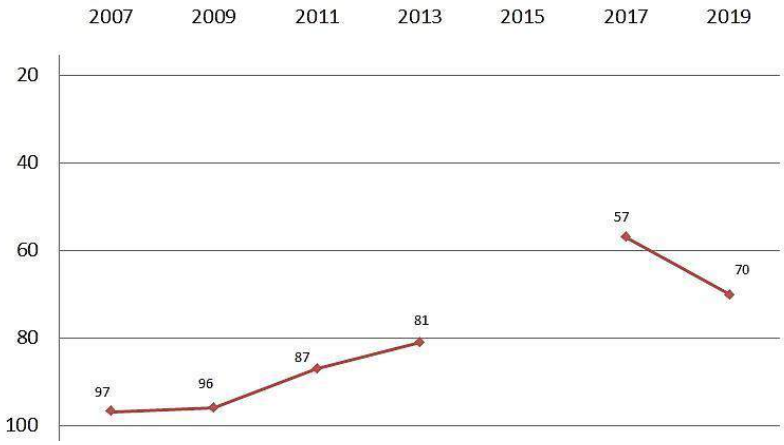
Si se consideran las dos últimas mediciones (2017 – 2019), la competitividad de viajes y turismo del Ecuador ha mostrado leves mejorías en 7 de los 14 pilares, pero también importantes retrocesos en 5 de los restantes 7 pilares, donde la *competitividad de precios* resulta el elemento crítico que compromete el posicionamiento del destino si se compara con los indicadores de sus competidores en la región.

		ENABLING ENVIRONMENT					T&T POLICY & ENABLING CONDITIONS				INFRASTRUCTURE			NATURAL & CULT. RESOURCES	
	Global Rank	Business Environment	Safety & Security	Health & Hygiene	Human Resources & Labor Market	ICT Readiness	Prioritization of T&T	Int'l. Openness	Price Compt'ness.	Environ. Sustainability	Air Transport Infrastructure	Ground & Port Infrastructure	Tourist Service Infrastructure	Natural Resources	Cultural Res. & Business Travel
Brazil	32	3.7	4.9	5.4	4.3	4.8	4.0	3.0	5.4	4.3	3.7	2.4	4.5	5.1	4.0
Peru	49	4.1	4.7	4.9	4.6	4.1	4.7	4.5	5.3	4.4	2.8	2.5	5.3	3.7	2.1
Argentina	50	3.3	5.1	6.5	4.5	4.9	4.6	3.1	4.9	3.4	3.1	2.7	4.5	3.5	2.2
Chile	52	4.9	5.7	5.2	4.8	5.4	4.7	4.7	5.6	4.2	3.1	3.4	4.3	3.2	2.4
Colombia	55	3.6	3.8	5.2	4.6	4.6	4.1	4.0	5.8	4.4	3.0	2.5	3.8	3.1	2.2
Ecuador	70	3.6	5.2	5.2	4.3	4.3	4.5	4.0	5.5	4.3	2.4	3.5	4.0	2.1	1.8
Uruguay	74	4.4	5.3	6.2	4.7	5.7	5.3	3.0	5.0	4.2	2.3	2.8	4.8	2.5	1.8
Bolivia	90	2.8	5.2	4.8	4.0	4.1	3.7	3.2	5.5	4.2	2.2	2.1	3.3	2.1	2.0
Paraguay	109	4.3	4.9	5.1	3.9	3.9	5.0	2.7	5.4	3.8	1.6	2.3	3.2	2.5	1.4
Venezuela	117	2.4	3.3	5.1	3.6	3.6	3.4	2.2	5.1	3.7	1.8	2.0	3.0	2.1	2.1
South America Average		3.7	4.8	5.4	4.3	4.5	4.4	3.5	5.4	4.1	2.6	2.6	4.1	4.0	2.7
THE AMERICAS		4.1	4.7	5.2	4.4	4.4	4.7	3.8	5.3	4.1	3.0	3.1	4.3	3.7	2.4

Bottom 20% Top 20%

Ahora bien, partiendo de los resultados de los reportes bimensuales del Foro Económico Mundial, tal como se puede apreciar en la siguiente ilustración, entre 2007 y 2017, el caso ecuatoriano escaló un total de 40 posiciones (acumulado) pero retrocedió a la posición 70 en la medición 2019, sin embargo se mantiene en el promedio de la región.

Evolución en el Ranking de Competitividad Turística del Ecuador



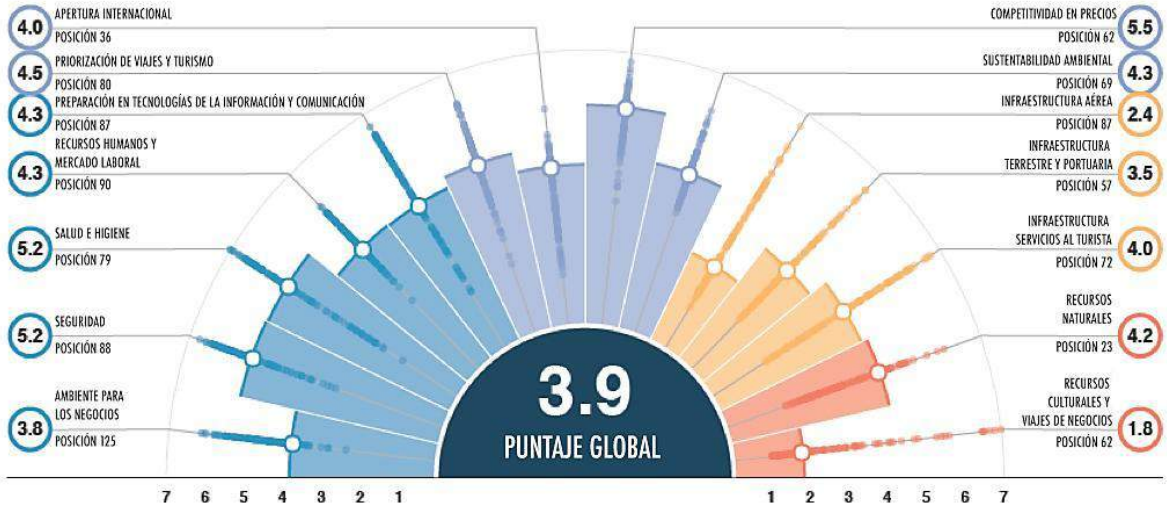
Fuente: Foro Económico Mundial, 2019.
Nota: El Ecuador no fue parte de la evaluación mundial en el año 2015.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

En resumen, los indicadores del índice de Competitividad Turística del Ecuador según el reporte del 2019 son:

Medición del índice de Competitividad Turística para Ecuador - 2019



Fuente: Foro Económico Mundial, 2019.

A partir de esta aproximación cuantitativa, se intentará analizar de manera general a cada uno de los subíndices, desde una perspectiva histórica y con énfasis en ámbitos más relevantes, con el objetivo de retratar la evolución de la actividad turística del país.

Subíndice No. 1: Ambiente Propicio

Clima de negocios

Al año 2019, en el ambiente (clima) de negocios el país se ubica en la posición 125 de 140 países, es decir es el pilar en el cual el Ecuador se encuentra en la posición más baja en el ranking, incluso con relación a los destinos competidores de la región: Colombia (#124) y Perú (#100). Esto se puede explicar porque actualmente el país presenta un clima de negocios poco atractivo con una tramitología extensa y multisectorial que ha impedido una importante captación de inversiones.

Aspectos legislativos y regulatorios como derechos de propiedad, incentivos a la inversión extranjera directa, número de requisitos para iniciar un negocio, tiempo de inicio de operaciones de un negocio, entre otros, actualmente constituyen barreras importantes para el comienzo de un negocio en la industria del turismo. Esta aseveración se sustenta en los datos 2018 del proyecto *Doing Business* (doingbusiness.org) impulsado por el Banco Mundial, donde se establece que los días necesarios para establecer un negocio en el Ecuador ascienden a 48,5, mientras que se requieren de al menos 11 procedimientos para cumplir con este objetivo.

Respecto al establecimiento de Inversión Directa (ID) en el país, a partir del año 2010 se ha mantenido una constante en crecimiento, marcando un hito en el año 2015 con una inversión de USD 1.322 millones. Sin embargo, en 2016 debido a la recesión económica, la apreciación del dólar y al terremoto (16 de abril de

2016), se observa una caída en la inversión, la misma que nuevamente se recupera en el período 2018 alcanzando un total de 1.407 millones de dólares.

Es importante mencionar que durante el período 2014-2018, la inversión y empleo generado a partir de la firma de los contratos de inversión directamente vinculada con infraestructura turística (alojamiento) alcanzaron un total de USD 273.572.208 generando un total de 1.400 empleos (Dirección de Atracción de Inversiones y Conectividad, MINTUR, 2018).

Con este escenario, el compromiso del Gobierno Nacional a favor del fomento del sector turístico se puede evidenciar en la planificación, políticas y normativas sobre temas turísticos expedidas en los últimos años:

- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.
- Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas.
- Ley Orgánica de Régimen Especial de la provincia de Galápagos.
- Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, y Estabilidad y Equilibrio Fiscal.
- Ley de Régimen Tributario Interno.
- Resolución 022-2017 del COMEX.
- Resolución 002-2018 del COMEX.
- Normativa referente al fomento del sector turístico, reglamentos y leyes conexas.
- Proyecto de Ley Orgánica de Turismo (en proceso al 2019).

Especial atención merece el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones donde se aborda la operatividad de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE) y se establece la creación de ZEDES para servicios turísticos. La tipología de ZEDE turística está dirigida a maximizar y potenciar el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras, la descentralización y el aumento de oportunidades de empleo en zonas turísticas del país. Podrán operar dentro de estas ZEDE, unidades de negocio que integren servicios turísticos complementarios entre sí y que generen valor agregado al cliente final.

Dentro de esta tipología de ZEDE, se podrán desarrollar las actividades que contribuyan al crecimiento económico y al desarrollo social del país, a través de soluciones turísticas que por sus características constituyan un atractivo turístico. Para el efecto se considerará como servicios turísticos a los contemplados en el artículo 5 de la Ley de Turismo.

Otro factor fundamental en el ámbito de la inversión turística representa el financiamiento para la industria, especialmente para la generación de nuevos emprendimientos. Por ahora el financiamiento al sector de turismo resulta ser bastante bajo, ya que al año 2018 la colocación de crédito representó el 0.85% del crédito total concedido de acuerdo a la información de la Superintendencia de Bancos (2018).

Seguridad y Vigilancia

Conociendo que la *seguridad turística* no solo implica la atención ante eventualidades a los turistas y en las actividades turísticas, sino la configuración de un entorno adecuado para el desarrollo de la actividad turística, en coordinación con todos los actores involucrados, en el año 2016, gracias al trabajo coordinado con más de 15 entidades públicas, gremios turísticos y la academia, se emitió el Plan Integral de Asistencia Turística – PIAT. Este es un instrumento técnico que incorpora estrategias interinstitucionales y líneas de acción que se encuentran articuladas entre todas las instituciones del sector público, con la finalidad de garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas nacionales y extranjeros.

Este Plan contempla herramientas de uso actual como el Protocolo de Atención de Emergencias a Turistas Extranjeros; Manual de Gestión de Denuncias; "TravelSim Ecuador[10]", así como la coordinación interinstitucional en el Comité de Gestión de Riesgos y el Comité Interinstitucional de Trata y Tráfico de Personas. Asimismo, se ha generado la "Mesa Técnica de Seguridad Turística", espacio incluyente y participativo, en el que se socializan y articulan esfuerzos de los sectores público, privado, comunitario, académico, diplomático y demás actores relacionados con el quehacer turístico, con la finalidad de implementar acciones y gestiones que conlleven a propiciar bienestar y seguridad a los turistas nacionales y extranjeros que se desplazan por el territorio nacional. Al 2018, se ejecutaron un total de 22 mesas técnicas de seguridad turística en 21 de las 24 provincial del país.

Por otro lado, en trabajo conjunto con la Fiscalía General del Estado, se ha establecido un enlace (https://www.fiscalia.gob.ec/denuncias-on-line-para-turistas/) donde turistas extranjeros pueden denunciar robos y hurtos de pertenencias, de tal forma que se pueda contar con un proceso investigativo que determine responsables en este tipo de delitos.

Cabe destacar que se actualizó el Protocolo de Atención de Emergencias a Turistas Extranjeros a través de la conformación del Equipo Multidisciplinario del Sistema Integrado ECU 911, el Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana y el Ministerio de Salud Pública, gestionando entre 2015 y 2018, un total de 1.195 emergencias, siendo las más recurrentes las emergencias causadas por accidentes fortuitos (376) y emergencias causadas por problemas de salud (236).

Recursos Humanos y Mercado Laboral

Respecto al análisis del pilar "recursos humanos y mercado laboral"[11], en el 2019 el país se ubicó en la posición 90 entre 140 países, situándose en desventaja en comparación con el desempeño de los competidores de la región: Colombia (71) y Perú (72). Los indicadores del pilar en mención, correspondientes a la cualificación de la fuerza de trabajo, ocuparon la posición 83, mientras que los

[10] SIM Card (chip) con megas, minutos y SMS. Además incluye Facebook y Whatsapp. Plan exclusivo para clientes extranjeros con la presentación de pasaporte o ID de país de origen.

[11] El pilar está conformado por cuatro indicadores relacionados con la cualificación de la fuerza de trabajo (tasa de matriculación en educación básica, tasa de matriculación en educación media, disponibilidad de capacitación para el personal y tratamiento a clientes); y, cinco indicadores asociados al mercado laboral (prácticas de contratación y desvinculación, facilidad de encontrar empleados calificados, facilidad de contratar personal extranjero, pago y productividad, y participación de la fuerza de trabajo femenina).

indicadores que forman parte del mercado laboral, se emplazaron en la posición 118 (Foro Económico Mundial [WEF], 2019).

Sobre esta base, la Organización Internacional del Trabajo (2019) establece que la contribución del empleo de la rama de alojamiento y servicios de comida en septiembre de 2019 representó el 6,6% del total de la población empleada en la economía nacional, según datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2019b). Sin embargo, si se atienden las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo para compilar las estadísticas del ramo comparables internacionalmente (Organización de las Naciones Unidas [ONU] y Organización Mundial del Turismo [OMT], 2010), en el mismo período, el empleo en las industrias turísticas[12] registró una participación del 10,2% en el empleo total del país (INEC, 2019d).

Actualmente, según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, las industrias turísticas contribuyen con un *total absoluto* de 522.508 empleos, representando el 6,6% del empleo total a nivel nacional en septiembre de 2019.

Es importante mencionar que el mercado laboral turístico tiene un alto componente de empleo independiente (52%), solamente superado por el sector agrícola. Esto se explica porque la composición de las empresas turísticas responde a pequeñas y micro empresas (familiares), revelando la importancia del emprendimiento turístico y el dinamismo que provoca en la economía ecuatoriana.

Al revisar el empleo demandado por las industrias turísticas, se aprecia que el 60,3% de puestos de trabajo es creado por actividades de provisión de alimentos y bebidas; el 25,3% del total del empleo turístico se origina en actividades de transporte de pasajeros por carretera; el 6,8% se ocasiona en establecimientos de alojamiento y el 7,6% se genera en otras actividades características del turismo (OIT, 2019).

En lo atinente a puestos de trabajo, los empleadores precisan de colaboradores con perfiles ocupacionales clásicos. La demanda constante de estos perfiles deviene de la alta rotación de personal, hecho que, a decir de los empleadores, limita la incorporación de trabajadores con otras competencias complementarias al turismo (OIT, 2019).

El nivel de instrucción de la población con empleo en turismo, denota un predominio de la educación básica (30,8%) y media (50,1%), por encima de la categoría superior no universitario (2,4%) y superior universitario (14,2%). De igual manera, se advierte una brecha digital significativa en los trabajadores, dada su concentración en el rango de edad entre 34 y 64 años (54%). En lo que concierne a las condiciones del trabajo, del total de personas con empleo, el 46,3% se encuentran en el sector formal y el 49,3% en el sector informal[13]. Por último, debe indicarse que el porcentaje de empleados asalariados en turismo (35,9%) es inferior al de los trabajadores independientes (53,6%) (OIT, 2019).

[12] Las industrias turísticas incluyen todos los establecimientos que tienen como ejercicio económico principal una actividad característica del turismo, es decir una actividad que genera principalmente productos cuyo gasto turístico debería representar una parte importante del gasto total turístico, o que debería significar una parte importante de la oferta del producto en la economía. Las industrias turísticas (actividades características del turismo) constituyen la base para la comparabilidad internacional de estadísticas de turismo (ONU y OMT, 2010).

[13] Estas cifras guardan concordancia con el escenario del mercado laboral nacional, en donde el 46,5% del total de personas empleadas se encuentra en el sector formal y el 46,7% en el informal (INEC, 2019a).

En este contexto, hay que resaltar el rol que cumplen las instancias de educación superior, capacitación y certificación, en torno a la mejora de la productividad y la empleabilidad en la actividad turística. La oferta de educación universitaria se ha incrementado; en el año 2014 se registraron un total de 52 universidades, de las cuales 42 incluían 117 carreras de turismo, hotelería y turismo, y hotelería a nivel nacional. Además, debe desatacarse que el 85% de las carreras fueron impulsadas por universidades de categoría B (59%) y C (26%) (Carrera, 2014). Como se observa, en los últimos años, las entidades de educación superior han dado saltos importantes en lo que respecta a la calidad de la formación; sin embargo, su mayor desafío radica en garantizar un servicio innovador, especializado, de excelencia y pertinencia, de acuerdo a las tendencias y las necesidades del sistema turístico en su conjunto (OIT, 2019).

Los operadores de capacitación y los organismos evaluadores de la conformidad también han contribuido con el fortalecimiento de capacidades. Si bien, no se cuenta con datos sobre su incidencia en la productividad del sector, en términos de gestión se registra un incremento en el número de personas certificadas por competencias laborales en turismo. Hay que resaltar que la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales ha impulsado un proceso de validación – aprobación de perfiles ocupacionales. Una efectiva alineación a las tendencias globales del turismo, favorecerá el desarrollo de nuevas ocupaciones, la transición hacia empleos verdes, la integración de poblaciones multi-generacionales al trabajo decente y la construcción de destinos inteligentes (OIT, 2019).

Adicional a los procesos de educación, capacitación y certificación, antes señalados, existen otras funciones de apoyo que determinan el desenvolvimiento favorable del pilar evaluado. Dichas funciones comprenden la orientación ocupacional, las nuevas tecnologías y el financiamiento. Los avances realizados en estos campos, en el sector turismo, ponen a la luz brechas importantes relacionadas con la ausencia de servicios que guíen una adecuada asignación de puestos de trabajo, la carencia de infraestructura colaborativa de innovación y la falta de servicios sólidos antes, durante y después del crédito(OIT, 2019).

En otro orden, debe tenerse en mente que un mercado laboral saludable, centrado en el bienestar de las personas, es un componente sustancial para generar experiencias de calidad en los visitantes. Al respecto de la calidad, en el país se ha impulsado la certificación de servicios turísticos con el objetivo de optimizar su calidad. Las iniciativas más representativas son Smart Voyager, Rainforest Alliance, TourCert, entre otras, mismas que promueven la gestión sostenible de las empresas turísticas, persiguiendo objetivos de conservación ambiental, responsabilidad social y consolidación económica, y aportando en la protección de los recursos naturales y el bienestar de las comunidades locales vinculadas a la actividad turística (OIT, 2019).

Por último, hay que reconocer los logros registrados en materia de mejora de la calidad y la sostenibilidad; no obstante, la posición 102 alcanzada por el país en el indicador “nivel de orientación al cliente” (WEF, 2019), demanda el planteamiento de una estrategia clara y consensuada a fin de mejorar el desempeño global del pilar examinado (OIT, 2019).

Tecnología de la Información y Comunicación

Según la Dirección Técnica de Estudios, Análisis Estadísticos y de Mercado de la Agencia de Control y Regulación de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), hasta el cierre del 2017, la tendencia de crecimiento de líneas activas de celulares se estabilizó alcanzando un total de 14'651.404 (ARCOTEL, 2018).

Complementariamente, según el reporte 2017 de TICs presentado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), se revela que más del 90% de la población del país (entre 5 y más años) posee un celular y que el 58,3% en ese mismo grupo etario ha utilizado Internet en los últimos 12 meses consecutivamente[14].

Asimismo, es importante mencionar que actualmente cerca del 35% de los ecuatorianos adquiere productos o servicios por Internet, siendo los servicios turísticos una de las categorías de mayor consumo. El sitio más popular para la compra de servicios turísticos sigue siendo "despegar.com", mientras que otras opciones muy populares son Kayak, Expedia, Booking, Trivago (Transport, 2018).

Si bien el impacto que el creciente uso de la tecnología ha tenido en el funcionamiento de la cadena de valor del turismo y en las formas en las cuales se distribuyen sus servicios ha sido positivo, la incursión de la tecnología en las actividades turísticas del Ecuador sigue resultando insuficiente y no ha estado exenta de fricciones entre los distintos participantes de la cadena de valor turística. Por ello, este escenario representa uno de los desafíos más significativos que debe afrontar la industria turística del país en plena era digital (ESPAE, 2016).

Asimismo, se ha trabajado mucho en visibilizar al destino Ecuador en diversas plataformas virtuales, la presencia de los servicios y productos turísticos en Agencias de Viajes Online (OTAs - siglas en inglés) y/o aplicaciones (apps) especializadas es incipiente, al igual que el manejo de su reputación en línea y/o redes sociales una vez que dichos servicios fueron entregados al turista (Transport, 2018).

Los servicios de alojamiento turístico probablemente son los que mayoritariamente se han vinculado con plataformas virtuales generadas para la reserva y venta on-line de plazas hoteleras. Booking, el meta-buscador con mayor penetración en el país, registra más de 3500 establecimientos en 2019, albergando a una porción significativa de la oferta total de servicios de alojamiento del país.

Subíndice No. 2: Políticas para los viajes y el turismo

Priorización Gubernamental de la Industria de Viajes y Turismo

En el marco de los ámbitos de evaluación que exige este subíndice, debe mencionarse que el Gobierno Nacional del Ecuador a través del Ministerio de Turismo ha trabajado en formular instrumentos de política pública que permitan comprender y abordar el tratamiento del sector turístico desde su comportamiento multi-variable. Así, desde el año 2005, se inició el proceso de diseño y elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020, denominado PLANDETUR 2020, como

[14] We Are Social y Hootsuite en su informe de 2018 señala que el número de usuarios de Internet en el mundo fue de 4.021 millones, es decir, el 53% de la población mundial. El informe 2019 establece que el mundo cuenta con 4.388 millones de internautas, una penetración del 57%.

consecuencia de la necesidad imperante de organización y planeación del creciente sector turístico del Ecuador que empezaba a resaltar como elemento dinamizador de desarrollo económico, social y cultural del país.

Actualmente, la dificultad que representa la recopilación de medios de verificación que permitan establecer el cumplimiento de las actividades demarcadas en el PLANDETUR 2020 después de diez años de gestión, es realmente desafiante. Primero, porque la evaluación de este Plan no se realizó periódicamente, según lo establecido en el mismo documento; y, segundo, porque sí bien la asignación planificada de presupuesto del PLANDETUR 2020 presentó una asignación creciente desde el año 2008 hasta el año 2011, posteriormente dicha asignación presupuestaria tuvo un descenso dramático en el año 2012, manteniéndose parcialmente estable hasta el año 2016, pero se redujo nuevamente entre el 2017 y 2018.

Esto provocó que la relación entre presupuesto planificado y presupuesto ejecutado, con el transcurso del tiempo se pierda, debido a que la asignación por parte del Ministerio rector de las finanzas públicas no se la realizó en función a lo presupuestado en el documento de política pública referido.

En cuanto a las actividades programadas, se observó que de las 385 actividades planificadas en el PLANDETUR 2020, se cumplió con un total de 114 actividades que corresponde al 29.61%, seguido por un total de 75 actividades que fueron cumplidas parcialmente, alcanzando un 19.48%. Esta ejecución representa un porcentaje que asciende a un 49,1% frente al 50.9% de actividades no cumplidas correspondiente a 196 actividades.

Si bien el PLANDETUR 2020 contaba con una visión integral del turismo sostenible, se observa que el Eje de Marketing y Promoción Turística prevalece en su porcentaje más alto de ejecución presupuestaria, a pesar de que en la planificación inicial del PLANDETUR 2020 a este eje se le asigna menor presupuesto, ya que la contraparte privada se esperaba que sea mayor con los incentivos para el sector.

A pesar de ello, es importante mencionar que el PLANDETUR 2020 cuenta con los siguientes logros:

- El Plan constituyó la herramienta que a partir del año 2010 direccionó la estructura orgánica del Ministerio de Turismo y la ejecución de acciones, mediante la organización de planes operativos en función de ejes y líneas del PLANDETUR 2020.

- Se dio continuidad al Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador durante el período 2008 – 2009 mediante la ejecución de las acciones a través del Fondo de Promoción Turística del Ecuador, con la participación del sector privado en el Comité Técnico y Consejo de Promoción Turística; y, su actualización para el período 2010 – 2014 reforzó las acciones de promoción del país.

- Se elaboró el Plan Nacional de Capacitación Turística del período 2009 – 2013, para fortalecer al sector turístico a través de la transferencia de conocimientos técnicos y el desarrollo de habilidades y destrezas del talento humano, involucrar a los actores del sector turístico y mejorar los estándares de calidad en la prestación del servicio turístico, a través de 10 componentes: 1) Gestión de Calidad y Buenas prácticas en Turismo Sostenible, 2) Formador de Formadores, 3) Competencias Laborales, 4) Jóvenes Productivos,

5) Hospitalidad y Seguridad Alimentaria, 6) Turismo Comunitario, 7) Guías Especializados y Nativos, 8) Pequeños Turistas, 9) Negocios Turísticos Productivos, y 10) Gestión de Destinos.

- Se abordó la problemática de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes mediante el proyecto ESCNNA, en la industria turística nacional.

A partir del 2014, la planificación definida en el PLANDETUR 2020 sufrió una variación en su aplicación, provocando que las acciones del Gobierno Nacional en el sector turístico se enfoquen mayoritariamente en el impulso de campañas de promoción turística con miras a posicionar al Ecuador en el concierto internacional. Colateralmente, se atendieron otros ámbitos como gestión, productos y destinos turísticos.

En lo relacionado a la marca, apenas hacia el año 2001 se contó con una *marca turística* del destino Ecuador, pero sin darle un uso estratégico y sin causar un real impacto.

Hacia el 2003, la marca "*La vida en Estado Puro"*, dio un paso adelante en la promoción turística del país, sin embargo, según los resultados del estudio denominado "Evaluación Marca Turística, Percepción, Hábitos y Preferencias del Turista No Residente que ingresa al Ecuador" (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010) a diciembre de ese año, tan solo un 38% de los turistas encuestados en puertos y aeropuertos (turismo receptor) recordaban haber visto alguna imagen de la marca turística del Ecuador antes de venir al país.

A partir del año 2010, se implementó la marca turística "*Ama la Vida*" con un amplio despliegue de publicidad y apoyo del sector privado en elementos de promoción, sin embargo, en los últimos años ha perdido fuerza en su uso debido a la sobre posición de otros mensajes publicitarios anclados a campañas nacionales e internacionales y, sobre todo, debido a su aplicación y asociación con el Gobierno de la época.

En la siguiente ilustración se muestra la evolución de la marca turística en el Ecuador, así como la evolución y cotización de la marca turística en los países de la región.

Marca Turística de la Región de América Latina y el Caribe.



Fuente: Subsecretaría de Promoción, MINTUR, 2018.

Finalmente, merece una especial mención la prioridad que, desde el año 2007, el Gobierno Nacional ha dado a la atención a las personas con discapacidades con la perspectiva de construir una sociedad incluyente, convirtiéndose en referentes en materia de discapacidades a nivel internacional.

En la actualidad el turismo accesible se ha convertido en un pilar clave para el desarrollo de este segmento de la sociedad y se ha configurado como un mercado amplio y emergente que exige concebir un entorno turístico más inclusivo e incluyente, para lo cual el Ministerio de Turismo trabaja en el desarrollo de la *Política Nacional de Turismo Inclusivo y Accesible*.

Competitividad de Precios

Según el estudio "Análisis de la Cadena de Turismo" (2014) impulsado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL, se establece que Ecuador ocupaba el lugar 11 a nivel mundial en cuanto a la competitividad de precios en el sector turístico, siendo sólo superado por Bolivia en la región. Según el estudio, esto responde, por un lado, a las características de los visitantes; y por otro, a las particularidades de la oferta de servicios, donde las empresas compiten esencialmente por precio. Así, la competitividad en precios aunque puede tener efecto en la atracción de visitantes, ha contribuido a la precarización de la oferta turística, limitando la posibilidad de escalar hacia turistas de mayor ingreso.

Esta realidad fue ratificada, más tarde (2017), por el "Estudio comparativo de precios turísticos del Ecuador" impulsado por la Asociación de Hoteles de Quito Metropolitano, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo - FENACAPTUR, Asociación Hotelera del Guayas y la Consultora 360 Tourism Marketing Services, en el cual se concluye que el destino Ecuador, en términos generales, es comparativamente más caro que sus competidores, aunque no para todos los mercados, en lo que respecta a vuelos directos, costos de operación, tasas aeroportuarias, impuestos y tasas de combustible.

En cuanto a la industria del alojamiento, tiene niveles medios o superiores en comparación a los precios de los competidores, sobretodo en hoteles de 3 estrellas, a pesar de tener los niveles de ADR, ocupación y RevPar más bajos de la región (excepto por Guayaquil).

En alimentos y bebidas el país presenta los niveles de precios más económicos respecto a sus competidores, con márgenes operativos adecuados; mientras que en paquetes y tour-operación los niveles de precios de paquetes vendidos en los mercados de origen registran que Ecuador está entre los más caros, si se considera el producto *Galápagos*. Si se excluye este último producto, se coloca a nivel de la media o ligeramente más económico.

Subíndice No. 3: Infraestructura

Según el Ministerio de Transporte y Obras Públicas – MTOP, el inventario de infraestructura vial al 2017 alcanzó un total de 9.790,52 kilómetros de carreteras (entre mejoradas, refaccionadas y nuevas vías), once aeropuertos (entre reconstruidos y nuevos), seis puentes, como Los Caras (entre Bahía de Caráquez y San Vicente), cinco puertos e infraestructura de apoyo para el ferrocarril.

A pesar de estos alentadores avances, se ha observado que en muchos casos la planificación de las obras es aún insuficiente, existen medios de conectividad que sufren aún de diseños incompletos y/o con plazos de construcción incumplidos, con falta de calidad en la ejecución y el control.

Infraestructura de Transporte Terrestre

En relación a la infraestructura vial terrestre, el país cuenta con cerca de 10.000 kilómetros que configura la red vial estatal asfaltada, de la cual un 16% (1.644 km) están delegados al sector público (GAD provinciales) y vía concesión al sector privado, y el restante 84% es responsabilidad del Ministerio de Transporte y Obras Públicas.

Esta cobertura se complementa con la infraestructura férrea que cuenta con 18 locomotoras que remolcan a 8 convoyes, los cuales están formados de grupos de vagones o coches de 4, 5 o 6 vagones. Existen 34 coches operativos que tienen una capacidad variable que depende del modelo del vagón (de 16 a 57 pasajeros).

Adicionalmente, operan 5 auto ferros mismos que también tienen una capacidad que varía de los 30 a los 33 pasajeros, y que en algunos casos son exclusivamente utilizados para inspecciones de vía. Contabilizando todas las plazas disponibles en el equipo operativo, la capacidad instalada corresponde a 1080 pasajeros (FEEP, 2018).

En el caso de Tren Crucero la capacidad es de 50 pasajeros; la misma se comercializa en un 50% bajo la modalidad 4 días (5 pasajeros GOLD y 20 pasajeros LUXURY) y el restante 50% en modalidad segmentado, con un total de 25 pasajeros por cada uno de los 4 días (100 pasajeros por salida). Esto significa que en ocupación completa, cada salida de Tren Crucero puede atender a 125 pasajeros (FEEP, 2018).

En cuanto al transporte ferroviario, en el año 2017 se reportaron 115.421 pasajeros transportados, de los cuales el 71,6% son nacionales y el 27,5% son extranjeros, esto es 82.606 y 31.690, respectivamente. Existen 1.125 pasajeros que no registraron su nacionalidad (INEC, 2018).

Infraestructura de Transporte Aéreo

En cuanto al pilar de "Infraestructura de Transporte Aéreo", si bien en términos generales la conectividad aérea nacional e internacional ha tenido una evolución positiva, presenta costos elevados de operación que afectan a la competitividad del destino.

El avance producido en este pilar se refleja en las condiciones actuales de operación aérea en el país, donde las terminales de pasajeros de los aeropuertos de Quito y Guayaquil procesan un 98% del tráfico internacional y ofrecen un buen nivel de servicios a los pasajeros, con dimensiones e instalaciones similares a las de los grandes aeropuertos regionales (Bogotá y Lima, principalmente). La operación comercial en vuelos regulares internacionales directos se efectúa desde los siguientes puntos de origen y/o destino:

Conectividad aérea directa internacional del Ecuador



Frecuencias semanales de vuelos internacionales directos

RUTAS	TOTAL FRECUENCIAS SEMANALES OPERADAS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
BOGOTÁ	66	69	75	53	53	59
PANAMÁ	49	68	68	66	66	63
LIMA	42	42	42	42	42	33
MIAMI	35	38	38	28	28	28
NEW YORK	14	14	14	16	14	14
EL SALVADOR	14	14	14	14	14	14
MADRID	10	10	15	10	14	15
FORT LAUDERDALE	10	9	11	18	18	25
CALI	11	8	4	10	10	5
SANTIAGO	7	8	8	7	8	11
ATLANTA	7	7	7	7	7	7
MÉXICO	7	7	7	10	12	17
AMSTERDAM	7	7	7	7	7	7
HOUSTON	7	7	7	7	7	7
SAO PAULO	7	6	0	0	3	2
DALLAS	0	5	5	5	0	14
CARACAS	7	5	5	6	8	1
BARCELONA(VENEZUELA)	0	4	2	5	0	0

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

LA HABANA	3	4	4	0	0	0
CURAZAO	0	2	2	0	0	0
CANCÚN	0	0	0	0	0	3
PARÍS	0	0	0	0	0	3
MEDELLIN	4	0	0	0	0	0
TORONTO	0	0	0	0	0	3
TOTAL GENERAL	**307**	**334**	**335**	**311**	**311**	**331**

Fuente: Dirección General de Aviación Civil, datos provisionales 2019.

En el año 2018 iniciaron operaciones comerciales las aerolíneas: Spirit Airlines en la ruta Fort Lauderdale-Guayaquil- Fort Lauderdale, con 7 frecuencias semanales; Lasser Airlines con 3 frecuencias semanales en la ruta Caracas-Guayaquil-Caracas; y la aerolínea Gol con 3 frecuencias semanales en la ruta Sao Paulo – Quito – Sao Paulo.

En el 2019 inician operaciones las aerolíneas Air France, Plus Ultra, Interjet y Air Canada, conectando los mercados de Francia, España, México y Canadá con Ecuador. En diciembre de 2019 se retoma la ruta Dallas-Quito-Dallas, se abre la ruta Dallas-Guayaquil-Dallas y se incrementan frecuencias en la ruta Nueva York-Guayaquil-Nueva York. Para finales del 2019, en el país operan 19 aerolíneas que conectan de forma directa a 12 países y 19 destinos internacionales desde los aeropuertos de Quito y Guayaquil. Los aeropuertos de Latacunga y Manta, también internacionales, no cuentan a la fecha con este tipo de servicio regular.

Por otro lado, se debe mencionar que localmente existen 8 aeropuertos nacionales operativos, con 4 aerolíneas que prestan el servicio doméstico, sin embargo por diferentes causas, las compañías aéreas direccionan su oferta a las grandes ciudades donde se concentran los atractivos turísticos más aprovechados, mientras las ciudades con menor flujo de pasajeros tienen limitados vuelos comerciales.

Conectividad aérea doméstica del Ecuador



Fuente: Dirección de Atracción de Inversiones y Conectividad, MINTUR, 2019.

Operación Aérea Nacional

Rutas	Frecuencias semanales
Quito-Guayaquil-Quito	134
Quito-Cuenca-Quito	51
Quito-Manta-Quito	25
Quito-El Coca-Quito	18
Quito-Lago Agrio-Quito	12
Quito-Loja-Quito	15
Quito-Esmeraldas-Quito	7
Quito-Santa Rosa-Quito	11
Guayaquil-Loja-Guayaquil	2
Quito y /o Guayaquil - Baltra - Guayaquil –Quito	65
Quito y/o Guayaquil - San Cristóbal - Guayaquil - Quito	33
Total	**373**

Fuente: Dirección de Atracción de Inversiones y Conectividad, MINTUR, 2019.

La operación aérea comercial doméstica de pasajeros está servida por cuatro aerolíneas: Avianca, Latam Ecuador, Tame y Aeroregional, que conectan al país con vuelos regulares en 11 destinos. En cuanto a la participación de las aerolíneas en el mercado ecuatoriano durante el 2018 fue: Latam 38,72%, Tame con el 37,32%, y Avianca con el 23,96% restante. Aeroregional es un nuevo operador aéreo que ha ingresado al mercado a los puntos Cuenca, Loja y Santa Rosa.

El servicio aéreo regular de pasajeros durante el 2018 transportó un total de 3.097.295 pasajeros, con un crecimiento del 5,4% con relación al 2017 que se movilizaron 2.926.474. Las rutas con mayor demanda de pasajeros en el 2018 fueron: Quito-Guayaquil-Quito con participación del 48,82%, seguido por Quito-Guayaquil-Baltra-Guayaquil-Quito con un 16,81% y Quito-Cuenca –Quito con un 11,58%.

Sin embargo, existen limitaciones de conectividad aérea para la Amazonía Centro Sur donde solo se cuenta con los aeropuertos de Tena y de Shell en la ciudad de Mera, para el acceso permanente a comunidades que ofrecen servicios turísticos especializados alineados con el turismo de naturaleza o ecoturismo y complementados con experiencias interculturales.

Infraestructura de Puertos

Complementando esta oferta de infraestructura para transporte de turistas, el país actualmente dispone de 4 puertos internacionales con infraestructura y condiciones para acoger a los cruceros en sus itinerarios de paso por el Ecuador de forma anual. Los principales puertos que acogen el mayor número de cruceros son Manta y Guayaquil, mientras que los puertos de Puerto Bolívar y Esmeraldas tienen una menor participación en el segmento de cruceros.

Durante la temporada 2018-2019, debido a su posición geográfica estratégica y su calidad multipropósito, el puerto de Manta fue el que mayor número de recaladas recibió (46%), seguido por Guayaquil con un 33%.

Puertos Marítimos en el Ecuador



Fuente: Dirección de Atracción de Inversiones y Conectividad, MINTUR, 2019.

Actualmente, los puertos ecuatorianos son considerados en los itinerarios de las líneas de cruceros como puertos de escala[15], dado principalmente por las condiciones geográficas y los atractivos que presentas las ciudades puerto, aunque en ciertas ocasiones el puerto de Guayaquil es usado como puerto híbrido[16].

Puertos Ecuatorianos de Uso Turístico

PUERTO	CARACTERÍSTICAS	ACCESOS	MODELO DE ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRADO POR
Manta (Manabí)	**Muelles:** 1 Multipropósito Longitud 200m - Calado 11,5m 2 Longitud 300m - Calado 12,5 m	Directo desde el Océano Pacífico	Concesionado	Terminal Portuario de Manta S.A. (TPM)
	Vías: asfaltadas	A 5 Km de la ciudad de Manta vía terrestre		
	Superficie: 75,5 ha			
Guayaquil (Guayas)	**Muelles:** Multipropósito de 925m	Canal de acceso (brazo natural)	Concesionado	Contecon Guayaquil S.A.
	Calado: 10 m			
	Vías: asfaltadas	A 16 Km de la ciudad de Guayaquil vía terrestre		
	Superficie: 200 ha			

Fuente: Contecon, TPM, 2019.

Elaborado: Dirección de Atracción de Inversiones y Conectividad

Puertos Ecuatorianos con opción de recaladas

PUERTO	CARACTERÍSTICAS	ACCESOS	MODELO DE ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRADO POR
Esmeraldas (Esmeraldas)	**Muelles:** 1 Multipropósito Longitud 350m - Calado 11,5m 2 Longitud 105m - Calado 6,5 metros	Directo desde el Océano Pacífico	Público	Autoridad Portuaria de Esmeraldas
	Vías: asfaltadas	A 3.1 Km de la ciudad de Esmeraldas vía terrestre		
	Superficie: 73,5 ha			

[15] Puerto de escala: Destino en el que se desembarca el pasajero, para embarcar posteriormente y continuar con la ruta del crucero.

[16] Puerto hibrido. Dispone de características por las que se puede realizar embarque y desembarque de pasajeros (una mezcla de puerto de embarque y de escala).

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Puerto Bolívar (El Oro)	**Muelles:** **1 Longitud 125 m - Calado 10m** **2 Longitud 125 m - Calado 10m** **3 Longitud 180 m - Calado 12m** **4 Longitud 180 m - Calado 12m**	Corto canal de acceso	Alianza Público Privada	Yilport
	Vías: asfaltadas	A 5 Km de la ciudad de Machala vía terrestre		
	Superficie: 75,5 ha			

Fuente: Puerto de Esmeraldas, Yilport, 2019.
Elaborado: Dirección de Atracción de Inversiones y Conectividad

En el año 2017 arribaron 2.440 naves, siendo el puerto de Guayaquil (APG) el de mayor movimiento con un total de 716 naves arribadas, lo que representa el 29,3%, seguido del puerto de Manta (APM) con 435 embarcaciones arribadas, que equivale al 17,8%. Por su parte, Esmeraldas con 188 naves tiene la menor participación, con el 7,7% (INEC, 2018).

Subíndice No. 4: Recursos Naturales y Culturales

El Sistema Nacional de Áreas Protegidas y otras áreas de conservación establecen a la biodiversidad como un sector estratégico y de interés público (Constitución 2008, Arts. 313, 400). Esto se fortalece al considerar al patrimonio natural del Ecuador como único e invaluable y manifestar que su gestión se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y zonificación ecológica (Constitución 2008, Art. 404).

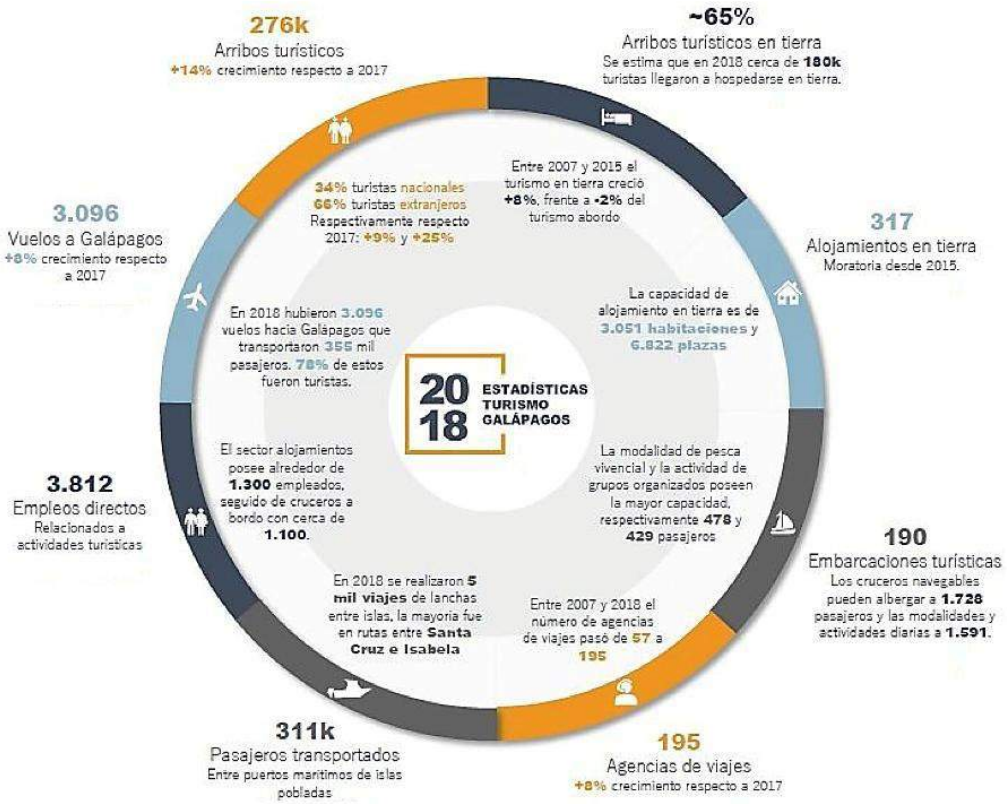
Las áreas protegidas y áreas de conservación en el país están ubicadas en zonas rurales principalmente, por lo que su gestión propende al mantenimiento y conservación de la biodiversidad, pero también busca mejorar las condiciones de vida de las poblaciones que las acogen, a través del turismo sostenible. En 2011, se registraron 45 áreas, mientras que hacia el año 2018, el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador comprendió 56 áreas según el detalle que se presenta a continuación (MAE, 2018).

CATEGORÍA	No. de Áreas
AREA ECOLÓGICA DE CONSERVACIÓN	2
AREA NACIONAL DE RECREACIÓN	6
AREA PROTEGIDA COMUNITARIA	1
PARQUE NACIONAL	12
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE	10
RESERVA BIOLÓGICA	5
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA	4
RESERVA ECOLÓGICA	9
RESERVA GEOBOTÁNICA	1
RESERVA MARINA	6
TOTAL	**56**

Entre todas las Áreas Protegidas donde se permite la realización de actividades turísticas, el Archipiélago de Galápagos es considerado el destino estrella del Ecuador, dado que sus ecosistemas permiten una amplia gama de actividades turísticas y servicios complementarios, sin embargo, la industria y su cadena de valor se podrían ver amenazadas sin un entorno natural saludable (WWF-Ecuador, 2016).

La siguiente ilustración presenta varios datos estadísticos de la actividad turística en las Islas Galápagos:

Turismo en las Islas Galápagos – 2018.



Elaboración: Coordinación Insular – MINTUR, 2018.

Otras áreas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE) también han permito el desarrollo de actividades turísticas controladas. Así, en la siguiente tabla se muestra el ingreso total de turistas (nacionales y extranjeros), evidenciando el crecimiento exponencial de visitantes nacionales en áreas protegidas a partir del año 2012 -según los datos disponibles en 27 áreas- llegando a un número total de 796.044 visitantes. Este crecimiento se debe a que a partir del año 2012 se establece la gratuidad para el ingreso al Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), excepto el Parque Nacional Galápagos, según lo dispuesto en el Acuerdo Nro. 006 del 16 de enero del 2012.

Hasta el año 2011, el número total de visitantes nacionales sumaba 441.176 y en el 2013 cerraba con un total de 979.404. A partir del año 2014 hasta el año 2018, se ha mantenido un promedio de 1.535.291 de visitantes nacionales.

Número de visitantes al Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE)

Año	Nro. APS	Nacionales	Extranjeros	Total
2005	19	234.435	94.533	328.968
2006	19	246.039	104.166	350.205
2007	19	245.715	117.551	363.266
2008	19	247.298	127.029	374.327
2009	19	268.581	123.686	392.267
2010	21	275.518	120.420	395.938

2011	23	441.176	168.417	609.593
2012	27	796.044	201.104	997.148
2013	29	979.404	263.659	1.243.063
2014	33	1.461.519	469.437	1.930.956
2015	32	1.584.687	389.522	1.974.209
2016	32	1.557.339	284.994	1.842.333
2017	31	1.582.029	318.061	1.900.090
2018	31	1.490.882	342.989	1.833.871

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2018.
Elaboración: Dirección de Productos y Destinos, MINTUR, 2018.

En la siguiente tabla, de las 33 áreas protegidas con registros de visitantes nacionales, se puede evidenciar que las primeras 17 áreas protegidas, mantienen registros mensuales completos (12 meses), lo cual permite visualizar el crecimiento del número de visitantes durante la serie de años prevista para este análisis. En este escenario, el caso del Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional Machalilla, Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y Reserva Ecológica Antisana, a partir del año 2012, el registro de visitantes nacionales llegó a triplicarse.

A partir del Acuerdo Nro. 006, nuevas áreas protegidas fueron visitadas por población nacional, como la Reserva Ecológica Manglares El Morro y Área de Recreación Nacional Isla Santay. Los parques nacionales como Yasuní y Sangay y la Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno, desde el año 2010, cuando empiezan con el registro de visitantes, mantienen una estabilidad en el total anual de visitantes nacionales.

Visitantes Nacionales de 33 áreas protegidas período 2005-2018

Visitantes Nacionales														
Nombre de Áreas Protegidas	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
PARQUE NACIONAL COTOPAXI	54.014	53.851	55.268	52.327	59.513	49.021	104.516	122.481	161.942	121.149	99.668	93.067	131.849	175.311
ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN EL BOLICHE	20.595	17.465	11.636	8.227	8.124	11.863	19.412	38.376	52.611	34.534	31.679	34.945	43.195	42.393
PARQUE NACIONAL MACHALILLA - RESERVA MARINA CANTAGALLO	18.038	23.982	24.126	25.847	31.953	34.121	56.996	113.638	130.137	135.084	135.838	100.681	146.255	173.272
PARQUE NACIONAL CAJAS	22.793	27.000	26.166	25.477	24.002	25.350	24.363	32.636	31.205	34.056	37.028	44.895	48.514	50.353
RESERVA ECOLÓGICA COTACACHI-CAYAPAS	77.459	79.011	84.897	85.300	90.502	88.346	95.779	130.999	138.104	115.963	146.765	159.051	158.438	162.495
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA	13.917	15.623	12.875	11.565	13.375	13.303	17.396	19.202	18.200	14.422	16.948	20.617	19.791	17.147
RESERVA GEOBOTÁNICA PULULAHUA	5.469	6.505	7.460	7.138	6.858	6.849	10.755	47.924	77.907	67.651	115.754	111.542	111.545	79.045
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO	8.118	7.677	6.794	11.744	11.121	14.377	41.363	53.969	59.344	60.062	74.415	76.632	106.329	98.048
RESERVA ECOLÓGICA MANGLARES CHURUTE	2.589	1.690	1739 (**)	933	1.990	1.608 (*)	1.590	2.703	1.920	1.518	1.831	1.331	915	1.003 (**)
RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS	1.094	1.406	494	1.275	1.682	1.384	2.978	6.395	9.236	10.659	14.363	102.557	78.190	97.614
PARQUE NACIONAL PODOCARPUS	2.937	2.450	2.391	2.699	3.897	4.441	6.981	13.297	13.521	13.136	10.721	12.791	10.713	13.097
PARQUE NACIONAL CAYAMBE-COCA	2.942	4.175	5.012	8.194	8.052	11.348	16.022	30.299	31.986	18.184	22.468	29.503	28.793	34.681
RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL	692	970	1.206	1.267	1.400	2.194	3.952	7.246	11.061	9.406	9.608	10.308	6.858	6.877
RESERVA ECOLÓGICA ANTISANA	1.119	987 (**)	653	724	1.086	696 (a)	11.256	33.300	31.650	31.638	38.886	47.165	43.162	49.077
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CUYABENO	922	1.069	2.296	2.308	2.458	1.892	2.665	2.515	2.590	2.235	3.604	2.776	1.626	54 (b)
RESERVA BIOLÓGICA LIMONCOCHA	273 (**)	390 (**)	377 (***)	640	914	1.468	3.331	8.390	11.610	7.224	7.503	7.500	7.219	6.969
PARQUE NACIONAL YASUNÍ	88 (a)	15 (**)	27 (**)	3 (a)	9 (a)	805 (**)	4.431	2.240	2.555	2.923	2.816	2.641	2.563	2416 (*)

PARQUE NACIONAL SANGAY	1365 (*)	1.287	1.720	1.239	1.578	2.103	5.688	21.840	23.491	8.733	15.670	18.450	15.227	9.881
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	11 (b)	486 (**)	510 (a)	391 (***)	n/a	1.273 (***)	3.270	8.825	10.393	13.354	16.662	16.756	16.525	13.413
RESERVA ECOLÓGICA MACHE CHINDUL	n/a	n/a	n/a	n/a	67 (a)	199 (**)	605	3.627 (*)	2.720	3.257	5.261	4.195	4.472	3196 (**)
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN Y FRAGATA	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	633	4.644	4.676	6.320	5.598	5.063	2.492	2.856	3.696
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE Y MARINO COSTERA PACOCHE	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	3.043	6.178	6.905	5.779	6.346	3.191	4.976	4.803
PARQUE NACIONAL SUMACO	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	140 (***)	184 (**)	79 (**)	74 (***)	138 (**)	93 (**)	132 (**)	105 (***)
PARQUE NACIONAL YACURI	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	1.370	1.505	912	1.293	1891 (**)	1.869	2.245
RESERVA BIOLÓGICA MARINA GALERA SAN FRANCISCO	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	903 (***)	57 (a)	552	884	1.240	836 (***)	819 (***)
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE MANGLARES EL MORRO	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	31.736	32.751	5.563 (*)	22.008	21.153	15.776	22.189
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA MARINO COSTERA PUNTILLA DE SANTA ELENA	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	51.041	108.592	208.359	310.812	280.276	297.321	306.057
ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN ISLA SANTAY	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	1.000 (b)	527.677 (***)	427.320	343.968	274.727	111.290
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA SANTA CLARA	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	12 (a)	131 (b)	174 (*)	480 (**)	n/a	n/a
ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN PLAYAS VILLAMIL	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	1.510 (b)	652 (b)	n/a	n/a	n/a
RESERVA BIOLÓGICA COLONSO CHALUPAS	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	60 (a)	82 (a)	125 (a)	132	338 (***)
RESERVA BIOLÓGICA EL QUIMI	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	4 (b)	n/a	38 (***)	57 (***)	55(a)
RESERVA ECOLÓGICA ARENILLAS	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	466 (***)	2.967	3.691	1.168	2943 (*)

(*) Faltan datos de 1 mes, (**) Faltan datos de 3 a 6 meses, (***) Faltan datos de 7 a 10 meses y (a) Faltan datos de 11 meses.

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2018.

Elaboración: Dirección de Productos y Destinos, MINTUR, 2018.

Respecto a la visita de turistas extranjeros en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), excepto el Parque Nacional Galápagos, se han obtenido datos mensuales y estables en 19 áreas protegidas (de 33 con registros) desde el año 2010 hasta el año 2018.

En la siguiente tabla, se puede evidenciar crecimientos normales en áreas como: Parque Nacional Yasuní, Podocarpus, Cayambe-Coca, Cajas, y en la Reserva Ecológica El Ángel y de Producción de Fauna Cuyabeno. Existe crecimiento exponencial en áreas protegidas a partir del Acuerdo Nro. 006 como en los Parques Nacionales Cotopaxi, Machalilla; Reserva Geobotánica Pululahua y Reserva de Producción de Fauna Marino-Costera Puntilla de Santa Elena.

Visitantes extranjeros en Áreas Protegidas (2010 – 2018).

Nombre de áreas protegidas	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PARQUE NACIONAL COTOPAXI	33.125	36.678	41.842	40.683	42.369	46.951	49.095	46.018	61.894	57.504	42.448	28.025	37.846	57.870
ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN EL BOLICHE	291	204	180	217	129	195	396	956	2.053	1.634 (*)	3.261	3.194	4.679	3.145
PARQUE NACIONAL MACHALILLA - RESERVA MARINA CANTAGALLO	10.054	10.847	9.192	12.207	15.343	15.333	26.840	44.435	52.113	57.337	70.499	39.742	40.108	41.016
PARQUE NACIONAL CAJAS	9.312	10.671	12.005	12.346	11.015	13.773	12916 (*)	17.941	21.785	23.876	26.876	28.082	30.440	33.395
RESERVA ECOLÓGICA COTACACHI-CAYAPAS	24.657	27.539	28.305	35.567	24.468	16.447	40.107	33.918	39.082	37.581	41.694	41.544	45.025	45.319
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA	1.004	846	617	601	579	1.030	395	739	703	554	1.012	690	674	547
RESERVA GEOBOTÁNICA PULULAHUA	435	344	663	523	523	780	971	12.712	33.652	48.578	53.838	42.763	46.479	35.898
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO	7.790	5.935	8.595	7.911	8.332	9.973	10.481	9.634	9.279	14.850	19.396	19.168	21.524	25.711
RESERVA ECOLÓGICA MANGLARES CHURUTE	245	277 (*)	120 (**)	267 (*)	406	384 (a)	548	726	818	818	1.244	738	661	1.054 (*)
RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS	1.058	795	859	1.461	1.634	1.590	1.868	1.915	2.332	3.824	7.250	15.601	19.485	22.181
PARQUE NACIONAL PODOCARPUS	579	707	832	1.177	5.319	1.152	2.052	3.103	2.967	3.636	3.051	3.603	2.863	3.367

PARQUE NACIONAL CAYAMBE-COCA	144 (**)	635	686	872	780	751	3.539	3.048	3.650	2.759	2.445	4.209	4.622	3.846
RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL	371	352	324	278 (*)	544	403	435	752	1.494	1.401	1.354	1.443	1.140	1.005
RESERVA ECOLÓGICA ANTISANA	247 (a)	128 (a)	155 (***)	204 (***)	189 (**)	76 (***)	2.606	2.872	2.390	2.030	5.011	4.005	3.061	2.608
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CUYABENO	4.763	4.370	4.961	5.760	6.511	6.992	7.504	8.692	9.702	11.082	14.008	12.886	14.207	16.757
RESERVA BIOLÓGICA LIMONCOCHA	191 (***)	557 (**)	398 (a)	753	967	908 (a)	1.004	1.016	957	1.114	1.390	878	832	645
PARQUE NACIONAL YASUNÍ	3 (a)	3005 (a)	7.453	5.973	4.366	2800 (**)	5.882	6.272	7.308	10.953	9.395	8.449	9.129	9.276
PARQUE NACIONAL SANGAY	263	270	320	227	204	209	254	602	838	567 (***)	798	1.062	1.134	586
RESERVA ECOLÓGICA MACHE CHINDUL	n/a	n/a	n/a	n/a	8 (b)	34 (b)	56 (**)	92 (a)	50 (***)	164	51	48 (b)	44 (a)	43 (**)
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA CORAZÓN Y FRAGATA	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	633	1.237	1.311	1.439	1.704	1.808	896	949	1.018
PARQUE NACIONAL SUMACO	n/a	n/a	14 (a)	n/a	n/a	6 (*)	61 (**)	73 (**)	51 (a)	34 ©	42 (*)	46 (*)	38 (b)	30 (***)
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE Y MARINO COSTERA PACOCHE	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	179 (*)	714	1.189	1.334	1.322	1.030	1.497	1.948
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA MARINO COSTERA PUNTILLA DE SANTA ELENA	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	2.700	6.578	12.991	23.309	25.816	26.967	26.889
PARQUE NACIONAL LLANGANATES	n/a	6 (a)	n/a	2 (b)	n/a	n/a	n/a	8 (*)	n/a	87 (*)	108	121	118	99
PARQUE NACIONAL YACURI	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	130 (***)	147 (*)	160 (***)	271 (**)	321 (**)	433 (***)	724
RESERVA BIOLÓGICA MARINA GALERA SAN FRANCISCO	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	13 (*)	1 (**)	158	134 (**)	181	180 (b)	58 (a)
RESERVA ECOLÓGICA MANGLARES EL MORRO	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	712	937	137 (**)	814 (b)	359 (a)	220 (**)	859
ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN ISLA SANTAY	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	172.726 (**)	56.512	11 ©	3.613 (*)	7.041
REFUGIO DE VIDA SILVESTRE ISLA SANTA CLARA	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	1 (a)	102 (***)	31 (b)	n/a	n/a
ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN PLAYAS VILLAMIL	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
RESERVA BIOLÓGICA COLONSO CHALUPAS	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	38 (a)	36 (a)	9 (***)	45 (**)	13 (b)
RESERVA BIOLÓGICA EL QUIMI	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
RESERVA ECOLÓGICA ARENILLAS	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	5 (b)	43 ©	43 (*)	41©	41 ©

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2018.
Elaboración: Dirección de Productos y Destinos, MINTUR, 2018.

Por otro lado, se evidencia que el número de visitantes extranjeros se mantiene bajo en los refugios de vida silvestre Pasochoa y Manglares El Morro comparado con el número de visitantes nacionales. En otros casos, el crecimiento es mayor en el número de visitantes extranjeros que en el de nacionales, como se evidencia en el Parque Nacional Yasuní y la Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno.

Es importante mencionar que para los años 2015 y 2016 tanto para visitantes nacionales como extranjeros se registró un decremento importante el Parque Nacional Cotopaxi, cuestión que se explica porque esta área se mantuvo cerrada durante los procesos eruptivos del volcán Cotopaxi. Otro decremento se registró en los años 2016 y 2017 en los registros del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragata (Manabí), esto puede deberse a las consecuencias que dejó el terremoto ocurrido en abril del año 2016.

Sumado a todos estos esfuerzos, es importante mencionar que varios sitios emblemáticos del país han sido incluidos en la lista de Patrimonio Natural y Cultural de la Humanidad, entre los que figuran:

1) Islas Galápagos.
2) Ciudad de Quito.
3) Parque Nacional Sangay.
4) Ciudad de Cuenca.
5) Tejido tradicional de los sombreros de paja toquilla.

6) Camino del Inca – Qhapaq Ñan.
7) Lengua Zápara.
8) Músicas de Marimba, cantos y danzas tradicionales.

Otras menciones importantes de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO en el Ecuador son las Reservas de Biósfera y Geo Parque, sitios reconocidos porque demuestran la relación que puede alcanzar el ser humano con la naturaleza en el afán de conjugar la conservación y el desarrollo sostenible. Actualmente, el país cuenta con 7 reservas de biósfera y 1 Geo-Parque reconocidos por la UNESCO, siendo las declaratorias más recientes las siguientes:

1) Archipiélago de Colón (Galápagos), 1984.
2) Yasuní, 1989.
3) Sumaco, 2000 extendido en 2002.
4) Podocarpus-El Cóndor, 2007.
5) Macizo de Cajas, 2013.
6) Bosques de Paz, 2017- Reserva de Biósfera Transfronteriza (Ecuador/Perú).
7) Chocó Andino, 2018.
8) Geo-Parque Imbabura, 2019.

También merecen especial mención los espacios urbanísticos con valores, importancia simbólica, estética, arquitectónica, científica o tecnológica de los bienes y centros históricos declarados como *Ciudades Patrimoniales*. Estas son:

1) Silcapa y Cajabamba (Colta)
2) Loja
3) Chuquiribamba (Loja)
4) San Pedro de Peleusí (Azogues)
5) Cañar
6) San Pedro de Guaranda
7) Riobamba
8) Girón
9) Nabón
10) Sígsig
11) San Pedro de Saraguro
12) Zaruma
13) San Pedro Apóstol de Catacocha (Paltas)
14) San Vicente Mártir de Latacunga
15) San Miguel de Ibarra (Caranqui)
16) Santa Ana de los Ríos de Cuenca
17) San Francisco de Quito
18) San Miguel de Bolívar
19) San Gabriel (Montúfar)
20) Baeza (Quijos)
21) Sangolquí (Rumiñahui)
22) San Pedro de Alausí
23) Montecristi
24) Gualaceo
25) Quingeo (Cuenca)
26) Ancón (Santa Elena)
27) Santiago de Guayaquil
28) San Bartolomé (Sígsig)
29) Oña y Susudel
30) Bahía de Caráquez
31) San Pablo de Manta
32) San Gregorio de Portoviejo
33) Santa Elena
34) Esmeraldas
35) Ambato
36) Arenillas
37) Cayambe
38) Pablo Arenas (Urcuquí)

Finalmente, debe mencionarse que en aras del aprovechamiento del patrimonio cultural y natural del país, actualmente el Estado ecuatoriano le apuesta al desarrollo de localidades en entornos rurales. En este marco, con el apoyo de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) y con base a los lineamientos del Programa *Pueblos Mágicos* de ese país, se ha desarrollado el Programa *Pueblos Mágicos Ecuador,* una iniciativa que busca la dinamización económica de pueblos y localidades que cuentan con atributos naturales y culturales, con condiciones necesarias para viabilizar el desarrollo de actividades turísticas. Este Programa apunta a establecerse como un medio para la democratización del turismo, procurando implementar un modelo de gobernanza turística dirigido a impulsar el desarrollo sostenible y competitivo de los destinos turísticos del país.

Asimismo, este Programa tiene como objetivo el incremento de visitantes al país, diversificación de productos y servicios, revaloración de tradiciones y patrimonios, mayor participación social y elevación de la calidad de servicios. La puesta en marcha de este ambicioso proyecto ayudará también a dinamizar la actividad económica y social de las localidades, a través del diseño de una oferta turística basada en su singular vocación turística.

Actualmente, se dispone de criterios técnicos válidos, pero no homogenizados frente al desarrollo turístico, razón por la cual se debe generar lineamientos de planificación turística territorial y establecer procesos estandarizados para lograr una configuración integral y diversificación de nuevos productos y destinos, o en su defecto, fortalecer a los existentes pero dirigiéndolos a mercados potenciales.

Es decir, el espacio geográfico se constituye como una unidad de negocios basada principalmente en la competitividad de sus productos y servicios y la profesionalización de su recurso humano, haciendo del destino turístico el elemento integrador que asocia elementos estratégicos de desarrollo turístico, con el propósito de posicionar atractivos o recursos naturales y culturales dentro de un amplio mercado de oportunidades comerciales.

En 2019 se impulsó la declaratoria de *Pueblos Mágicos* para los siguientes centros poblados:

1) Patate (Tungurahua)
2) Alausí (Chimborazo)
3) Zaruma (El Oro)
4) Cotacachi (Imbabura)
5) San Gabriel (Carchi)

PROPUESTA ESTRATÉGICA

FODA MATEMÁTICO

A partir de la utilización de varias herramientas metodológicas, la propuesta estratégica del Plan Nacional de Turismo 2030, se inició con la identificación de Actores[17] y Factores Clave inmersos en el Sistema Turístico Nacional (15 Actores – 17 Factores), los mismos que fueron priorizados para dar paso a la elaboración de Matrices de Hechos e Implicaciones (14 Matrices). Con estos insumos, se logró consolidar la matriz de FODA ESTRATÉGICO, una herramienta que permitió delinear el estado actual del sector turístico del Ecuador, mapeando un total de 70 variables distribuidas entre fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Toda vez que se han identificado los factores críticos para el desarrollo del turismo en el país, es necesario configurarlos bajo un esquema lógico que permita la articulación de ellos junto con los factores en los cuales el Ecuador tiene un avance importante y que pueden ser catalizadores del desarrollo. En este sentido, se complementó la información cuantitativa con información de las fuentes cualitativas ya mencionadas para generar un primer levantamiento de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

Sobre esta base, se aplicó la técnica del FODA matemático que permite organizar las variables identificadas bajo un esquema piramidal, en el cual trabajar sobre los peldaños iniciales permite modificar las variables clave y estructurales del sistema turístico, de acuerdo al detalle propuesto en el siguiente acápite.

Palancas secundarias: Constituyen las variables con las cuales la estrategia inicia. Se encuentran junto a las variables autónomas con un grado básico de influencia o motricidad aunque con cierta dependencia, por lo cual, trabajar sobre estas variables permite modificar e impulsar a las *variables reguladoras*. Estas últimas (reguladoras) posteriormente afectarán a las *variables resultado*.

Las siguientes variables para el Sistema Turístico Nacional engloban a las *palancas secundarias*:

1. Promoción turística para posicionamiento del destino Ecuador.
2. Certificaciones para prestadores de servicios turísticos.
3. Articulación interinstitucional y protocolos para la prevención, seguridad y post evento en el ámbito de la seguridad turística.
4. Posicionamiento de las Islas Galápagos como destino líder.

Variables reguladoras: Se encuentran en la zona central del plano de influencia y dependencia, por lo cual, son aquellas que determinan el funcionamiento de un sistema y permiten el cumplimiento de las *variables resultado*. Estas variables junto con las de *palanca secundaria* deben mantener un seguimiento constante y periódico.

Se han identificado las siguientes *variables reguladoras* para el Sistema Turístico Nacional:

[17] Mapeo de actores respaldado en registro de contrapartes de las unidades técnicas del Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Subsecretaría de Gestión y Desarrollo, Subsecretaría de Promoción, Subsecretaría de Mercados, Inversiones y Relaciones Internacionales y Coordinaciones Zonales.

1. Coordinación (público/privada), credibilidad y confianza en la institucionalidad pública tanto del Estado Central como del régimen descentralizado.
2. Planificación estratégica y visión para el desarrollo turístico territorial sostenible para evitar sobrecarga o subvaloración y temporalidad en algunos destinos.
3. Herramientas e información estadística para el perfilamiento de los principales mercados turísticos. (Ej: arquetipo/perfil del turista).
4. Clima de negocios atractivo que permita la captación de inversiones.
5. Actualización de instrumentos, herramientas, estrategias y mecanismos de comercialización nacional e internacional del destino (incremento de ventas).
6. Conectividad aérea nacional e internacional desconcentrada, con costos de operación accesibles, competitivos que apunten a los mercados priorizados.
7. Personal técnico de los GADs especializado para el ejercicio de las facultades y atribuciones turísticas descentralizadas.
8. Aplicación de la normativa turística (regulación, control e incentivos).
9. Captación de mercados regionales y costos competitivos.
10. Desconcentración de demanda por destinos ya degradados (uso masificado) y desvalorizados (uso indebido).
11. Consolidación de relaciones binacionales para el posicionamiento turístico a nivel regional.

Variables resultado: Son variables que se caracterizan por su baja influencia y alta dependencia y suelen ser, junto con las *variables objetivo*, indicadores descriptivos de la evolución de un sistema.

Las *variables resultado* identificadas para el Sistema Turístico Nacional son:

1. Desarrollo de programas y estrategias de desarrollo turístico local.
2. Fortalecimiento de la voluntad política para generar un mejor ambiente de negocios.
3. Fomento del emprendimiento en la actividad turística localmente.
4. Consolidación de un portafolio de oportunidades de inversión turística.
5. Actualización de la normativa turística aplicable a las nuevas tendencias del sector.

Variables objetivo: Son muy dependientes y motrices, por lo cual deberán ser manejadas y apalancadas por las variables de los grupos anteriores (*variables resultado* y *variables reguladoras*) para influir directamente sobre la evolución de las *variables clave,* que se detallan en el siguiente acápite.

Las *variables objetivo* identificadas para el Sistema Turístico Nacional son:

1. Posicionamiento del destino Ecuador en mercados internacionales y nacionales.
2. Prestadores de servicios turísticos y comunidades receptoras con cultura de atención al cliente, con interés en innovar, con altos niveles de calidad y con formación en idiomas (relación calidad-precio).
3. Fortalecimiento de la oferta turística (infraestructura, facilidades y productos) para atender a nichos de mercado emergentes (turismo accesible, turismo de aventura, turismo de salud, reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones - MICE por sus siglas en inglés).
4. Ampliación de incentivos para la gestión de la calidad, dirigida a los prestadores de servicios turísticos.

5. Homologación de herramientas técnicas de planificación, gestión, regulación y control turístico que aporten en la descentralización de la gestión y control de la actividad turística.

Variables clave: También llamadas *variables reto* son aquellas con un alto nivel de influencia y dependencia, por lo cual alteran el funcionamiento del sistema. En otras palabras, estas variables proporcionan aquellos retos que se deben gestionar para que se genere un cambio del sistema turístico a nivel óptimo.

Las *variables clave (reto)* del Sistema Turístico Nacional identificadas son:

1. Consolidar al turismo como una política de Estado y como fuente del mejoramiento de la producción y economía de la sociedad receptora.
2. Robustecer la inversión pública y privada para el desarrollo turístico.
3. Construcción de un entorno favorable (clima de negocios) para la inversión, con seguridad jurídica.
4. Incrementar la oferta/demanda de turismo especializado (Naturaleza, Turismo Científico, Salud, Aventura, Turismo Accesible, MICE).

Variables Autónomas: Estas variables son poco influyentes y poco dependientes, se basan en tendencias pasadas o funcionan de manera independiente, por lo cual actuar sobre ellas no tiene un efecto significativo en la totalidad del sistema.

Las *variables autónomas* identificadas en el Sistema Turístico Nacional son:

1. Acceso a plataformas de promoción especializada, enfocadas en las nuevas tendencias de mercado y utilizando herramientas de vanguardia.
2. Gremios (públicos/privados y comunitarios) representativos que promocionen incentivos atractivos.
3. Aprovechamiento de operación turística con cortos trayectos de viaje y factible durante todo el año (país multi – destino).
4. Acceso al financiamiento para proyectos turísticos (emprendimientos, MIPYMES).
5. Oferta académica coherente con las necesidades del sector y con opciones para formación especializada.
6. Campañas de capacitación y sensibilización en conservación y buenas prácticas ambientales y turísticas que contribuyan con la sostenibilidad de los destinos.
7. Fortalecimiento de la política de cielos abiertos (conectividad).
8. Mantener la amplia cobertura vial terrestre especialmente en los Andes ecuatorianos.

Variables de entorno: Muestran independencia respecto a un sistema debido a que su nivel de dependencia es mínimo, sin embargo, su nivel de influencia sugiere que pueden afectar el funcionamiento del sistema.

Las *variables entorno* identificadas para el Sistema Turístico Nacional son:

1. Sobrellevar cambios negativos en el entorno macroeconómico.
2. Revertir la imagen deteriorada del país por eventos delincuenciales, conmoción social/política y desastres naturales.

3. Aplicar experiencias exitosas a nivel internacional en la gestión, promoción, inversión, regulación y control de la actividad turística del país.
4. Promover la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus metas asociadas.
5. Tipo de cambio desfavorable a causa de apreciación del dólar y depreciación de las monedas de países competidores (competidores pueden hacer política monetaria).
6. Brindar experiencias turísticas únicas para turistas heterogéneos, informados y motivados que buscan experiencias únicas y diversas.
7. Desarrollar campañas y mecanismos de promoción innovadores utilizados ampliamente por destinos competidores.

Tendencias del Turismo al 2030

La Organización Mundial del Turismo estima que para el 2030 el turismo tendrá un crecimiento global sostenido alcanzando los 1.800 millones de llegadas de turistas internacionales, y por primera vez, Asia se convertirá en el principal mercado y destino del mundo. Las llegadas internacionales de los destinos en economías emergentes podrían seguir creciendo a un ritmo que duplicaría al de aquellos que se encuentran en economías avanzadas (+4,4% al año frente al 2,2%).

En términos absolutos, las economías emergentes de Asia, América Latina, Europa Central y Oriental, Europa Mediterránea Oriental, Oriente Medio y África ganarán una media de 30 millones de llegadas al año, frente a los 14 millones de los destinos tradicionales de las economías avanzadas de América del Norte, Europa y Asia y el Pacífico. Se registrarán aumentos en las cuotas del mercado mundial de Asia y el Pacífico (hasta el 30% en 2030, partiendo de un 22% en 2010), Oriente Medio (hasta el 8%, desde un 6%) y África (hasta el 7% desde el 5%), y nuevos declives en las cuotas de Europa (hasta el 41% desde el 51%) y las Américas (hasta el 14% desde el 16%), a causa principalmente de la ralentización del crecimiento de América del Norte.

En paralelo, según datos del Informe sobre Población Mundial de Naciones Unidas, la población mundial continuará creciendo hasta alcanzar los 8.600 millones de personas en 2030. El 85% de la población vivirá en economías emergentes y la clase media englobará a 5.000 millones de personas en todo el mundo. Una clase media más joven y con las mujeres cobrando mayor protagonismo. El poder económico y geopolítico se habrá trasladado previsiblemente a Oriente; y en todo el mundo, las ciudades crecerán hasta competir en relevancia con los Estados. Los recursos naturales serán sometidos a un estrés mayor por el aumento demográfico y el cambio climático (OMT, 2018).

Por otra parte, una gran parte de las llegadas de las dos próximas décadas procederá de los países de Asia y el Pacífico, que crecerán a un ritmo del 5,0% anual y generarán una media de 17 millones de llegadas internacionales adicionales cada año. Europa le sigue con una media de 16 millones de llegadas más al año, resultado de una tasa de crecimiento mucho más moderada (+2,5% al año), pero partiendo de una base mucho mayor. Los otros 10 millones de llegadas anuales adicionales las generan las Américas (5 millones), África (3 millones) y Oriente Medio (2 millones) (OMT, 2018).

Otra tendencia que resaltan es que la clase media estará más preocupada por consumir experiencias que cosas. El balance entre la vida personal y laboral cobra cada vez una mayor importancia, permitiendo una

conciliación mayor y unas fronteras cada vez más difusas entre el lugar de trabajo y de ocio, jornadas heterogéneas laborales: estacionales, reducidas, a tiempo parcial y el viaje de ocio o de trabajo, utilizando el turismo como una oportunidad para aprender nuevas culturas, practicar idiomas o realizar un curso de cocina local (Altran, 2019).

A partir de los cambios en los gustos, las vacaciones se tornarán más especializadas y el turista elegirá las opciones que le brinden el mejor servicio al menor precio, atendiendo al valor del dinero; por tanto, se convertirá en un cliente cada vez menos leal (Osorio, 2018).

El viajero del 2030 esperará un *journey* único en base a los tres pilares del *System of Engagement*: Objetos, su Interacción con la marca pasada y su Actividad en Redes Sociales. Esperará que le ofrezcan un paquete único y especializado, con un proceso de venta simplificado (Altran, 2019).

En lo que respecta al turismo de aventura, las generaciones Y (Millenials), Z y Alpha, ávidos de experiencias y con una conciencia mayor, serán responsables del auge de este tipo de turismo. Consideran que existe un mix de viajero más diverso y ético en la clase media emergente de Asia y Latinoamérica, 600 millones de hogares adicionales de clase media dispuestos a consumir este tipo de turismo. Además el turismo de aventura maximizará el consumo en destino en un 66% frente al 10% del turismo de masas (Altran, 2019).

La tendencia individualista y auto-diferenciadora ocasionará que se presente una menor demanda de los paquetes turísticos y una fragmentación del mercado turístico en subconjuntos de experiencias únicas. El incremento en la conciencia social y ambiental de los habitantes propiciará la búsqueda de experiencias turísticas auténticas (ABC Economía, 2015), con una mayor variedad de opciones y un mayor grado de participación en las actividades. Los turistas estarán cada vez más interesados en descubrir, aprender e introducirse más íntimamente en la vida diaria de los destinos que visiten, buscando un componente educativo o cultural (Osorio, 2018).

Por otro lado, se prevé que la revolución digital se acelere, y siga aumentando la adopción tecnológica por parte de personas, empresas y administraciones, impulsada por la expansión de la conectividad, lo cual acortará los períodos de estabilidad y normalizará la adaptación permanente como condición competitiva. La economía de datos continuará fomentando la aparición de nuevas fuerzas disruptivas y modelos de negocio que afectarán a su funcionamiento (Estrategia de Turismo de España, 2019).

Los destinos turísticos inteligentes incorporarán la infraestructura tecnológica necesaria para hacer accesible al visitante la información local personalizada y contextualizada (mobilefriendly), manejada por las agencias de viaje en línea (Online Travel Agencies, OTA), las cuales fungirán como centrales de reserva multiproducto y multiempresa, y dominarán la comercialización de productos completos (paquetes turísticos, entradas, alquileres y actividades), disputándose las cuotas de mercado. La realidad virtual o inmersiva se empleará como herramienta de marketing y venta para generar efectos sensoriales antes, durante y después del viaje, estimulando las emociones y aumentando la experiencia. Las tecnologías y la robótica harán posible la creación de imágenes y hologramas en 3D para interaccionar en mundos virtuales a través de interfaces de comunicación. Estas innovaciones se articularán con la *gamificación*, que intentará recobrar la fidelización del cliente (Osorio, 2018).

Desde el punto de vista ecológico, se está incrementando la presión sobre los recursos naturales debido al aumento de la población mundial y al cambio climático. Se prevé que la demanda de energía se incremente más del 50% para el 2030 y las extracciones de agua en un 40%. Asimismo, no sólo los mercados serán más diversos – en edad, en procedencia, en preferencias-, sino que las reglas del juego habrán evolucionado, y más que nunca, serán necesarias nuevas maneras de actuar. Maneras más ágiles y transparentes, así como procesos más colaborativos entre el sector privado, el sector público y la sociedad (Estrategia de Turismo de España, 2019).

Finalmente, en la siguiente infografía se exponen los hábitos de las distintas generaciones de viajeros y que determinan la oferta actual en la industria turística:

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS



¿CUÁNTO VIAJAN?

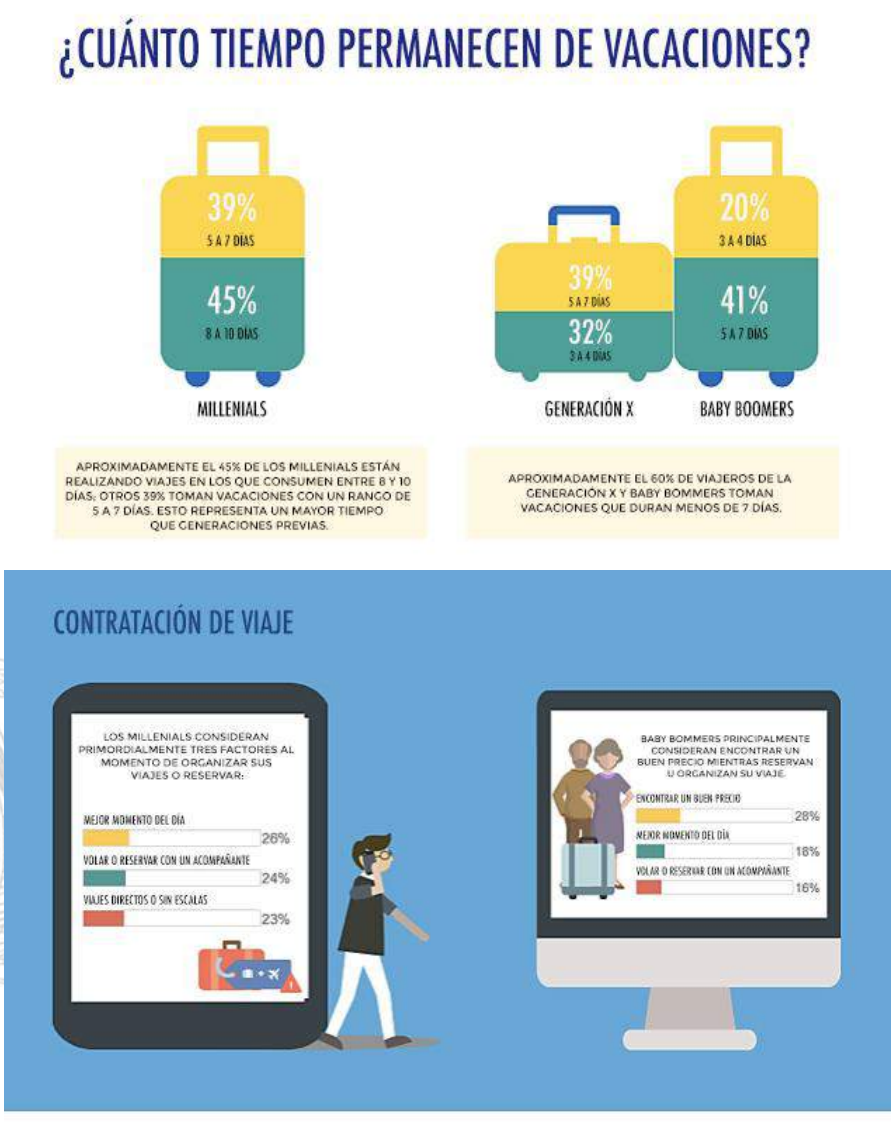


PLANEACIÓN DE VIAJE



Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS



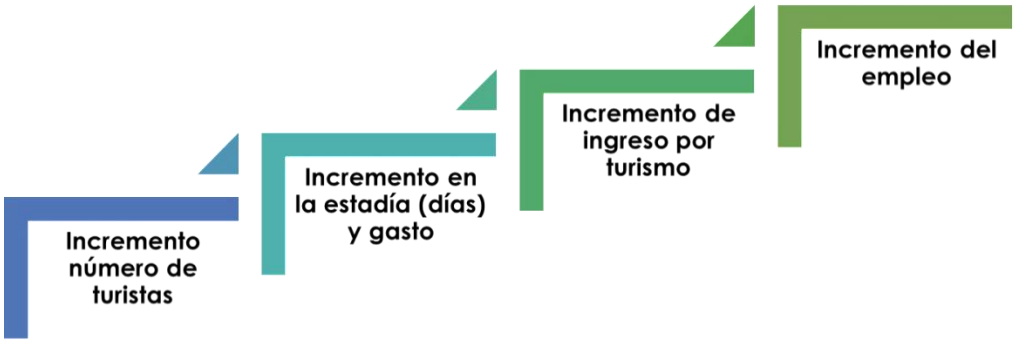
Fuente: QSAMPLE, Blog Digital, 2019.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

A partir de la identificación de las 7 categorías de variables formadas a partir de los resultados obtenidos del FODA Matemático, y considerando las tendencias demarcadas en el anterior acápite, la gestión dirigida al desarrollo la actividad turística del destino Ecuador se enmarcará en los siguientes retos estructurales.

Retos Estructurales

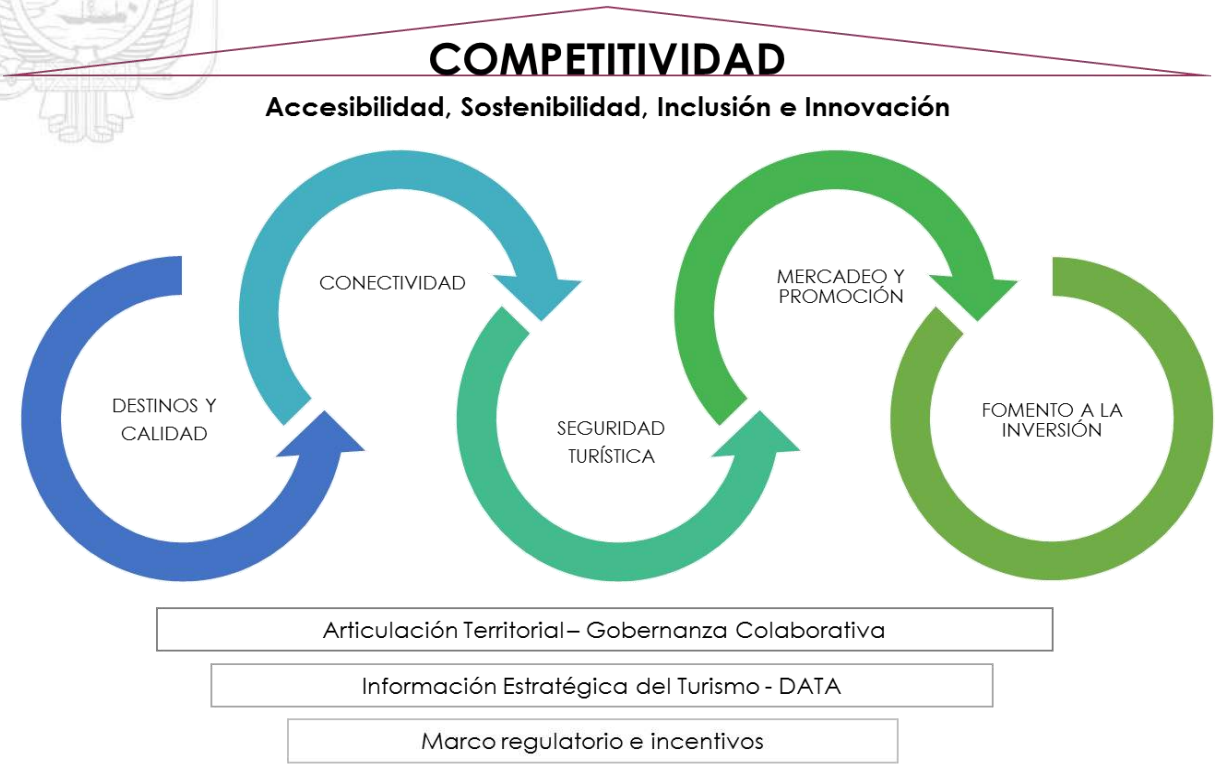


Teniendo presente las macro metas establecidas anteriormente, se proyecta la siguiente propuesta estratégica como base orientadora de la actividad turística en la próxima década.

Visión

Al año 2030, el Ecuador se posicionará en la región como un destino turístico inclusivo, accesible, sostenible, competitivo e innovador.

Ejes Estratégicos



Enfoque Estratégico

El Plan Nacional de Turismo 2030, como instrumento orientador de actuación del sector turístico del país, se centrará en la búsqueda de la *competitividad* del destino Ecuador, esto con el objetivo de hacer del turismo un agente de cambio positivo en la economía nacional a largo plazo. Para avanzar en esta crucial tarea, será necesario contar con el accionar inspirador del sector privado, la gestión del aparataje gubernamental y el apoyo normativo dirigido a la mejora de incentivos que profundicen las alianzas público - privadas y, por ende, fortalezcan una *gobernanza colaborativa* y participativa.

El sector turístico ecuatoriano buscará posicionarse en el marco de un modelo de desarrollo sostenible y duradero, respetuoso con el ambiente, cuidadoso de los recursos naturales sensibles en el territorio nacional y de su destacado patrimonio cultural; y al mismo tiempo, buscará ser socialmente equilibrado y justo, impulsándose como un potente generador de empleo y riqueza económica.

Todo ello exige, indudablemente, la decidida adopción de un conjunto de actuaciones impulsadas desde las instituciones públicas y privadas que obtengan el mayor respaldo y consenso social posible. Esta decidida visión pretende transitar hacia el mejoramiento del posicionamiento actual del destino Ecuador en el concierto turístico internacional.

Esta finalidad se podrá alcanzar en la medida en que se realicen esfuerzos concertados sobre el modelo turístico propuesto para los próximos años, de tal forma que se haga frente a los estrepitosos cambios que se presentan en el ámbito turístico, con nuevas oportunidades, pero a la vez con muchas amenazas, por lo que resultará determinante realizar un permanente análisis crítico de la dinámica de la actividad y de la gestión de todos los actores involucrados en el quehacer turístico del destino.

En este escenario, el Ecuador tendrá el gran reto de adoptar los lineamientos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, la cual reúne a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas. En ella, el turismo concretamente está incluido en las metas de los siguientes objetivos:

- Objetivo 8: Trata sobre la promoción del "crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las personas"; incluye la meta 8.9: "De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales".

- Objetivo 12: Busca "garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles" e incluye la meta 12.b: "Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales".

- Objetivo 14: Aspira a "conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible" e incluye la meta 14.7: "De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo".

Queda claro entonces que para que el sector turístico pueda seguir creciendo de manera sostenible y aporte mayores beneficios a la sociedad ecuatoriana, es esencial que se opere de una manera responsable, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y apunte a una operación con principios de innovación y accesibilidad.

Asimismo, resultará crucial fortalecer la generación, recolección y procesamiento de información estadística, ya que dicha información ha sido una herramienta clave utilizada por los gestores turísticos, para facilitar el proceso de toma de decisiones. En esencia, el rol de la data no será otro que aliviar la incertidumbre asociada a decisiones de mercado, pues en un ambiente de incertidumbre, la posibilidad de tomar decisiones adecuadas se incrementa con la disponibilidad de información válida y confiable. A su vez, la viabilidad de tener esta información aumenta con el nivel de estructuración del proceso (modelo de gestión) por el que se recabe dicha información.

En este orden de cosas, el Plan Nacional de Turismo 2030 propone que el destino Ecuador sea impulsado con base en cinco ejes estratégicos, con campos de acción específicos pero inter-relacionados entre sí y de forma conjunta, dejando en evidencia que el tratamiento y gestión del sector turístico debe abordarse desde un enfoque sistémico y holístico, si el objetivo es lograr su desarrollo sostenido.

El primer eje, denominado *Destinos y Calidad,* apuesta por la innovación y diversificación de la oferta de productos turísticos a partir de las ventajas comparativas del destino Ecuador, pero sobre todo, a partir de la gestión de la calidad y la inversión en capital humano, a través de una estrategia de empleabilidad que permita la transferencia de competencias y cualificaciones a los profesionales y empleados del sector para aprovechar las oportunidades del mercado.

Lo que se busca es asegurar calidad en la prestación de servicios turísticos, provocando una experiencia turística capaz de garantizar que las expectativas del consumidor se cumplan, y redunden en una mejor calidad de gasto y mayor tiempo de estadía en los destinos turísticos del país.

Para el efecto, se han priorizado líneas de producto turístico que, por un lado, deben ser fortalecidos dentro de la oferta del destino para atender al turista interno (nacional): turismo de naturaleza y cultural; turismo rural; gastronomía y turismo comunitario consumido principalmente en feriados y fines de semana. Pero, por otro lado, existen otras líneas de producto -a más de las mencionadas- con alto potencial para dirigirlas al consumo del turista extranjero (internacional), entre las que destacan líneas de producto especializado como: turismo de aventura (buceo, montaña, deportes, competencias); turismo científico (aves y anfibios), turismo de convenciones (MICE); turismo de cruceros; y agroturismo, con el producto emblemático del cacao fino de aroma y el chocolate.

El segundo eje, denominado *Conectividad*, está dirigido a optimizar la conectividad integral (transporte, infraestructura, cobertura digital) asociada a los destinos, a través del establecimiento de una política para la atracción y apertura de rutas aéreas directas y mayor cantidad de frecuencias que permitan conectar al país con los principales mercados emisores de turistas en el mundo; pero también, optimizar la conexión terrestre, aérea, fluvial, marítima y ferroviaria al interior del país, con el objetivo de facilitar la operación turística y la experiencia de viaje del visitante.

Considerando que las tecnologías de la información y comunicación están modificando el conocimiento y la forma de planificar, organizar y gestionar los viajes, y también la forma en la que el turista interactúa con el destino y comparte sus experiencias, en este mismo eje se establecen líneas de acción para transitar hacia la digitalización de los destinos, de tal forma que terminen por convertirse en *destinos inteligentes*. Lo que se busca es provocar que los destinos turísticos incorporen la tecnología durante todo el ciclo de viaje del turista, esto es: antes, durante y después del viaje, de modo que se enriquezca y facilite la experiencia del turista.

Si bien, la tecnología no convierte por sí sola un destino en inteligente, este factor clave será acompañado de procesos de transformación que apunten a un modelo de destino innovador, accesible y sostenible, simplificando los canales de promoción y comunicación con contenido, pero facilitando sobre todo los canales de comercialización on-line que fomentarán el gasto turístico.

El tercer eje, denominado *Seguridad Turística*, se ha establecido igualmente como un pilar fundamental para la competitividad del destino Ecuador, por lo que su gestión apuntará a fortalecer los mecanismos de coordinación interinstitucional necesarios, que permitan articular medidas prácticas dirigidas a garantizar un ambiente propicio para el normal desarrollo de la actividad turística. En efecto, se busca promover medidas de control y prevención dirigidas a los turistas y a los prestadores de servicios turísticos; establecer protocolos de gestión efectiva de riesgos naturales y antrópicos; fortalecer la vigilancia y protección preventiva en los atractivos/patrimonios/destinos turísticos y, además, impulsar acciones para prevenir los delitos contra los derechos humanos.

El cuarto eje, denominado *Promoción y Mercadeo*, alienta la adaptación de la información y promoción turística a los nuevos condicionantes de la demanda, que busca sobre todo singularidad y personalización, y automatizar ampliamente los procesos de información. Esto se trasladará a planes inteligentes de *marketing digital* y *social media* que apunten a la publicación de las guías y material promocional *offline* y también a los canales digitales, adaptándose a las nuevas herramientas móviles del turista, que actualmente es mucho más informado y exigente, que demanda nuevos servicios de acuerdo a la etapa del viaje en la que se encuentra, y donde resultará imprescindible la incorporación de espacios virtuales en los que el turista interactúe con el destino y con otros usuarios.

El último eje propuesto, denominado *Fomento a la Inversión,* busca consolidar al emprendimiento como un elemento primordial de la agenda pública, privada y académica. Su influencia en la economía, cuya dinámica depende de las iniciativas empresariales, sin duda afectará la demanda turística agregada, la competitividad y la necesidad de innovar mediante el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades de negocio, pero sobre todo en la creación de valor que provoque y fomente la empleabilidad, el crecimiento económico, la cohesión social y la protección del ambiente en los destinos receptores.

Por otro lado, con la finalidad de ampliar la oferta de servicios turísticos que permitan promover el flujo de turistas con mejor calidad de gasto, de tal manera que generen mayor ingreso de divisas, se impulsarán iniciativas y programas que fomenten e incentiven la atracción de inversiones para el desarrollo de nuevas iniciativas turísticas, que representen una mayor generación de empleo vinculado al sector.

Para ello, será necesario impulsar la estructuración de una política interinstitucional de largo plazo, que estimule a través del establecimiento de incentivos y la interacción de varios actores importantes, para el desarrollo de proyectos de inversión turística (fondos de inversión, empresas desarrolladoras – inmobiliarias y marcas internacionales) que permitan visualizar al Ecuador como un destino propicio para la inversión en el sector turístico.

Detrás de este eje, se propone estimular la *innovación disruptiva* donde las ideas y negocios turísticos apunten a un nicho de mercado que puede parecer poco atractivo o intrascendente, pero al final, con un nuevo producto o idea propendan a redefinir por completo la industria. La intención es que las empresas tiendan a innovar más rápido que la evolución de las necesidades de los turistas, buscando romper las reglas establecidas, provocando obsolescencia en los actuales modelos y generando una nueva tendencia / mercado antes inexistente con potencial de crecimiento.

En definitiva, se ha planteado la firme decisión de convertir a Ecuador en un destino que promueva un modelo basado en la competitividad y sostenibilidad, impulse el aprovechamiento eficaz de sus atractivos naturales y culturales, estimule la creación de otros recursos innovadores, la mejora en la eficiencia de los servicios, la accesibilidad universal y las tecnologías de la información y comunicación. Con ello, se busca contribuir en la mejora de la experiencia del turista, pero también aporta beneficios adicionales como incrementar la calidad de vida de los residentes y la creación de sinergias positivas entre los distintos agentes del destino.

Políticas Nacionales

El enfoque estratégico planteado deberá enmarcarse en políticas concretas interinstitucionales de gestión, a partir de las cuales se delineará el desarrollo turístico del destino Ecuador.

Las políticas propuestas son las siguientes:

1. Fomentar el turismo sostenible, accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural; la generación de desarrollo productivo y social; así como, el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de una manera segura, cómoda y autónoma.

2. Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentado en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativa y gestión descentralizada y desconcentrada.

3. Mejorar la competitividad de los destinos, basada en la planificación turística, la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad, favoreciendo al turismo con *base local* como factor diferenciador de la oferta turística.

4. Dinamizar la conectividad (transporte, infraestructura y comunicación) nacional e internacional, mediante la atracción y el fomento de nuevas operaciones aéreas, terrestres, marítimas y fluviales; así

como fomento de la inversión pública y privada en infraestructura aeroportuaria, portuaria y terrestre, complementada con el fortalecimiento de la cobertura de servicios de *comunicación inteligente*.

5. Fomentar la inversión turística nacional y extranjera directa, a través de la creación y mejora de incentivos, la diversificación de fuentes y líneas de financiamiento (público y privado), la dinamización de los encadenamientos productivos y la empleabilidad.

6. Impulsar la inteligencia de mercados turísticos a través del levantamiento de datos y estadísticas, así como del monitoreo de la percepción y el impacto de las estrategias de promoción, para direccionar la toma de decisiones de mercado acorde con las necesidades del turismo y sus tendencias a nivel mundial.

Objetivos y Estrategias

Eje 1: Destinos y Calidad
Objetivo Estratégico: Incrementar la competitividad de los destinos a través de la innovación de productos turísticos y la calidad en la prestación de los servicios turísticos.

Estrategias
Propiciar espacios de coordinación entre gobiernos autónomos descentralizados y todos los niveles de gobierno, para viabilizar la gestión y desarrollo turístico a través de modelos de gestión basados en las mancomunidades y otros mecanismos de autogestión, con el fin de mitigar la falta de recursos financieros.
Diversificar la oferta turística nacional con base en las ventajas comparativas y competitivas del país y las potencialidades de cada destino a nivel local, provincial y regional con altos componentes experienciales y apuntando a las líneas de producto: naturaleza / aventura / cultura, para atender al turista nacional; y con líneas de productos como gastronomía / accesible / agroturismo / científico / MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) / cruceros para el turista extranjero.
Impulsar un marco normativo aplicable para actividades turísticas con el fin de dinamizar a los destinos y asegurar la calidad de sus servicios.
Conformar Organismos de Gestión de Destinos (OGD) o Mesas Técnicas de Turismo (locales y provinciales) con la articulación de la empresa privada, academia, instituciones públicas, gobiernos autónomos descentralizados y sector comunitario, con el fin de transitar hacia la competitividad de destinos regionales.
Impulsar la zonificación de los territorios para favorecer la planificación y gestión efectiva de destinos turísticos a nivel local, provincial o regional.
Fortalecer, especializar e innovar la capacitación, la certificación de cualificaciones profesionales y las titulaciones técnicas que garanticen la profesionalización de empleados del sector, pilar sobre el que se construyen las experiencias de los visitantes y la excelencia de la calidad de la oferta turística.
Fortalecer la coordinación entre gobiernos autónomos descentralizados, gremios, prestadores de servicios, academia y cooperación para aportar en procesos de desarrollo y fortalecimiento de la cadena de valor de turismo en los destinos.
Generar herramientas innovadoras para la gestión y desarrollo de destinos y productos turísticos desde la perspectiva de la calidad, inclusión, accesibilidad y competitividad.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Articular acciones dirigidas al control efectivo y coordinado de las actividades extractivas (madera, camarón, pesca, petróleo, minería) por parte de las entidades pertinentes, con el fin de mitigar la destrucción de recursos naturales y pérdida de flora y fauna endémica.
Fortalecer programas basados en procesos de calidad continua para el desarrollo de certificaciones de calidad en la prestación de servicios turísticos, que apalanquen la competitividad turística de los destinos.
Impulsar la dotación de infraestructura, señalización y facilidades turísticas que contribuyan en los procesos de consolidación de nuevos destinos y productos turísticos, incorporando lineamientos de calidad y accesibilidad universal.
Establecer indicadores estandarizados para generar un modelo de gestión y desarrollo de destinos turísticos en todos los niveles territoriales.
Fortalecer la articulación con las entidades (públicas/privadas) generadoras de información estadística relevante vinculada al sector turístico, con el fin de potenciar una plataforma única de estadísticas turísticas.
Fortalecer la gestión turística de los GAD, en atención a las competencias determinadas por el Consejo Nacional de Competencias.
Gestionar eficientemente los riesgos de desastres en destinos turísticos, mediante el desarrollo de capacidades de adaptación y resiliencia a las amenazas o peligros naturales o antrópicos, en coordinación con el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias y otros entes competentes.

Planes/Programas/Acciones
Expedición de la Ley Orgánica de Turismo a fin de contar con una norma actualizada de jerarquía superior que regule el turismo nacional con visión de largo plazo.
Programas de capacitación y excelencia turística que impulsen la profesionalización de los espacios de gestión de la actividad turística, desde los niveles de toma de decisiones hasta los operativos, con énfasis en las instancias de gobierno local.
Programas de incentivos para el desarrollo turístico en zonas fronterizas y territorios comunitarios, considerando el replanteo de los modelos de gestión, dirigidos a la prestación de servicios turísticos de calidad.
Programas de co-responsabilidad social que consoliden relaciones entre empresarios de actividades extractivas (minería, petróleo) y prestadores de servicios turísticos (micro-empresas y comunidades) para generar alternativas de desarrollo a nivel local.
Procesos de control, evaluación y fiscalización a rutas y facilidades turísticas construidas, especialmente aquellas que se encuentran en deterioro o abandonadas, a través de una metodología piloto aplicable a nivel nacional que permita su repotenciación.
Consolidación del esquema de **Centro de Distribución Turística *(hubs)*** con una perspectiva regional, para consolidar destinos emergentes que aporten en la desconcentración de flujos turísticos y diversificación de productos.
Creación de Observatorios Turísticos que permitan la obtención de información estadística actualizada, confiable y real, necesaria para la toma de decisiones en los destinos.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Programas de capacitación, asistencia técnica y certificación turística continua que impulsen la profesionalización de los actores involucrados en la actividad turística en las esferas gerenciales y operativas; y la optimización de oficios del futuro, valorización de oficios de antaño e incorporación de habilidades digitales, dirigidos a los distintos actores de la actividad turística, con énfasis en los niveles de gobierno descentralizado.
Sistemas de acompañamiento orientados a promover la formalización de establecimientos no turísticos y la mejora continua de empresas registradas en el catastro turístico nacional, a través de la coordinación interinstitucional pública, privada y académica.
Procesos multisectoriales e interinstitucionales de reingeniería del destino: sitios de visita, operaciones, facilidades turísticas, infraestructura y talento humano para asegurar su sostenibilidad.
Programa de incubación de profesionales en turismo desde la academia para que, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados, se fortalezcan los destinos consolidados y se dinamicen destinos emergentes a través de proyectos viables y ejecutables.
Generación coordinada de rutas turísticas a nivel local, regional y nacional que pongan en valor y consoliden el potencial gastronómico del país.
Implementación de directrices metodológicas, documentos técnicos y demás herramientas técnicas que direccionen la correcta y efectiva provisión de estadísticas turísticas.
Generación de *Hubs* de innovación turística que impulsen el desarrollo de destinos, empresas turísticas y/o emprendedores, optimizando el uso de nuevas tecnologías que apunten a la generación de destinos inteligentes, así como al diseño de productos a la medida (*tailor made*).
Programas de resiliencia y reactivación de destinos turísticos ante amenazas naturales o antrópicas, orientados a reducir la sensibilidad del territorio, mejorar la capacidad adaptativa, aplacar la vulnerabilidad y desarrollar mecanismos eficientes de respuesta, recuperación y reconstrucción de los sistemas de orden natural, social y económico.

Eje 2: Conectividad
Objetivo Estratégico: Incentivar y promover los sistemas de conectividad aérea, terrestre, fluvial y marítima; así como los sistemas de comunicación digital en los destinos turísticos del Ecuador.

Estrategias
Promover el financiamiento participativo para la dotación de infraestructura en los ámbitos aéreo, terrestre, fluvial y marítimo a nivel nacional (aeropuertos, carreteras, puertos), a través de la articulación interinstitucional en todos los niveles de gestión (pública, privada, comunitaria, asociativa, académica).
Priorizar la dotación de infraestructura fluvial y vial a nivel nacional con énfasis en zonas rurales y comunitarias, y con especial atención para la región amazónica.
Impulsar estudios de viabilidad técnica que aseguren el uso efectivo de infraestructura turística abandonada o subutilizada (aeropuertos, puertos, carreteras).
Generar coordinación interinstitucional con entes de seguridad (Policía - Armada) y la autoridad nacional de transporte para garantizar seguridad y operatividad en todos los sistemas de conectividad (aérea/terrestre/fluvial/marítima).

Fomentar la incorporación de rutas, frecuencias y operadores de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial que conecten los principales destinos del país y los destinos en desarrollo.
Gestionar el ingreso de nuevas aerolíneas y el aumento de frecuencias hacia/desde los aeropuertos internacionales.
Consolidar la demanda turística en la zona austral y amazónica para activar y repotenciar la operación aérea regional.
Coordinar con los organismos de control de la provincia de Galápagos (Dirección del Parque Nacional Galápagos, Agencia de Regulación y Control de la Bioseguridad y Cuarentena para Galápagos, Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, otros pertinentes) para establecer los estándares de calidad en las embarcaciones que transportan pasajeros, con el fin de reducir la contaminación y prevenir la introducción de especies tanto en zonas portuarias como aeroportuarias en las Islas.
Gestionar la operación de nuevas líneas de cruceros y el aumento de recaladas con fines turísticos en los puertos internacionales.
Generar apertura para que agencias de viajes locales sean las que oferten paquetes turísticos dirigidos a los pasajeros de los cruceros que arriban a los puertos a nivel nacional.
Promover la digitalización del sector turístico y el desarrollo de destinos inteligentes, a fin de fomentar la competitividad tecnológica de la rama productiva de turismo.

Planes/Programas/Acciones
Plan nacional de señalización estratégica e idónea en todo el sistema vial del país (vías principales, secundarias y de tercer orden) para garantizar la seguridad en la movilidad de los turistas/visitantes.
Procesos de planificación estratégica para la apertura de vías en destinos rurales y comunitarios, complementada con un plan de mantenimiento vial en los destinos del país.
Programas de simplificación de trámites para la prestación de transportación turística, y apertura para la adquisición de sistemas de *transporte accesible*.
Instalación de infraestructura fluvial, incorporando incentivos que aseguren su operación y el desarrollo de transporte turístico fluvial (costos diferenciados/acceso a financiamiento para embarcaciones turísticas).
Programa de incentivos para la operación de nuevas rutas aéreas priorizadas.
Programa de incentivos para prolongar la estadía de cruceros en el territorio continental y facilitación del transporte turístico marítimo en puertos internacionales.
Implementación y ampliación de la cobertura telefónica y de internet a nivel nacional, con el fin de permitir la visibilización (on-line) de la oferta turística de destinos, productos y servicios a nivel nacional, regional y mundial.
Estrategia nacional de digitalización del sector turístico y desarrollo de destinos inteligentes, que oriente la ruta a seguir en la esfera de las nuevas tecnologías, e incentive su adopción mediante kits de herramientas acordes con el ciclo de vida de los destinos turísticos.
Programa de automatización (digitalización) del sistema de transporte terrestre, aéreo, marítimo, fluvial y ferroviario con acceso para el operador y el turista, que permita compras on-line (comercio electrónico); complementado con monitoreo y rastreo satelital de transporte terrestre (ubicación y velocidad de vehículos).

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Eje 3: Seguridad Turística
Objetivo Estratégico: Propiciar un entorno seguro y de bienestar para los turistas nacionales y extranjeros en los destinos turísticos a nivel nacional.

Estrategias
Mejorar y consolidar sistemas integrados de seguridad turística en los destinos del país a través del desarrollo de mecanismos de coordinación interinstitucional.
Establecer coordinación interinstitucional en todos los niveles de gobierno para viabilizar la aplicación de protocolos de seguridad, gestión de riesgos y estrategias de prevención y atención a turistas.
Promover la necesidad de zonificar y categorizar las circunscripciones territoriales por parte de los niveles de gobierno competentes, permitiendo la regularización y gestión del territorio a través del uso adecuado del suelo, minimizando riesgos y fomentando el ejercicio de la actividad turística segura.
Fortalecer la cooperación interinstitucional con los gobiernos autónomos descentralizados para viabilizar el cumplimiento de las facultades y atribuciones descentralizadas en el ámbito de turístico y de la seguridad.
Emitir normativa y reglamentos homologados (normativa local sujeta a la normativa nacional) que viabilicen el cumplimiento de requisitos para establecimientos turísticos y la regularización de establecimientos no turísticos.
Fomentar la planificación y adecuación del espacio turístico con los lineamientos de accesibilidad e inclusión universal en todos los niveles de gobierno.
Motivar la reducción de aranceles para la importación de equipos necesarios para la operación de turismo de aventura, con el fin de mejorar los niveles de seguridad.
Impulsar procesos de capacitación permanente para prestadores de servicios turísticos y, especialmente, para guías turísticos en temas de seguridad turística y primeros auxilios.
Fortalecer la coordinación interinstitucional dirigida a la prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en el ámbito de viajes y turismo.
Implementar e interconectar las distintas plataformas de catastros del Ministerio de Gobierno y del Ministerio de Turismo, a fin de conocer de manera inmediata la información de los establecimientos donde presumiblemente ocurran hechos delictivos relacionados a trata de personas y tráfico ilícito de migrantes, para la ejecución de las acciones de control correspondientes.
Articular con los diversos actores en la gestión de riesgos para aplicar modelos basados en estrategias de resiliencia y reactivación de destinos turísticos, ante amenazas naturales o antrópicas, orientados a reducir la sensibilidad del territorio, mejorar la capacidad adaptativa, aplacar la vulnerabilidad, y desarrollar mecanismos eficientes de respuesta, recuperación y reconstrucción de los sistemas de orden natural, social y económico.

Planes/Programas/Acciones
Plan Integral de Seguridad Turística (prevención, protocolo, gestión de riesgos y comunicación en crisis) enfocado a la protección del turista pero también al prestador de servicios turísticos.
Desarrollo de plataformas digitales locales para comunicar la oferta de servicios y entrega de información oficial actualizada y en tiempo real, utilizando mecanismos off-line.
Programa de participación ciudadana para asegurar el cumplimiento de la normativa en las circunscripciones territoriales de los gobiernos autónomos descentralizados.

Campañas de empoderamiento social y turístico para mejorar la atención al turista, complementadas por otras dirigidas al turista nacional y extranjero, incentivando la contratación de servicios turísticos formales.
Articulación con el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS) y la Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física (FENEDIF) para impulsar procesos de capacitación en materia de sensibilización, turismo y accesibilidad al medio físico.
Programa de señalización turística y señalética de seguridad y precaución en sitios de alto interés turístico y/o lugares vulnerables a desastres naturales por parte de las entidades competentes.
Acciones de control interinstitucional por parte de las entidades competentes, para verificar la condición o el estatus de los empleados turísticos.
Campañas dirigidas a la Prevención de Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes en los establecimientos turísticos, así como en los medios de transportación turística.
Emisión de un Código de Conducta y Protocolo de Actuación para los establecimientos turísticos, así como para los medios de transportación turística, en el caso de detectar o sospechar el cometimiento de hechos delictivos.
Articulación con el Ministerio de Gobierno para impulsar la implementación y/o institucionalización de la policía turística, para asegurar la atención y seguridad al turista a nivel nacional.

Eje 4: Mercadeo y Promoción
Objetivo Estratégico: Impulsar el posicionamiento eficiente del destino en los principales mercados internacionales y nacional, fortaleciendo la gestión de promoción y mercadeo turístico.

Estrategias
Establecer un sistema de inteligencia e investigación de mercados que permita determinar los mercados y productos priorizados, a fin de definir las acciones promocionales que se ajusten a las tendencias del potencial turista nacional e internacional, permitiendo atacar efectivamente a los mercados.
Generar, establecer y posicionar una marca turística, respaldada de una política de uso que asegure su continuidad en el tiempo, que sea de fácil adaptabilidad y libre uso entre todos los actores de la industria, a fin de extender la promoción del destino a nivel nacional e internacional.
Asegurar el financiamiento constante para la promoción del destino (fondo de promoción, gasto corriente, gasto de inversión, convenios de cooperación, inversión privada, entre otros), que responda a las necesidades promocionales identificadas en cada uno de los mercados, derivado de un análisis sobre posicionamiento, intención de compra, resultados de acciones anteriores, entre otros.
Impulsar campañas de comunicación y promoción del destino Ecuador dirigidas a nichos especializados del mercado internacional, asociándolos a productos específicos que atiendan sus preferencias de viaje, de acuerdo a la siguiente priorización de mercados, al año 2021: **Mercados Priorizados:** Estados Unidos, Alemania, Canadá, Reino Unido y Francia; **Mercados Estratégicos**; **Mercados de Oportunidad;** y, **Mercados Emergentes.**
Vincular la promoción del país a través de los distintivos de las certificaciones (sellos) de destinos y/o establecimientos turísticos, apalancando el mensaje de un destino de calidad con base en la "*experiencia turística*".
Proyectar y consolidar la imagen de Ecuador como destino multidestino, megadiverso, sostenible y ambientalmente responsable que apunta a la conservación de los recursos turísticos (ventajas comparativas).

Procurar una promoción inteligente y digitalizada permanente, con el fin de alcanzar impactos más amplios y efectivos con penetración en mercados priorizados, estratégicos, de oportunidad y emergentes, según su pertinencia.
Impulsar una estrategia comunicacional nacional que integre a todas las provincias y apunte a un objetivo claro, particularizado, y a una demanda específica (segmentada).
Asistir técnicamente a los gobiernos autónomos descentralizados, al sector privado y al sector comunitario, para homologar procesos de planificación, gestión, aplicación y evaluación de campañas promocionales a nivel local, regional, nacional.
Establecer un proceso efectivo de seguimiento y evaluación post-ferias internacionales que permita determinar el cumplimiento de objetivos de posicionamiento e impacto en los mercados.

Planes/Programas/Acciones
Impulso a estrategias de promoción integral de manera continua, basadas en inteligencia de mercados y a través de herramientas de mercadeo operativo, que incluye pero no se limita a: participación en ferias, fam trips, press trips, ruedas de negocios, presentaciones del destino, talleres de trabajo, capacitaciones a la industria nacional e internacional y gobiernos autónomos descentralizados, eventos turísticos, convenios cooperados, campañas de promoción al trade, campañas de promoción al potencial turista con acciones ATL y BTL, entre otros.
Fortalecimiento de las relaciones internacionales y el posicionamiento en la región para asegurar la inserción del país en los mecanismos de cooperación internacional y bloques regionales (Alianza del Pacifico, Comunidad Andina, entre otros), promoviendo el destino Ecuador con otros destinos de la región (comercialización multidestino) para mercados determinados.
Establecimiento de una aplicación o plataforma virtual única y con tecnología innovadora que permita gestionar y promocionar el destino Ecuador desde todos los niveles de gestión (público, privado, comunitario, asociativo).
Empoderamiento de la marca turística dentro del imaginario del colectivo local e internacional, a través del uso de estrategias de marketing emocional eficientes.
Publicación de guías y material promocional offline buscando adaptarlo a las nuevas herramientas móviles del turista, utilizadas durante todas las etapas del viaje.
Campañas de sensibilización turística enfocadas a empoderar la actividad sostenible en todas sus líneas de producto (naturaleza, cultura y aventura).
Campañas promocionales cuyo objetivo sea generar una cultura turística e identidad en la población joven de las comunidades receptoras.
Fortalecimiento de la promoción de actividades turísticas en áreas protegidas, con énfasis en la seguridad al visitante y protección de los recursos naturales.
Programas de *publicidad cooperada* entre la industria turística nacional e internacional u otras acciones del sector público y privado para cofinanciar y fortalecer el alcance de las estrategias de promoción del destino.
Campañas en las instituciones educativas, en los niveles de educación general básica y bachillerato general unificado, para concienciar acerca de la importancia del turismo para el país, fortaleciendo la identidad del destino y dinamizando el consumo de los servicios turísticos nacionales.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Eje 5: Fomento a la inversión
Objetivo Estratégico: Incrementar y diversificar la inversión turística dinamizando la cadena de valor del sector.

Estrategias
Emitir normativa (Ley Orgánica de Turismo y afines) que incentive al ecosistema del emprendimiento, permitiendo el establecimiento de nuevos negocios turísticos (start-up) y la sostenibilidad empresarial.
Optimizar las tasas, tributos y cobros aplicados a los prestadores de servicios turísticos para incentivar su permanencia en el mercado.
Impulsar procesos de simplificación, agilización y optimización de trámites para la creación y regulación de nuevos emprendimientos turísticos, así como para el fortalecimiento de negocios existentes.
Facilitar el acceso a financiamiento blando mediante la adaptación o flexibilización de condiciones y requisitos, y fomentar el acompañamiento técnico durante los ciclos de la operación de crédito.
Fortalecer procesos asociativos y de mayor representatividad entre los diferentes actores turísticos para asegurar la consecución de los intereses de los emprendedores y empresarios.
Construir una política permanente de incentivos y estímulo para la atracción de nuevas inversiones turísticas, aperturas para importación de equipamiento, equipos especializados y menaje, destinados a la prestación de servicios turísticos.
Profundizar programas de empleo joven con el fin de promover la profesionalización de la industria turística del país y la dignificación del empleo turístico (retribuciones, calidad, condiciones).
Vincular técnicamente a la academia en el fomento y desarrollo de proyectos de interés turístico a nivel territorial, con el fin de diversificar la oferta turística.
Fortalecer e impulsar el encadenamiento productivo en el ecosistema de las actividades y del emprendimiento turístico, con el fin de dinamizar la economía.
Incluir a emprendimientos turísticos (nuevas empresas) en los procesos de promoción y comercialización de destinos consolidados y emergentes.
Promover la optimización de las tasas de interés para el crédito de consumo de servicios turísticos y créditos dirigidos a fines de crecimiento y/o expansión empresarial.
Crear y consolidar Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE) en destinos estratégicos y fronterizos, así como una política de incentivos tributarios y arancelarios para actuales y futuras inversiones turísticas.
Fomentar la articulación intersectorial a través de la implementación de mesas ejecutivas y técnicas encargadas de la atracción de inversiones turísticas a nivel local, regional y nacional.
Construir plataformas de fomento a la innovación de emprendimientos turísticos asociados al uso de nuevas tecnologías y nuevas tendencias de mercado.
Generar y fortalecer los instrumentos, herramientas, mecanismos e incentivos de desarrollo y sostenibilidad empresarial.

Planes/Programas/Acciones
Impulso a la activación de líneas de crédito preferencial y exclusivas para negocios turísticos (micro, pequeños, medianos y grandes) junto con la revisión de las tasas de interés y las condiciones de crédito, especialmente para proyectos comunitarios, asociativos y ubicados en zonas fronterizas.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Apoyo a la constitución de emprendimientos turísticos a partir del impulso de la planificación y ordenamiento territorial en los gobiernos autónomos descentralizados, que finalmente aporten en desconcentrar y diversificar la oferta de servicios turísticos en los destinos.
Apoyo a la expedición de normativa clave (leyes y reglamentos especializados) a nivel nacional y local, dirigido a la atracción de inversiones, con el fin de garantizar la seguridad jurídica para nuevos capitales en zonas fronterizas y zonas de alto interés turístico a nivel local y nacional.
Atención y asesoramiento para actuales y futuros inversionistas en zonas de alto interés turístico, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados, coordinaciones zonales del Ministerio de Turismo y otros organismos competentes.
Consolidación de un Programa Nacional de Atracción de Inversiones y Clima de Negocios Turísticos.
Fortalecimiento de los modelos de gestión basados en mancomunidades, que se enfoquen en el desarrollo del ecosistema del emprendedor turístico y la articulación turística territorial.
Impulso a programas permanentes de asesoría, capacitación, seguimiento y apoyo a emprendedores e inversionistas, con acceso a créditos no reembolsables ofertados en instituciones públicas o privadas.
Generación de plataformas digitales con dominios dentro del territorio nacional que permitan el estricto control y regulación de las actividades turísticas informales.
Generación, actualización y difusión del estudio de mapeo de oportunidades para la inversión turística con alcance internacional.
Adopción de políticas e incentivos que impulsen y promuevan oportunidades de empleo para jóvenes, la contratación de profesionales de turismo en emprendimientos y empresas turísticas, con el fin de dinamizar y dignificar el mercado laboral turístico.
Promoción y difusión de nuevas inversiones turísticas en territorio, a través de canales oficiales del Estado y medios de comunicación digitales.
Programa de desarrollo de proveedores con empresas ancla del sector turístico y otras ramas productivas; complementado con un calendario anual de ruedas de negocios que dinamicen la cadena de valor de turismo.
Programa de empleabilidad que promueva la inserción laboral de la población juvenil que se ha formado en oficios clásicos actualizados, oficios alineados a las tendencias globales, y oficios de antaño con valor agregado; y privilegie procesos de formación dual e incentivos para el empleador.
Generación de procesos de capacitación (virtual y presencial) para gobiernos autónomos descentralizados y actores de la industria turística, con temas de asesoría al emprendimiento, acceso y servicios financieros, y acompañamiento en todas las etapas de desarrollo empresarial.

Considerando que el Plan Nacional de Turismo 2030 obedece a un instrumento orientador de la actividad turística y esta última es sujeto continuo de innovaciones y tendencias que cambian vertiginosamente en períodos cortos de tiempo, las estrategias propuestas en el acápite anterior buscarán alcanzar las siguientes metas programáticas que permitan medir y evaluar el alcance de las mismas, pero al mismo tiempo ajustarlas o reprogramarlas de acuerdo a la realidad de la actividad turística del país, a través de una evaluación bianual.

Metas Estimadas

a) Incrementar el número de llegadas internacionales de viajeros extranjeros al país de 1.418.159 a 2.027.620 al 2021.

Período	Llegadas internacionales de viajeros (anual)
2018	1.641.165
2019	1.758.913
2020	1.887.608
2021	2.027.620

Fuente: Coordinación General de Estadística e Investigación - MINTUR, 2019.

b) Incrementar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD $ 1.449 MM a USD $ 2.195 MM al 2021.

Período	Divisas (anual, USD millones)
2018	1.704,67
2019	1.852,56
2020	2.015,94
2021	2.195,78

Fuente: Coordinación General de Estadística e Investigación - MINTUR, 2019.

c) Incrementar la población con empleo en las principales actividades turísticas de 484.884 a 633.631 al 2021.

Período	Empleos (semestral)	Empleos (anual)
2018	263.563	512.864
2019	283.153	549.660
2020	303.530	589.878
2021	325.880	633.631

Fuente: Coordinación General de Estadística e Investigación - MINTUR, 2019.

Bibliografía

Altran. (2018). “El viajero 2030”, Marketing Estratégico Turismo.

Autor. (1998). “La ventaja competitiva de las naciones”, Buenos Aires, Vergara.

Autor. (2015). “La carte d’un tourisme rétrécit”, Journal Liberation, en línea, 8 de enero de 2015. <journal.liberation.fr/abonnes/publication/liberation/articleslist/ 2014-12-27>.

Axon Marketing & Communications. (2018). “Tourism Trends in Latin America for 2019”.

Carrera, P. (2014). “Análisis de la Oferta y la demanda de las Carreras Universitarias De Turismo Y Hotelería. Fortalezas Y Debilidades. Caso De Estudio Ecuador”, Gestión Turística, núm. 21, enero-junio, 2014, pp. 69-94 Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile.

Crouch, G. (2007a). “Measuring tourism competitiveness: research theory and the WEF Index”, Australian and New Zeland Marketing Academy (ANZMAC) Conference 2007 (inédito)

Crouch, G. I. & Ritchie, J. R. B. (1999). “Tourism competitiveness and social prosperity”. Journal of Business Research.

Crouch, G. I. (2007b). “Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes”, CRC Sustainable Tourism Pty Ltd, Queensland, Australia

ESPOL. (2018). “Global Entrepreneurship Monitor – Ecuador 2017), Guayaquil-Ecuador.

Foro Económico Mundial, WEF. (2019). Índice de Competitividad de Viajes y Turismo. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

FLACSO ECUADOR, CARE ECUADOR. (N/D). “Etnohistoria de los pueblos y nacionalidades originarias de Ecuador”, Guía – Módulos de Capacitación para la Formación de Agentes Interculturales y Comunicación Intercultural, Ecuador.

Garcés Y.; Sarmiento, Y.; y Paneca, Y. (2018). “La competitividad turística: su medición y factores determinantes”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2018).

Gobierno de España. (2019). “Directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030”. Secretaría de Estado de Turismo.

Gobierno de la República de Colombia. (2018). “Plan Sectorial de Turismo 2018-2022”.

Gobierno de la República de Chile. (2012). “Estrategia Nacional de Turismo 2012—2020”.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS

Gobierno de la República de Perú. (2015). “Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025”, Ministerio De Comercio Exterior Y Turismo, Viceministerio De Turismo, Lima-Perú.

Gobierno de la República Oriental del Uruguay. (2019). “Plan Nacional De Turismo Sostenible 2030”, Ministerio de Turismo - Programa de Desarrollo de Corredores Turísticos (MINTUR-BID).

Gooroochurn, N. & Sugiyarto, G. (2005). “Competitiveness indicators in the travel and tourism industry”. Tourism Economics.

Hassan, S. S. (2000) “Determinants of market competitiveness in an environmental sustainable tourism industry”. Journal of Travel Research.

INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD (IMCO). (2013). “Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional”, México: IMCO.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). “Boletín técnico. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU septiembre 2019)”. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Septiembre/Boletin_tecnico_de_empleo_sep19.pdf

Jones, A. Y Phillips, M. (2011). “Disappearing destinations - Climate change and future challenges for coastal tourism”, Gales: CAB International.

León, M.; Leyva, J. (2015). Análisis de la Competitividad de Destinos Tradicionales de Sol y Playa en México, basado en el método multi-criterio, México.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). “Perfil de Turismo Internacional 2017”.

Ministerio de Turismo. (2018), Principales indicadores de turismo, Boletín julio 2018.

Ministerio de Turismo. (2019), Indicadores Turísticos, Boletín Diciembre 2019.

Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2016). "Estrategia Nacional de Biodiversidad 2015-2030, primera edición, noviembre de 2016, Comité interinstitucional para la actualización de la Estrategia Nacional de Biodiversidad 2015-2030.

Observatorio de Turismo de Galápagos. (2018). “Estadísticas del Turismo en Galápagos en 2018”. Galápagos-Ecuador.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO. (2017). La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, París – Francia.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. (2015). “Objetivos de desarrollo del milenio y más allá del 2015”, ONU.

Organización Internacional del Trabajo, OIT. (2019). Estudio del mercado laboral del sector turismo en la economía rural de Ecuador. Quito, Pichincha: Autor.

Organización Mundial de Turismo. (2018), Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2018, Madrid.

Organización Mundial de Turismo. (2018), UNWTO World Tourism Barometer, Madrid.

Osorio, M., Ramírez de la O, I., Viesca, C. González. (2018).”Tendencias del turismo hasta 2030. Contrastes entre lo internacional y lo nacional”, Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Porter, M.E. (1991). “Towards a Dynamic Theory of Strategy”, en Strategic Management Journal, vol. 12, Winter Special Issue.

Ramírez, I.; Osorio, M. Y Cortés, I. (2015). “Tendencias y problemas actuales relacionados con la actividad turística», en D. Hiernaux (ed.): Turismo, sociedad y territorio”, Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro.

REDES CONSULTORES. (2000). “Estudio de gran visión del turismo en México: perspectiva 2020”, México: Centro de Estudios Superiores en Turismo (SECTUR).

Ritchie, R.B. y G.I. Crouch (2000), “The Competitive Destination: A Sustainability Perspective, Tourism”, en Management

Rodrígues, L.; Carrasqueira H. (2011). “Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios: El caso de Algarbe versus el Sur de España”, España.

Rodríguez-Antón, J.M. y Rubio-Andrada, L. (2016). “Estudio de la competitividad turística de la Unión Europea a partir del modelo cuantitativo objetivo”. Esic Market, vol. 47.

Sánchez Rivero, M. y M.A. Fajardo Caldera (2004), “La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños”, Cáceres, España, Departamento de Economía Aplicada y Organización de Empresas, Universidad de Extremadura.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017), Plan Nacional Toda una Vida 2017-2021.

Surugiu, C. Y Surugiu M. (2012). “Globalization and tourism nexus: what are the new challenges and trends?», Revista Tinerilor Economisti ("e Young Economists Journal), 9 (19), pp. 142-153.

Tarlow, P. (2011). “Tourism confronts a world in turmoil», TN Global Travel Industry News, en línea. <www.eturbonews.com/22007/tourism-confronts-world-turmoil>.

THINKTOUR. (2016). Tendencias tecnológicas en turismo para 2016, en línea. <www. thinktour.org/media/Ebook_Tendencias_Tec-Turismo_2016.pdf>. [Consultado el 20/04/2018].

Torres Matovelle, P.A y Marrero Marrero, M. (2014). "Algunas consideraciones sobre la medición de la competitividad de destinos turísticos". Retos Turísticos, Vol. 2 No. 2, 2014.

Transport Ecuador. (2018). Boletines disponibles en https://transport.ec/boletines-institucionales/.

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) (2010), Promoting Foreign Investment in Tourism, Investment Advisory Series, Series A, No. 5 (UNCTAD/DIAE/PCB/2009/16), Nueva York y Ginebra.

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)(2013), Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development, Nota técnica preparada por la Secretaría de la UNCTAD, Trade and Development Board, Trade and Development Commission, Expert Meeting on Tourism's Contribution to Sustainable Development, Ginebra.

Valenzuela, S. (2015). "Nuevas tendencias en turismo, en línea. <es.slideshare.net/SOLEDADVP/nuevas-tendencias-en-turismo>. [Consultado el 20/04/2016].

Ventura-Dias, V. (2011), "El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México", Serie Comercio y Crecimiento Inclusivo, Working Paper No. 138, Red Latinoamericana de Política Comercial (RedLATIN), septiembre, Buenos Aires.

Von Bergner, N. Y Lohmann, M. (2014). "Future challenges for global tourism: a Delphi survey», Journal of Travel Research.

WTTC (World Travel & Tourism Council). (2013). "*Benchmarking Travel & Tourism – Global Summary. How does Travel & Tourism compare to other sectors?",* Oxford, Reino Unido.

Dirección: Av. Gran Colombia N11-165 y Gral. Pedro Briceño
Código postal: 170403 / Quito - Ecuador
Teléfono: 593 2 399 9333 - www.turismo.gob.ec

Lenín
Toda una Vida
EL GOBIERNO DE TODOS



www.ecuador.travel