

2010



# FLACSO – MIPRO

Centro de Investigaciones Económicas y  
de la Micro, Pequeña y Mediana  
Empresa

Boletín Mensual de Análisis Sectorial  
de MIPYMES No. 6

Sector Turismo

Coordinación:  
Hugo Jácome

Investigación:  
Marco Naranjo

Asistentes de investigación:  
Anderson Arghoti  
David Villaruel



## Índice

1.Presentación.....	2
2.De la Industrialización Sustitutiva de Importaciones a la Industrialización Selectiva de Importaciones .....	3
3.Breve Lectura para Inversores del Sector Turístico .....	5
3.1 Introducción.....	5
3.2 División del sector turismo.....	6
4.Breve situación del sector turístico en el Ecuador.....	7
5.FODA del sector Turismo .....	8
6.Alternativas para mejorar la competitividad de las PYMES del sector Turismo.....	10
6.1 La tecnología en la PYME.....	11
6.2 Asociatividad entre PYMEs .....	11
6.3 Artesanía Identidad y Turismo .....	12
6.4 Un ejemplo de oportunidad de inserción exitosa de PYMEs en el Sector Turismo .....	12
6.5 Incentivos para Ingresar al Sector .....	14
7.Bibliografía.....	14
8.Estadísticas .....	16

## **1. Presentación**

En la presente ocasión ponemos a consideración de nuestros lectores, dos artículos que hacen referencia al desarrollo industrial y al sector turístico.

En primer lugar tenemos un análisis de la industrialización selectiva de importaciones basada en los eslabonamientos o encadenamientos productivos.

En segundo término se presenta un trabajo que busca ofrecer algunas indicaciones puntuales para quienes deseen incursionar en actividades relacionadas con el Turismo.

Finalmente, se ofrecen los cuadros estadísticos acostumbrados sobre la actividad productiva nacional.

## 2. De la Industrialización Sustitutiva de Importaciones a la Industrialización Selectiva de Importaciones

Marco P. Naranjo Chiriboga\*

En el anterior Boletín realizamos una primera aproximación al modelo de Industrialización Sustitutiva de Importaciones propuesto por Raúl Prebisch y la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe, CEPAL, a mediados del siglo XX, como estrategia fundamental de crecimiento a ser aplicada por los países de la Región.

En general, podríamos decir que la aplicación de este modelo en el Ecuador, entre 1950 y 1980, tuvo efectos positivos en el crecimiento, en el empleo y, sobre todo, en el apareamiento y consolidación de un sector industrial, el cual ha sobrevivido a pesar de la crisis de dos décadas sufrida por el país entre los años 1982 y 2000.

En efecto, de casi no poseer representación significativa en el Producto Interno Bruto hasta antes de 1950, las Industrias Manufactureras y la fabricación de productos de la refinación del petróleo han llegado a contribuir entre el 16 y el 20 por ciento a la producción nacional.<sup>1</sup>

Sin embargo, el desarrollo industrial del Ecuador, como lo advertimos en nuestra anterior entrega, descuidó de manera particular el impulso a la **cadena de valor**, convirtiéndose prontamente en importador de materias primas, insumos y maquinarias, lo que le significó una dependencia notable de divisas (dólares) para su permanencia y crecimiento. Pero esta demanda creciente de divisas para todo tipo de importaciones, nunca fue cubierta por el mismo demandante, pues la industria nacional únicamente se destinó al mercado interno y no a las exportaciones, las cuales nunca financiaron dichas importaciones.

Ciertamente, el modelo de industrialización sustitutiva de importaciones aplicado en el Ecuador evidenció varios problemas que terminaron convirtiéndose en estructurales; entre otros tenemos: el reducido y hasta insignificante tamaño del mercado interno, la falta de competitividad internacional debido al excesivo proteccionismo; el financiamiento de las importaciones mediante las exportaciones tradicionales y el endeudamiento externo; el incremento de la dependencia de materias primas, insumos y maquinarias importadas; y, sobre todo, la falta de encadenamientos o eslabonamientos en la producción industrial.

Estos problemas fueron particularmente evidenciados con el apareamiento de la crisis de la deuda externa de la década de los años 80, cuando el financiamiento internacional se volvió “repentinamente” escaso y los precios de las exportaciones tradicionales empezaron a descender constantemente. Entonces, al desaparecer o disminuir considerablemente las divisas para la importación de materias primas, insumos y maquinarias, el modelo de industrialización sustitutiva de importaciones evidenció síntomas de agotamiento, los cuales provocaron su inmediato cuestionamiento y su pronto reemplazo por el modelo aperturista y de ajuste estructural, que llevó a la economía ecuatoriana a la mayor crisis de su historia a finales de los años noventa del siglo anterior.

Precisamente, frente a la debacle generada por el modelo aperturista, del cual nos ocuparemos en un próximo boletín, y a los problemas estructurales del modelo de industrialización sustitutiva de importaciones que hemos establecido, el Plan Nacional Para el Buen Vivir, que constituye el Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno, plantea

---

\* Profesor – Investigador de FLACSO - Ecuador

<sup>1</sup> Banco Central del Ecuador. Información Estadística Mensual No. 1897, Quito, Marzo 31 del 2010

un modelo de Industrialización Selectiva de Importaciones.

Analicemos con detenimiento este nuevo modelo y empecemos por lo que sería su raíz histórica, la cual proviene de la obra de Albert Hirschman, quien en la década de los 50 trabajó en América Latina en temas de desarrollo industrial.<sup>2</sup>

Hirschman partía de dos premisas básicas en su abordaje del desarrollo de América Latina. La primera hacía referencia a que los empresarios latinoamericanos son adversos al riesgo, esto es, la clase empresarial del continente rehúye los compromisos que significan el emprendimiento, la inversión y el enfrentamiento de la competencia. La segunda tiene que ver con que el gran factor escaso en Latinoamérica es la capacidad de decisión, cualidad casi inexistente en el sector empresarial del subcontinente.

Estos dos elementos paralizarían la inversión y, por lo tanto, el crecimiento económico. La pregunta entonces es: ¿cómo romper estas premisas y lograr que la Región alcance tasas de crecimiento elevadas que la saquen del subdesarrollo?

A esto hay que añadir los limitados recursos para la inversión que con permanencia han agobiado a la América Latina.

Precisamente, la pregunta básica que se plantea Hirschman es: Dado un volumen limitado de recursos para la Inversión, ¿Cómo se elige entre los proyectos posibles, cómo se determina aquellos que han de constituirse en los mayores contribuidores al desarrollo económico?

Habría dos alternativas. La primera, una selección sustitutiva de proyectos: El proyecto A en lugar del proyecto B. La segunda, una selección secuencial de proyectos: El proyecto A pero que signifique el desarrollo de los proyectos B, C, D, etc.

Sin duda, la segunda opción, esto es la selección secuencial de proyectos, es la que responde a la pregunta planteada. En efecto, la selección secuencial de proyectos provoca el develamiento de las “capacidades ocultas” que pueden ser puestas en acción por la inducción que hace referencia a los llamados “eslabones o encadenamientos anteriores y posteriores”.

Los “eslabonamientos anteriores” se refieren a la proporción del producto de una actividad que está relacionada con las compras (materias primas, insumos, componentes, etc.) que deben realizarse a otras actividades productivas de la economía. Los “eslabonamientos posteriores” tienen que ver con la proporción del producto de una actividad que resulta importante para el desarrollo de otros productos.

Hirschman sugiere que debería establecerse en América Latina una estrategia industrial que estimule aquellas actividades que tienen los “eslabonamientos o encadenamientos” más elevados. Específicamente señala: “... el desarrollo depende, no tanto de encontrar combinaciones óptimas de recursos, sino de poner en acción a habilidades que están ocultas, dispersas y mal utilizadas. La fórmula del desarrollo no balanceado implica no sólo aumentar el producto, sino dar impulso a nuevas inversiones por vía de eslabonamientos anteriores y posteriores”.<sup>3</sup>

Aunque el planteamiento que hemos presentado fue escrito en los años 50 y 60 del siglo pasado, como señalamos anteriormente, ha sido recogido con las actualizaciones que demanda el tercer milenio por el Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013.

En dicho Plan se establece la transformación del patrón de especialización de la economía a través de la sustitución selectiva de importaciones, la cual implica superar

---

<sup>2</sup> La obras principales al respecto de A. Hirschman son: “The Estrategy of Economic Development” (1958), “Estudios sobre política económica en América Latina” (1963), “Desarrollo y América Latina: Obstinación por la Esperanza” (1971), entre otras.

<sup>3</sup> A. Hirschman. The Strategy of Economic Development, 1958

los límites de la industrialización sustitutiva de importaciones y, sobre todo, cambiar definitivamente el modelo aperturista primario exportador.

Mediante una concentración del apoyo gubernamental en el sector secundario, esto es en la Manufactura, el nuevo modelo busca el desarrollo industrial tomando particular atención en que la cadena de valor promueva los eslabonamientos o encadenamientos productivos.

Así por ejemplo, como señalábamos en un anterior Boletín, una industria especialmente desarrollada en el Ecuador debería ser la del chocolate, pues cuenta con el cacao fino de aroma como materia prima principal; sin embargo, a lo largo de su historia, el país ha sido exportador de cacao en pepa, sin valor agregado, y no de elaborados del cacao como es precisamente el chocolate. La estrategia selectiva de importaciones buscaría, en este caso, la industrialización del cacao en toda su cadena de valor, en la que incluiría su comercialización a nivel internacional, contemplando para ello todas las dimensiones de la marca país.

Tenemos entonces que la nueva estrategia establecería una renovada concepción según la cual las distintas industrias que se desarrollen en el país halarán a la mayoría de sectores generando eslabones o encadenamientos anteriores y posteriores, lográndose de esta manera cadenas de valor completas y cada vez más complejas. El Ecuador avanzará en su desarrollo industrial desde la manufactura de zapatos a la programación informática, la robótica y la ingeniería genética.

Adicionalmente, el adelanto industrial provocado por la sustitución selectiva de importaciones gestará la sustitución de exportaciones de bienes primarios por mercancías industrializadas y con alto valor agregado.

### **3. Breve Lectura para Inversores del Sector Turístico**

Anderson Argothy  
David Villarruel\*

#### **3.1 Introducción**

El Ecuador es a no dudarlo un país rico en recursos naturales, formado por cuatro regiones geográficas (Costa, Andes, Amazonía e Islas Galápagos), que permiten diversidad de climas y una muy rica cultura, expresada en música, danza y artes plásticas; posee, por lo tanto, un potencial turístico importante.

Desde la década de los noventa, el sector turístico se ha convertido en un aporte al desarrollo económico y social del país, pese a que en el período señalado las políticas y las inversiones no han sido de las más adecuadas (Ordóñez, 2001).

El turismo ofrece alternativas de reactivación económica y de generación de empleo; de igual manera, incentiva tanto a la inversión local como extranjera para la creación de infraestructura en lo referente a hospedaje, alimentación, diversión, etc. (Moreno Zapata, 2007).

En el actual Gobierno, este sector es considerado como uno de los ejes estratégicos del “desarrollo económico social y ambiental del Ecuador” (Ministerio de Turismo, 2010).

La amplia gama de actividades turísticas en las cuales se puede dividir el sector, se presenta como una buena alternativa para la inversión, pues, es una industria naciente

---

\* Becarios de la Maestría en Economía y Gestión Empresarial. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)-Ecuador

donde aún hay mucho por hacer en infraestructuras y en imagen, buscando posicionar al Ecuador a nivel Internacional como destino turístico. (Moreno Zapata, 2007).

### **3.2 División del sector turismo**

Es importante mencionar una división de la actividad turística, que sirva de punto de partida para el pequeño y mediano empresario que desee involucrarse o emprender actividades dentro de este amplio campo.

Es significativo destacar que en el Ecuador se puede encontrar elementos geográficos adecuados para los diferentes tipos de turismo que se mencionarán a continuación. Sin pretender agotar el tema, se presenta una breve explicación de cada rama turística:

*Turismo de descanso:* conocido también como turismo de “sol y playa”, es más común dentro de la sociedad urbana e industrial (González & Toller, 2006). Generalmente, lo realizan personas que viven en zonas frías o nubladas, o que no tienen playas cercanas (Viajando el Mundo, 2008). Para el caso de los extranjeros, nuestras playas presentan grandes atractivos debido a la calidez del agua y a la diversidad de especies de animales observables. Este tipo de turismo posee una concentrada oferta en las playas tradicionales del Ecuador, y su demanda es siempre creciente.

*Turismo Científico:* Este turismo lo realizan principalmente personas relacionadas con la academia, que se encuentran efectuando investigaciones con el fin de “ampliar o completar” los conocimientos dentro del área geográfica de interés. (González & Toller, 2006).

*Turismo Comercial:* También denominado de “negocios”, se da principalmente por el desplazamiento de empresarios, agentes comerciales, importadores, exportadores, etc. (Velazco Gamboa & Aguirre Tanús, 2005), para participar en convenciones, congresos, e incluso también para gestión política. En esta categoría del turismo también se incluyen a las personas que viajan a ferias internacionales y nacionales.

*Ecoturismo:* No se lo debe confundir con los deportes de riesgo (generalmente ocurre esta confusión), se enfoca más al desplazamiento hacia zonas donde relativamente no ha existido una alteración de la geografía natural (Velazco Gamboa & Aguirre Tanús, 2005). En este tipo de turismo se promueve la conservación de los espacios naturales visitados, buscando el menor impacto mediante la creación de senderos ecológicos y con un alto compromiso con la comunidad. Se lo puede llamar también “turismo verde” (González & Toller, 2006).

*Turismo de Aventura:* Se le conoce también como “turismo deportivo” (González & Toller, 2006). Es una forma de turismo relativamente nueva en nuestro país. El viajero realiza un desplazamiento para utilizar la geografía de la zona con fines deportivos, dentro los principales deportes practicados están:

- La pesca deportiva
- El rafting: descenso en los rápidos de los ríos.
- El cañoning: descenso o ascenso en cascadas
- El biking: ciclismo de montaña.
- El trekking: caminata en ambientes naturales
- El climbing: escalada en ambientes naturales.

*Turismo rural:* “Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño.” (González M. E., 2008). Por lo general sus instalaciones son un tanto rústicas y son administradas por grupos familiares

de la población local, principalmente de grupos minoritarios como indígenas. El turismo rural se divide en:

Agroturismo: muestra al turista la producción en los espacios agropecuarios.

Pesca y caza

Turismo de estancias: el turista se enfoca en el aspecto arquitectónico del lugar. Se puede incluir también el Turismo de Aventura, explicado anteriormente

Etnoturismo: el turista trata de compartir costumbres y creencias propias de los habitantes de la zona (González M. E., 2008).

*Turismo Cultural:* Este tipo de turismo se explica por el deseo del viajero en ponerse en contacto con otras culturas, aprender costumbres e intercambiar cualquier acto que lleve a un enriquecimiento cultural (González & Toller, 2006). Se puede dividir en diferentes ramas, a continuación se enuncia las principales y una explicación breve:

*Turismo histórico:* el turista se desplaza a lugares que se caracterizan por su amplio contenido y valor histórico.

*Turismo Religioso:* el fuerte vínculo con la religión por parte de los pueblos latinoamericanos es una de las razones que explican este turismo, generalmente el desplazamiento se lo hace a zonas donde prima la religiosidad, ejemplo de esto es El Quinche.

*Turismo Gastronómico:* en este caso la motivación del turista el poder conocer y disfrutar los platos típicos de las regiones que se visita

*Otros:* Dentro de esta calificación podemos encontrar las más diversas motivaciones, que en muchos de los casos parecerían no influir, pero que se muestran como un determinante a la hora en que el viajero tiene que elegir un destino. Dentro de estos tenemos:

Turismo Social: es un servicio de los gobiernos para personas de escasos recursos, tercera edad o estudiantes, de manera que ellos también puedan tomar un breve periodo de vacaciones. (Velazco Gamboa & Aguirre Tanús, 2005)

Turismo Idiomático: el viajero se desplaza por la necesidad de aprender un idioma.

Turismo de Salud: el turista se desplaza por la necesidad de obtener un servicio de salud.

A breves rasgos, ésta es una clasificación de la diversidad de turismo que podemos encontrar; sin embargo, de hecho a medida que continuamos investigando podemos hallar más alternativas de división, sea por actividades, por gasto, por tipo de hospedaje, etc. El afán de esta sección es brindar un bosquejo para que el pequeño y mediano empresario decida en que opción puede invertir sus recursos, sabiendo que todos los tipos de turismo descritos pueden ser encontrados en nuestro país, simplemente con desplazarnos entre sus diferentes regiones.

#### **4. Breve situación del sector turístico en el Ecuador**

En diferentes estudios se concuerda que el Ecuador posee factores potenciales que lo llevarían a posicionarse como destino turístico líder a nivel internacional, tales como: una gran multiplicidad que le ha brindado el estatus de ser el país de mayor megadiversidad del planeta; ciudades coloniales como Quito y Cuenca que han sido nombradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO; variedad de culturas

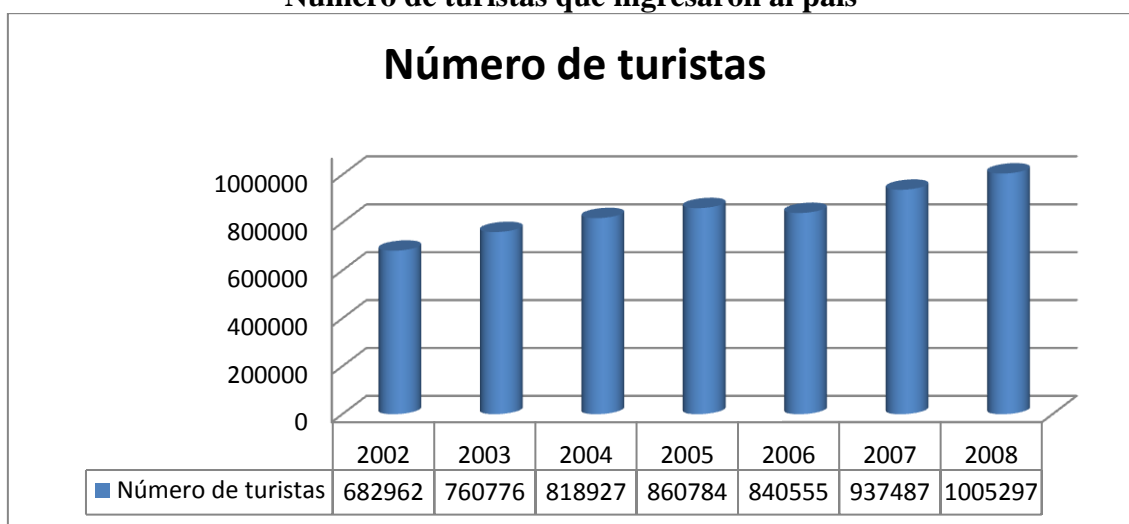


autóctonas; estabilidad climática que permite visitar el país a lo largo de todo el año; las dimensiones del país que facilita la visita de varias regiones en cortos periodos de tiempo; la gran notoriedad mantenida por las islas Galápagos y la cordillera de los Andes; y, actualmente, el gran reconocimiento internacional obtenido por la propuesta de la firma del fideicomiso de la iniciativa Yasuní – ITT. (Segura, G. PLANDETUR 2020).

Por consiguiente, el sector turístico en el Ecuador representa una gran perspectiva de desarrollo. Este sector se podría convertir en un eje muy importante para la reactivación de la economía, sobre todo si se piensa a futuro en una economía post petrolera, así como también para la generación de empleo; el incremento de los niveles de inversión nacional y extranjera; el desarrollo de puertos, vías e infraestructura hotelera; y finalmente, la entrada de divisas al país. (Moreno, E. 2007)

En el siguiente gráfico podemos observar cómo ha evolucionado el número de visitantes que han ingresado al Ecuador desde el 2002 al 2008. En seis años, el número de visitas se ha incrementado en 47.2%. De esta manera, en el año 2008 el número de turistas rebasó el millón de personas. No se dispone de datos oficiales del año 2009; sin embargo, se estima que el número de visitantes se redujo en comparación con el 2008, debido principalmente a la crisis económica y financiera a nivel mundial.

**Gráfico 1**  
**Número de turistas que ingresaron al país**



Fuente: Ministerio de Turismo

Por consiguiente, vale la pena hacer énfasis en el potencial del sector, ya que ha mantenido un crecimiento sostenido en la última década.

### 5. FODA del sector Turismo

Con el afán de brindar la mayor cantidad de herramientas para posibles inversores en el sector Turístico en el Ecuador, a continuación se presenta un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), para lo cual se han tomado en cuenta diferentes investigaciones de instituciones afines.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informalidad</li> <li>• Falta de promoción regional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de inversión general para el fortalecimiento del sector.</li> <li>• Deficiente calidad de los servicios</li> <li>• Bajo nivel de educación, lo que provoca maltrato al turista</li> <li>• Falta de continuidad en las políticas turísticas</li> <li>• Deficiente infraestructura turística</li> <li>• Desarticulación de los actores privados y públicos</li> <li>• Falta de sentido de pertenencia e identidad cultural</li> <li>• Falta de bilingüismo (español – inglés)</li> <li>• Falta de capacitación</li> <li>• Desconocimiento del producto por parte de los mismos operadores y de las personas de la zona</li> <li>• Falta de estandarización de tarifas</li> <li>• Falta de una definición de vocación turística por parte de los empresarios</li> <li>• La persistencia de problemas de accesibilidad y comunicación.</li> <li>• Gran concentración de la demanda en un número limitado de destinos.</li> <li>• Precios poco competitivos.</li> <li>• La falta consolidada de una imagen: escaso conocimiento de los recursos.</li> <li>• Inversión comparativamente baja en actividades de promoción. - Comercialización insuficiente. En algunos casos, no está actualizada la reglamentación para apoyar el desarrollo de los recursos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoramiento de la imagen de la región (seguridad)</li> <li>• Crecimiento del sector turístico ecuatoriano</li> <li>• Cercanía a grandes centros urbanos (Guayaquil, Quito, etc.)</li> <li>• Biodiversidad</li> <li>• Potencial agroindustrial</li> <li>• Oportunidades de inversión y desarrollo empresarial</li> <li>• Disponibilidad de tecnología</li> <li>• Apoyo de entidades públicas y privadas para el desarrollo turístico</li> <li>• Incremento de visitantes y turistas</li> <li>• Seguridad pública</li> <li>• Existencia de voluntad política hacia el turismo desde los diferentes niveles del Estado</li> <li>• Interés de los medios de comunicación</li> <li>• La riqueza y la diversidad: espacio, geografía, naturaleza, historia, cultura, gente y autenticidad.</li> <li>• Diversidad de climas durante todo el año.</li> <li>• Paisajes de una gran belleza natural, competitivos con los mejores del mundo.</li> <li>• El crecimiento de la economía regional y mundial.</li> <li>• La mayor integración económica</li> <li>• La diversificación de los destinos.</li> <li>• Los nuevos modelos de viaje: el viaje individual.</li> <li>• El crecimiento de la demanda de productos como cruceros, turismo rural y ecoturismo.</li> <li>• El aumento de alianzas de cooperación entre los sectores público y privado</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las diferentes reservas ecológicas existentes, parques nacionales y áreas protegidas</li> <li>• País multiétnico y pluricultural</li> <li>• Variedad de recursos naturales y biodiversidad</li> <li>• Tendencias a articular políticas y esfuerzos en turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El aumento de la competencia internacional de destinos muy activos en el ámbito del desarrollo turístico (inversión, legislación y promoción).</li> <li>• Las amenazas sanitarias, de seguridad y los desastres naturales.</li> <li>• Escasez de mecanismos de alerta y cooperación en el ámbito de la gestión</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vías de intercomunicación regional</li> <li>• Oferta de bienes y servicios para el desarrollo turístico</li> <li>• Buenos anfitriones</li> <li>• Competitividad en costos frente a otros destinos más lejanos</li> <li>• Existencia de diferentes climas y ambientes</li> <li>• Posibilidad de complementar las ofertas de acuerdo a la temporada. Ej. Vista de ballenas</li> <li>• Posibilidad de realizar diferentes actividades</li> <li>• Diversidad gastronómica y cultural</li> <li>• Compromiso de los actores del sector turismo</li> <li>• La mejora global de la imagen y la consolidación de algunos productos y destinos, por ejemplo el turismo de sol y playa, turismo de aventura, ecoturismo y turismo cultural.</li> <li>• Localización geográfica estratégica con frentes hacia Estados Unidos, Asia y Europa.</li> </ul>	<p>de riesgos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saturación de los sitios considerados patrimonio natural y cultural</li> <li>• La persistente debilidad de los mercados emisores de la región y el escaso desarrollo del mercado interregional, debido en muchos casos a las dificultades de acceso.</li> <li>• Deterioro del orden público</li> <li>• Deficiencia del servicio de transporte</li> <li>• Falta mejoramiento en vías alternas</li> <li>• Corrupción aún existente</li> <li>• Deficiente prestación de servicios de salud para los turistas</li> <li>• Sobrecarga de los atractivos</li> <li>• Falta de capacitación turística de la policía</li> <li>• Deficientes servicios</li> <li>• Publicidad engañosa</li> <li>• Cambio climático (puede acabar con el páramo)</li> <li>• Falta de puentes y corredores peatonales</li> <li>• Destinos competidores más fuertes</li> <li>• Falta de cobertura de Internet</li> <li>• Delincuencia común</li> </ul>
--	---

(Moreno Zapata, 2007), (Bacci & Mujica, 2001)

No podemos escapar a la realidad de las situaciones que afectan al desempeño y prosperidad del turismo en nuestro país, pero si cabe alentar al fomento de acciones encaminadas a revertir esta tendencia, el trabajo conjunto entre Gobierno, Sector Privado y Comunidad, sin duda es la alternativa más viable para el desarrollo del sector. La férrea voluntad de cambio es sin duda el principal motivador para dejar de lado un tipo de economía enfocada la destrucción de los recursos naturales, a pretexto del bienestar de la población. El turismo se convierte, entonces, en una alternativa para desarrollar la economía contribuyendo con el cuidado al medio ambiente.

## **6. Alternativas para mejorar la competitividad de las PYMES del sector Turismo**

### **6.1 La tecnología en la PYME**

Según Pérez M. y Otros “En comparación con las grandes empresas, la gestión de las tecnologías de información y comunicación en las pymes es una cuestión que tiene una menor importancia estratégica” (Pérez, Martínez, Carnicer, & Vela, 2004). Pero esto no debe ser así ya que en el actual contexto de información, en el cual se desempeñan cada una de las pequeñas y medianas empresas, quien “domina la información tiene el poder”, la globalización de la comunicación obliga a que las empresas tengan herramientas informáticas adecuadas para la gestión de clientes, procesos internos, etc.,

a estas se les conoce como Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Este concepto ha ganado terreno dentro del mundo empresarial, ya que “el uso de las telecomunicaciones permite generar nuevas oportunidades y acercar a los negocios a los lugares menos accesibles.” (CEDETEL, 2004). De esta manera se vuelve una ventaja competitiva el uso adecuado de la tecnología, enfocándose en la captación de nuevos clientes en todo el mundo. Para los empresarios del turismo es fundamental dar a conocer los beneficios tanto del país como de la empresa, por tanto lo mínimo que debemos tener en la empresa para este fin es una página web, donde se concentre la mayor cantidad de información, de manera ágil y concreta. Este es el primer contacto que tiene el viajero con la empresa, por tanto no habrá de escatimar esfuerzos en su diseño, otro aspecto que es importante mencionar es la agilidad en el manejo de la información requerida, no se puede hacer esperar al cliente demasiado al responder sus inquietudes; en el caso del tiempo de respuesta de un mail enviado por un cliente, será máximo de 24 horas, caso contrario se puede perder la oportunidad de negocio y esta situación en una PYME que recién está iniciando puede ser un grave problema, tanto financiero como de imagen. La generación de negocios por medio de internet es la tónica actual del mercado, la mayor parte de las empresas utilizan las TIC para reservaciones, transferencias, ventas, promoción, publicidad, etc., no solo a nivel nacional sino internacional. Las Tecnologías de Información y Comunicación se usa también para reducir la carga administrativa, mediante el uso del correo electrónico interno, así como también las redes internas que permiten la solución de inquietudes que se puedan presentar por parte del cliente.

Como conclusión cabe mencionar que es importante el uso, manejo y dominio de la tecnología en el Turismo, ya que nuestros clientes se encuentran en todos los lugares del mundo, y si deseamos convertirnos en empresas competitivas es importante utilizar la tecnología para ampliar nuestro mercado, brindar un servicio de calidad y provocar la mayor cantidad de negocios.

## **6.2 Asociatividad entre PYMEs**

Aquellos micro empresarios del sector turismo, deberían considerar la asociatividad como una estrategia para alcanzar mayores niveles de competitividad. En el Ecuador, se podría citar el caso de Baños, en la provincia de Tungurahua. Este cantón se caracteriza por ser un destino turístico en donde se puede apreciar una concentración de micro empresas dedicadas a dicha actividad. El establecimiento de una asociación de empresas turísticas en Baños, orientada a fomentar la conformación de cooperativas y sociedades de empresas comunitarias, lograría generar mayores niveles de competitividad, debido a que se reducirían los costos de transacción y de transporte; y a que una asociación de empresas tiene mayor acceso a crédito y a tecnología que permitiría la innovación de sus servicios. (Warner, 2003)

De esta manera, la asociatividad empresarial tiene el potencial de convertirse en una herramienta eficaz en términos competitivos para la industria turística. Entre otras bondades de la cooperación entre micro empresas tenemos: reducción del número de trámites, acceso a información, mayor acceso a insumos necesarios para los servicios, proximidad a industrias complementarias, campañas de marketing extensas, acceso a recurso humano necesario, mayores facilidades de crédito, mayor presión para obtener ayuda gubernamental, spillovers tecnológicos y reducción de costos en general. (Warner, 2003)

### 6.3 Artesanía Identidad y Turismo

Entre el tiempo sin tiempo del museo y el tiempo acelerado de la técnica, la artesanía es el latido del tiempo humano ". Octavio Paz

Las artesanías son sin duda alguna un medio que han encontrado los pueblos para darse a conocer al mundo, contar su historia, cultura y creatividad. Son una manifestación de la identidad propia de cada pueblo y comunidad.

En nuestro Ecuador diverso cuando realizamos una visita turística nos encontramos con algo más que paisajes encantadores, hallamos gran cantidad de objetos representativos del lugar en el cual nos encontramos, así por ejemplo si viajamos a:

- Otavalo: encontraremos textiles, y arte en madera.
- Zuleta: las camisas bordadas a mano, las cuales se ha hecho famosas a nivel mundial al ser la vestimenta preferida del Sr. Presidente Rafael Corra.
- San Antonio de Ibarra: trabajos en madera y artes plásticas
- Cotacachi: arte en cuero
- La Amazonía: trabajos con plumas de aves, madera y tagua
- La Costa: podemos apreciar una gama de productos a base de spondyllus, bambú, tagua, coco.

Y así cada lugar presentará sus propias manifestaciones artesanales.

Se calcula que las microempresas dedicadas a la artesanía representan una cuarta parte de las microempresas del mundo en desarrollo (Puig, 2005). Ya que genera una cadena de beneficio bastante interesante, por una parte hace que los productores reciban los beneficios directamente, fomenta la participación de gran cantidad de personas de una misma comunidad principalmente mujeres de áreas rurales.

La inversión no es demasiado elevada ya que generalmente se trabaja en talleres pequeños y con tecnologías muy simples.

Las artesanías son una fuente multiplicadora de ingresos, ya que no solo contribuye a la generación de empleos en el corto plazo, debido a la necesidad de suplir la demanda, sino que permite una mejor distribución de los beneficios del turismo para el resto de la comunidad, al mismo que afianza la identidad de cada comunidad.

“Las artesanías no son sólo un testimonio cultural, sino un medio de subsistencia para miles de personas en nuestro país, y en América Latina” (Puig, 2005)

### 6.4 Un ejemplo de oportunidad de inserción exitosa de PYMEs en el Sector Turismo.

La Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNORCA) en la provincia de Imbabura ha creado una iniciativa de turismo alternativo, la cual se encuentra organizándose desde el año 2001. Esta Institución junto con las Comunidades indígenas formaron la agencia comunitaria “**Runa Tupari Native Travel**” que significa “**Encuentro con los Indígenas**” (González, 2008)

El objetivo fundamental de esta iniciativa es evidenciar a los viajeros la forma de vida de la comunidad, enfocándose en brindar una cosmovisión completamente diferente, amparada en el contacto con la naturaleza y desarrollando las actividades tanto artesanales como laborales de los anfitriones.

Esta iniciativa de pyme turística se dedica al alojamiento, actividad que se la desarrolla con 12 hospedajes los cuales están distribuidos en las comunidades de la Organización mencionada. Los lugares destinados a los turistas son iguales a los de las familias campesinas, tanto en arquitectura como en enceres, es decir, sencillos pero

cómodos, se cuenta con un huerto, con énfasis en la recuperación de los cultivos andinos.

Aparte de la tranquilidad y disfrute de la naturaleza que ofrece esta iniciativa comunitaria, se puede ocupar el día en diferentes actividades que van desde la caminata, el paseo a caballo, en bicicleta de montaña, la producción agrícola, la artesanía, la elaboración y degustación de platos típicos.

Un valor agregado adicional que tiene esta iniciativa es que involucra a los miembros de la asociación, debido a que incluso los guías para las diferentes actividades son profesionales de la misma comunidad.

Un factor de éxito que ha encontrado en “Runa Tupari” es la flexibilidad, (elemento muy propio de las pymes) para adaptar paquetes turísticos, horarios y demás, de acuerdo a las necesidades de los visitantes, que en este caso son en su mayoría extranjeros.

Como podemos percatarnos rápidamente, no se trata de una inversión cuantiosa en capital, sino más bien de una iniciativa vinculante entre los miembros de diferentes comunidades, los cuales están vendiendo lo que saben hacer.

El reto más grande que enfrenta esta iniciativa es, sin duda, el hecho de abrirse a personas de otros lados para que aprendan y convivan bajo preceptos ancestrales propios de la Cosmovisión Indígena.

Solo depende, entonces, que los empresarios PYMES ingresen al mercado del turismo, el cual como hemos visto a lo largo de este artículo presenta diferentes oportunidades, en las cuales se puede obtener éxito.

Ahora bien, entre las actividades que pueden ser aprovechadas por micro empresarios dentro de este sector tenemos:

1. *Alojamiento Hotelero*: hoteles, hostales, pensiones, albergues, refugios, hosterías y haciendas turísticas.
2. *Alojamientos extra hoteleros*: complejos vacacionales, campamentos turísticos y centros turísticos comunitarios.
3. *Servicios de alimentos y bebidas*: restaurantes, cafeterías y bares.
4. *Servicios de entretenimiento*: termas, balnearios y centros de recreación turística.
5. *Servicios de transportación*: terrestre con buses, busetas, minivans, vehículos, cuadrones, motos, tricimotos; marítimo con lanchas y canoas.
6. *Agencias de viajes y turismo*: mayoristas, internacionales y operadoras.
7. *Hipódromos y parques*.
8. *Servicios de intermediación*: organización de eventos, congresos, centros de convenciones, salas de recepciones y banquetes.
9. *Servicios que complementen a la cadena de valor del sector turismo*: venta de accesorios para servicios turísticos, cabinas telefónicas, servicio de internet, venta de equipos hoteleros.

## 6.5 Incentivos para Ingresar al Sector

En el Ecuador se ha desarrollado la “Ley de Turismo”<sup>4</sup> como un mecanismo para que el sector reciba incentivos como: la exoneración de impuestos por concepto de actos societarios, la exoneración de tributos a la transferencia de bienes inmuebles necesarios para los proyectos y la devolución de los derechos arancelarios por concepto de importación de bienes que no forman parte de la producción nacional. De igual manera, aquellas empresas turísticas que incurran en gastos de marketing en el mercado internacional, pueden deducir tales gastos de la base imponible del impuesto a la renta, que correspondería hasta el 5% del total de ingresos. Hay que considerar que este tipo de beneficios los reciben aquellos proyectos turísticos que cumplan con ciertas obligaciones como: monto mínimo de inversión (US\$ 15.000), ubicación, impacto socio económico e impacto ambiental. (Valencia, A. 2007) (Ministerio de Turismo, “Ley de Turismo”).

Dejando de lado los incentivos económicos, tenemos otros incentivos que conllevan motivos de trascendencia social y cultural. Por lo tanto, los emprendedores del sector turístico tienen beneficio de contribuir socialmente a través de la propagación de la cultura ecuatoriana, estableciendo una mayor integración humana, propiciando la integración de los pueblos, afianzando la importancia de las culturas autóctonas, contribuyendo a la educación, fomentando la importancia de la sostenibilidad ambiental, creando una estructura socioeconómica sólida y, en general, generando enriquecimiento cultural.

## 7. Bibliografía

Acosta, A. (2009). *La Maldición de la Abundancia*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.

Bacci, M. E., & Mujica, E. (Octubre de 2001). Turismo Rural en el Angel, Carchi, Ecuador: Perspectivas y Posibilidades. (CONDESAN, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador.

González, M. E. (Septiembre de 2008). Turismo Rural Ecuador. (I. I. Agricultura, Ed.) Quito, Ecuador.

González, P., & Toller, N. (2006). Clasificación del Turismo Segun el Motivo. Entre Rios, Argentina.

Ministerio de Turismo del Ecuador. Ley No. 97. RO/ Sup. 733 de 27 de Diciembre del 2002. “*Ley de Turismo*”. Quito, Ecuador.

Ministerio de Turismo. (2010). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2010, de Ministerio de Turismo: [http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=28&Itemid=34](http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=34)

Moreno Zapata, Elisabet. (2007). “*El turismo en Ecuador*”. Documento Sectorial, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito. Quito, Ecuador.

Ordonez, M. (2001). *El Turismo en la Economía Ecuatoriana: la situación laboral desde una perspectiva de género*. Santiago de Chile, Chile: CEPAL-Naciones Unidas.

---

<sup>4</sup> Publicada en el registro oficial 733 el 27 de diciembre de 2002.

Puig, S. (2005). *Cultura Turismo y Artesanía*. Santo Domingo, República Dominicana.

Segura, Gustavo. “*Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020)*”. Plan de acciones transversales propuesto por PNUD-STEP-OMT.

Valencia, Alexis. (2007). “*Revisión y propuesta sobre la política de incentivos para la inversión en Ecuador*”. Programa de Apoyo al Comercio Exterior PACE. Quito, Ecuador.

Velazco Gamboa, E., & Aguirre Tanús, J. (2005). *tuobra.unam.mx*. (Universidad Autónoma de México) Recuperado el 24 de Agosto de 2010, de Aproximación a la Tipología y Modalidades del Turismo Contemporáneo: <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/041111111057.html>

Viajando el Mundo. (2008). *Viajando el Mundo*. Recuperado el 24 de Agosto de 2010, de Tipos de Turismo: <http://viajandoelmundo.com/Tipos-de-Turismo.php>

Warner, A. (2003): “Definición y evaluación de la competitividad: Consenso sobre su definición y medición de su impacto”. Nota informativa elaborada para el BID por el National Bureau of Economic Research en Cambridge, Massachusetts y por el Center for Global Development en Washington D.C.



## 8. Estadísticas

	jul-09	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10	feb-10	mar-10	abr-10	may-10	jun-10	jul-10
<b>A. Crédito (1)</b>													
<b>1.- Tasas de Interés (porcentajes)</b>													
<b>1.1 Tasas efectivas vigentes</b>													
<b>1.1.1 PYMES</b>													
<i>Referencial</i>	11.1	11.1	11.4	11.3	11.3	11.3	11.2	11.4	11,4	11,39	11,35	11,35	11,35
<i>Máxima</i>	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8	11,8	11,83	11,83	11,83	11,83
<b>1.1.2 Acumulación Ampliada</b>													
<i>Referencial</i>	23.0	24.3	23.9	23.7	23.7	23.3	23.1	22.9	23,1	23,01	22,78	22,67	22,67
<i>Máxima</i>	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25.5	25,5	25,5	25,5	25,5	25,5
<b>1.1.2 Acumulación Simple</b>													
<i>Referencial</i>	29.5	27.9	28.2	25.6	28.6	27.8	28.3	27.9	28,1	27,85	27,79	26,36	26,36
<i>Máxima</i>	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33,3	33,3	27,5	27,5	27,5
<b>1.1.2 Minorista</b>													
<i>Referencial</i>	30.8	30.8	30.8	30.8	30.8	30.5	30.5	29.7	30,2	30,54	30,76	29,14	29,14
<i>Máxima</i>	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33.9	33,9	33,9	30,5	30,5	30,5
<b>2.- Montos entregados (US\$ millones)</b>													
<b>2.1 Bancos Privados</b>	108.2	85.9	94.0	89.0	88.1	88.8	69.4	73.3	100,4	90,3	96,8	111,4	111,4
<b>2.2 Cooperativas de Ahorro y Crédito</b>	38.6	36.3	40.7	42.5	40.4	44.6	38.6	45.1	57,1	53,9	64	67,5	67,5
<b>2.3 Instituciones Financieras Públicas</b>	4.9	4.6	5.9	7.6	8.8	19.1	20.9	0.7	29,8	29,6	28,4	1,78	1,78
<b>2.4 Mutualistas</b>	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0,1	0,02	0,03	0,05	0,05
<b>2.5 Sociedades Financieras</b>	4.4	4.3	5.2	5.6	3.9	3.7	3.1	3.4	4,0	4,2	3,5	4,2	4,2
<b>B. Inflación (2)</b>													
<b>1.- Índice de Precios al Consumidor (tasa de variación porcentual)</b>	-0,4	0,8	0,3	0,4	0,7	1,0	0,4	0,2	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0

del índice)

<b>2.- Índice de Precios al Productor (tasa de variación porcentual del índice)</b>	-7,2	-7,5	-8,6	-7,1	-0,4	0,7	2,5	7,2	7,8	9,0	6,8	7,2
<b>2.1 IPP Productos de la agricultura. silvicultura y pesca</b>	6,8	-7,2	-13,0	-8,6	7,7	7,5	6,4	19,9	16,9	20,6	14,8	14,5
<b>2.2 IPP Productos minerales. electricidad. gas y agua</b>	-5,1	-9,0	15,5	5,6	39,2	47,1	32,0	31,1	20,4	24,1	31,3	38,9
<b>2.3 IPP Productos alimenticios. bebidas. tabaco. textiles. prendas de vestir y cuero</b>	-10,2	-7,2	-5,8	-5,3	-3,0	-1,1	0,2	1,0	4,3	4,6	3,9	4,1
<b>2.4 IPP Otros bienes transportables excepto productos metálicos. maquinaria y equipo</b>	0,7	-0,1	-0,7	-0,8	-1,1	-0,7	0,0	0,4	0,2	0,4	0,7	0,8
<b>2.5 IPP Productos metálicos. maquinaria y equipo</b>	-22,8	-24,2	-22,6	-21,2	-16,4	-11,9	-5,2	-0,8	3,7	6,7	8,4	8,9

### C. Empleo y Salarios (3)

#### 1.- Total ocupados plenos urbanos por tamaño de empresa (porcentaje del total de ocupados)

<b>1.1 Microempresas</b>	-	-	43.0	-	-	46.7	-	-	46.0	-	-	45.2
<b>1.2 Pequeñas</b>	-	-	14.5	-	-	17.1	-	-	15.6	-	-	17.3
<b>1.3 Medianas</b>	-	-	4.2	-	-	3.7	-	-	3.9	-	-	3.9
<b>1.4 Grandes</b>	-	-	38.4	-	-	32.4	-	-	34.3	-	-	33.6

#### 2.- Salarios promedio primera actividad por tamaño de empresa (US\$)

<b>2.1 Microempresas</b>	-	-	194.7	-	-	188.0	-	-	204.8	-	-	201.2
<b>2.2 Pequeñas</b>	-	-	298.4	-	-	271.1	-	-	309.7	-	-	311.9
<b>2.3 Medianas</b>	-	-	399.2	-	-	328.7	-	-	410.6	-	-	407.3
<b>2.4 Grandes</b>	-	-	489.4	-	-	472.6	-	-	509.7	-	-	529.9

### D. Impuestos (4) (US\$ millones)

<b>1.- Impuesto al valor agregado recaudado</b>	287.7	268.4	284.3	285.1	289.6	320.5	399.0	264.2	307.9	307,96	331,52	348,41	3
<b>1.1 IVA Productos de la agricultura. silvicultura y pesca</b>	4.2	3.9	4.1	4.6	4.2	4.8	4.9	4.5	4.1	4,12	4,09	4,14	
<b>1.2 IVA Productos minerales. electricidad. gas y agua</b>	1.0	0.8	0.8	1.3	1.0	1.1	1.3	0.8	1.2	1,23	1,05	1,52	

<b>1.3 IVA Productos alimenticios. bebidas. tabaco. textiles. prendas de vestir y cuero</b>	23.9	21.9	21.7	23.9	23.2	23.2	28.3	22.7	24.8	24,72	24,99	27,89	2
<b>1.4 IVA Otros bienes transportables excepto productos metálicos. maquinaria y equipo</b>	26.7	24.5	25.3	26.7	27.4	27.7	26.2	25.7	30.3	30,37	26,90	29,71	3
<b>1.5 IVA Productos metálicos. maquinaria y equipo</b>	18.1	15.6	19.3	18.7	24.2	18.4	20.5	20.2	21.3	21,30	20,85	23,92	2
<b>1.6 IVA Servicios</b>	213.7	201.6	213.1	209.9	209.7	245.4	317.8	190.3	226.0	226,22	253,64	261,23	2
<b>2.- RISE recaudado</b>	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.7	0.5	0,4	0,43	0,44	0,45	

**Fuentes:**

**(1) Superintendencia de Bancos y Seguros**

**(2) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos**

**(3) INEC - Encuesta Trimestral Nacional Urbana de Empleo**

**(4) Servicio de Rentas**