



Reflexiones Críticas sobre el Turismo en Ecuador

Autor: Juan José La Calle Domínguez

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Otros autores: Víctor Hugo Abril Porras (Universidad Técnica de Ambato - UTA)

Resumen

La consideración del turismo como el sector económico que puede en el futuro sustituir a la extracción de recursos naturales no renovables como el petróleo, es un discurso que de manera sistemática aparece en la mayoría de medios de comunicación ecuatorianos. La existencia de múltiples documentos de todo tipo, en donde se realiza una verdadera glorificación del sector turístico, ha conducido a los autores del presente artículo a intentar clarificar algunos aspectos que consideran importantes y que no suelen tenerse en cuenta, en la mayoría de los análisis que se realizan sobre el turismo en Ecuador. Para que los lectores tengan una mayor facilidad en comprender el trabajo de los autores, estos, han decidido emplear el método denominado FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) a nivel ecuatoriano, que simplifica y clarifica el análisis planteado. Obviamente, se trata de un análisis de carácter general y sin pretensiones de exhaustividad, dadas las características del artículo. Es en realidad una llamada de atención a algo que preocupa a los autores del artículo, y que consiste en un cierto nivel de optimismo generalizado frente a los importantes problemas, que conlleva el desarrollo de un verdadero sector turístico moderno, en el Ecuador.

Palabras claves: FODA, producto turístico, sistema turístico, turismo.

1. INTRODUCCIÓN

El gobierno de la República del Ecuador, una gran parte de sus Instituciones públicas, así como el sector privado del país, parecen haber tomado una decisión de carácter estratégico, de fundamentar parte del desarrollo del mismo entorno al sector turístico.

Para iniciar, se parte de una posición, en el mercado turístico mundial, positiva, debido a la existencia de un destino turístico, las Islas Galápagos, que está considerado uno de los más importantes a nivel mundial. Pero, realmente aparte de estas islas ¿existe un destino turístico en Ecuador? ¿Es tan evidente la posibilidad de convertir al país, en un destino turístico mundial?

Este artículo pretende abordar algunos de los aspectos que se generan por las preguntas anteriores, siempre en la perspectiva de alimentar una discusión constructiva y para ello se utiliza la herramienta del análisis FODA.

2. METODOLOGÍA

El análisis FODA constituye una herramienta de planificación estratégica utilizada a nivel mundial [1], pero en este caso se trata simplemente de hacer aparecer algunos de los principales elementos, que constituyen las características del sector turístico.

Recordar que las Fortalezas (F) son elementos que ayudan a impulsar y a conseguir alcanzar el desarrollo de un proceso, en este caso conseguir un sector turístico fuerte y bien posicionado a nivel mundial, para el Ecuador. Las fortalezas son siempre internas al propio sistema que se analiza.

Las Oportunidades (O) son elementos externos al sistema que se analiza, y una oportunidad es aquello que puede influenciar positivamente el proceso que se pretende.

Las Debilidades (D) son elementos internos del propio sistema y una debilidad es un posible freno para llegar al objetivo del proceso.

Finalmente las Amenazas (A) son elementos externos al sistema y una amenaza es un posible obstáculo para la realización del proceso.

3. ANÁLISIS FODA

3.1. FORTALEZAS

La primera fortaleza, es seguramente, la causante del inveterado optimismo que rezuman los planes y análisis, sobre el presente y el futuro del turismo, en la República del Ecuador.

Esta primera fortaleza es que Ecuador es un país dotado de una importantísima variedad de recursos turísticos sean estos naturales, como país mega-biodiverso, o sociales, como las ciudades patrimonio de la humanidad.

El único problema es la confusión existente entre recurso turístico, la materia prima del turismo, y producto turístico, lo que se puede vender al turista. Aunque se tengan todos los recursos turísticos del universo, estos por si solos, no sirven para crear un potente sector turístico. En otras palabras, la posesión de mineral de hierro en minas, no significa que un país sea una potencia siderometalúrgica. Se necesita realizar el proceso de la creación de un sector económico entero, con su correspondiente tecnología [2]. De hecho, para poder clarificar estos conceptos en el presente artículo se dedica un epígrafe, el número cuatro, de discusión sobre dichos conceptos.

La segunda fortaleza es sin duda el claro posicionamiento positivo de todas las instancias institucionales del país, desde su gobierno, pasando por las diferentes administraciones y llegando a los sectores empresariales, ante lo que consideran el sector económico con más futuro.

Este posicionamiento se ve recogido en todos los documentos oficiales, en todos los medios de comunicación, en los cuales de manera clara y evidente, se está generando una fuerte apuesta por el turismo como sector-vector, de futuro desarrollo económico. Hay por lo tanto un magnífico caldo de cultivo, una verdadera apuesta de la sociedad en su conjunto, por desarrollar un potente sector turístico. La buena imagen del turismo en el Ecuador a veces resulta para observadores extranjeros una verdadera sorpresa, ya que no aparecen prácticamente nunca los aspectos negativos de dicho sector económico.

Un ejemplo de esta apuesta es el esfuerzo importante realizado por el gobierno ecuatoriano, en lo que parece considerar un producto estrella futuro, el denominado "Turismo Consciente", y que es una propuesta liderada por el Ministerio de Turismo, que se consolidó en el Seminario Internacional realizado en Quito, con la participación de autoridades, empresarios, académicos, medios de comunicación y de organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo, cuyos aportes permitieron plasmar en papel el primer concepto que a continuación se transcribe:

"Turismo Consciente". Es amar la vida.

El Turismo Consciente es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética, promueve los valores de paz, amistad y el respeto por el amor a la vida como esencia de la práctica turística.

Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo y comunión entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras; el turista y el patrimonio natural y cultural.

El "Turismo Consciente" es un concepto vivo dinámico y en constante construcción, es una experiencia de dar y recibir. [3]

Este producto turístico que pretende desarrollar el Ministerio de Turismo ecuatoriano, puede ser un intento interesante para diferenciarse a nivel regional de las ofertas de los demás países latinoamericanos.

La tercera fortaleza, es posiblemente, la mejor arma que tiene Ecuador ahora mismo y en un futuro inmediato, para crear un potente sector turístico a nivel mundial. La

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) declaró a las Islas Galápagos como Patrimonio Natural de la Humanidad en 1979 y, seis años más tarde, como Reserva de la Biosfera en 1985, lo cual ha resultado en un creciente interés a nivel internacional por este archipiélago.

En el año 2007 la UNESCO declaró a las Islas Galápagos como Patrimonio de la Humanidad en riesgo medioambiental y estuvo incluida en la Lista del Patrimonio de la Humanidad en peligro hasta el 2010. Este santuario de especies es irreplicable, único y es un típico caso de recurso, producto y destino turístico al mismo tiempo. Por citar otros ejemplos comparativos, es como París en Francia o el Gran Cañón del Colorado en los Estados Unidos de Norteamérica, que ya no necesitan posicionarse a nivel turístico-mundial, puesto que ellos solos generan su propio mercado.

La ventaja de las Galápagos para el Ecuador, es que es un destino turístico de gama alta. No todo el mundo que quiere puede permitirse el lujo de ir hacia allá, y esto incluye a los propios ecuatorianos. Pero esto no solo es una ventaja sino también un reto, ya que hay que mantener y elevar el nivel de la relación calidad-precio. [4]

La cuarta fortaleza es, en opinión de los autores, el alto grado de profesionalización del sector turístico, sobre todo en el segmento de las agencias de viajes. Existe una gran cantidad de ellas bien insertadas a lo largo y ancho del país y su conocimiento de la realidad ecuatoriana les permite operar en las mejores condiciones posibles.

La quinta fortaleza es la inserción de los estudios turísticos a nivel universitario. Tanto centros de educación superior públicos como privados tienen entre sus estudios los de turismo, por ejemplo: Universidad Tecnológica Equinoccial, Universidad Técnica de Cotopaxi, entre otras. Esto permite y va a permitir en un futuro próximo la aparición de buenos profesionales en los diferentes sectores que forman parte del turismo. Además estos expertos muy probablemente serán los protagonistas de una futura explosión de emprendedores turísticos que generen nuevas empresas turísticas.

La sexta fortaleza, es la hospitalidad, simpatía, sencillez y buena educación de los ecuatorianos. En un mundo de desagradables relaciones sociales, entre turistas y poblaciones locales, que en algunos casos llegan a la hostilidad; la agradable acogida que se hace al turista en Ecuador es una verdadera fortaleza y la mayor para su turismo.

3.2. OPORTUNIDADES

La primera oportunidad es que la prioridad del sector turístico ecuatoriano está sobre todo dirigida hacia el ecoturismo, un producto turístico en franco crecimiento a nivel mundial. [5] Aunque son necesarias dos matizaciones que para los autores no queda claro que estén siendo analizadas de la siguiente manera:

- Parece existir confusión entre ecoturismo y turismo de naturaleza de alto nivel económico, y entre ecoturismo y turismo comunitario o social.
- Contradicciones al nivel de los recursos eco-turísticos, debido a la baja protección ambiental existente en el país y a fenómenos como la presencia masiva de

especies vegetales arbóreas introducidas como los eucaliptos (*Eucalyptus globulus*) y pinos (*Pinus radiata*), en todo el corredor interandino. Como caso concreto indicar que en la visita de campo realizada por los investigadores a la Fortaleza de Ingapirca, complejo arqueológico ubicado en la provincia del Cañar, el propio guía de las ruinas explica que el paisaje actual no tiene nada que ver con el de la época incaica, debido a la presencia de los eucaliptos; y un segundo caso a destacar, es el de la cascada de Peguche en Otavalo, provincia de Imbabura, en donde el denominado bosque protector está compuesto básicamente por eucaliptos.

La segunda oportunidad consiste en la existencia de un grupo de *status* en la sociedad ecuatoriana que considera el turismo como parte integral de su *modus vivendi*. Eso significa que existe un consumidor real para el desarrollo del turismo interno en el país. Hay que destacar que este grupo social va a ir potencialmente en aumento y va a demandar más y mejores servicios turísticos. De hecho los autores consideran que se trata del sector que merece la máxima atención por parte del Estado ecuatoriano.

3.3. DEBILIDADES

Los aspectos negativos del turismo también deben ser analizados, empezando por las debilidades intrínsecas al sector que caracterizan su desarrollo en el Ecuador.

Una primera debilidad es el escaso número de productos turísticos que pueden ser vendidos de forma inmediata a los turistas. Una visita a los lugares de información turística o incluso a las agencias de viajes, muestra que mientras el producto Galápagos es inmediatamente ofrecido, la existencia de otros productos es reducida o nula.

Es claro que Galápagos es el producto estrella ecuatoriano, pero es necesario crear un conjunto de productos turísticos complementarios, que vayan desarrollando el resto del sector turístico y creando las condiciones mínimas necesarias, para la aparición de otros destinos turísticos. Pero para crear productos turísticos se necesitan buenas infraestructuras, equipamientos turísticos, accesibilidad y comercialización. Estos elementos faltan o están poco desarrollados en muchos lugares, supuestamente turísticos del Ecuador.

La segunda debilidad está directamente relacionada con la primera. El destino turístico Ecuador no existe a nivel internacional. Solo existe el destino turístico Galápagos, y el Ecuador es el lugar físico continental por donde se transita feliz o infelizmente camino de las Islas Galápagos. Así, la estancia en su capital San Francisco de Quito, provincia de Pichincha, o en el puerto principal Santiago de Guayaquil, provincia del Guayas, es el interregno necesario para alcanzar el premio Galápagos.

La tercera debilidad es una consecuencia - causa de la segunda. Se trata de la fama, merecida o inmerecida, de Ecuador como destino turístico inseguro. América latina a nivel mundial, es considerada en general un destino turístico peligroso. Ecuador comparte ese lastre turístico, y en el caso específico, como ejemplo, la ciudad de Guayaquil tiene una fama de escasa seguridad.

Hay que precisar que no se trata de datos objetivos, sino de percepciones generales. Algunos turistas evitan en sus viajes por el país dicho puerto principal ecuatoriano, para no correr posibles riesgos. Como ejemplo de este contexto de inseguridad, se cita parte del texto que se presenta en la página web de la embajada española en Quito con respecto a las Condiciones de seguridad, Consideraciones generales:

“Durante los últimos años se ha producido un aumento de la inseguridad en todo el país y en especial en las grandes ciudades y núcleos urbanos, así como en las provincias fronterizas con Colombia.

Los delitos que más han aumentado han sido el secuestro de “corta duración” y el robo con violencia contra la propiedad privada y pertenencias. También ha habido un aumento preocupante de las agresiones sexuales contra mujeres extranjeras.

En general, es muy necesario tomar ciertas precauciones, en todo el país. No debe descuidarse nunca el equipaje, la documentación española (sobre todo el pasaporte español, que llega a venderse con fines delictivos), el dinero en efectivo o tarjetas de crédito, especialmente en los transportes públicos y en los aeropuertos internacionales de Guayaquil y Quito

No debe hacerse ostentación de cámaras fotográficas, aparatos de vídeo o joyas, especialmente en el centro histórico de las grandes ciudades. [6]

Por su importancia, dado que es la imagen que se proyecta del país, en anexo (punto siete de este documento) se completa la cita con el texto más amplio de la página web española.

Resulta obvio que cualquier turista español, con semejante panorama (marketing negativo), preferirá otro destino turístico en lugar del ecuatoriano.

Una cuarta debilidad es la difícil accesibilidad al Ecuador como destino turístico. Es evidente que para ciudadanos colombianos y peruanos, e incluso para el resto de sudamericanos, Ecuador puede ser relativamente accesible por tierra, agua o aire, pero debería recordarse que esos mercados emisores de turistas son poco competitivos y escasamente solventes desde el punto de vista económico. No se puede pensar ahora mismo en desarrollar el turismo internacional en Ecuador, solo con un turismo regional.

Pero ¿qué ocurre con los mercados emisores europeo, norteamericano y/o asiático? El problema es de cantidad de vuelos, de duración de los mismos y de precio. Sobre todo de este último elemento ¿Cómo competir con otros destinos? Es imposible, cuando los precios del simple vuelo de acceso al país, cuesta más que la estancia en otros destinos exóticos.

La quinta debilidad es el bajo nivel de normalización que tiene el sector turístico ecuatoriano. Se trata de la dificultad del turista de saber exactamente que se va a encontrar en los establecimientos del sector. Un turista puede descubrir que los niveles de calidad teóricamente ofrecidos son, efectivamente, teóricos o diferentes a los anunciados.

Hay una necesidad de clarificar que es exactamente lo que se ofrece y en qué condiciones concretas. Las sorpresas desagradables perjudican mucho el desarrollo

turístico y un cliente desengañado hace más mal que cien clientes contentos. Sería interesante conocer el grado de fidelización de los turistas que alguna vez han visitado Ecuador. Asimismo contar con mejores estadísticas oficiales o confiables a nivel turístico sería aún mejor.

La sexta debilidad está relacionada con la esencia de la actividad turística, un buen destino turístico es aquel que tiene una buena relación calidad-precio, y esto sobre todo significa no que lo barato sea lo más conveniente, sino que el precio refleje realmente el servicio que se realiza. En el caso ecuatoriano la mayoría de establecimientos no guardan una buena relación entre ambos elementos. Eso incide directamente en el factor de fidelización del que se ha hablado en el punto precedente, así como en la necesaria normalización de la oferta turística. [7]

La séptima debilidad es la indiferenciación del destino turístico Ecuador respecto a los destinos turísticos regionales. Salvo las Galápagos hay que preguntarse: ¿Qué tiene Ecuador diferente a sus vecinos? ¿Qué puede potenciarse?

La verdad es que no parece fácil a primera vista, los recursos tanto naturales como sociales existentes en el Ecuador son muy semejantes a los de los países vecinos, la diferencia estriba más en su variedad y cantidad que en su esencia. La no existencia de una imagen clara de destino turístico puede ser percibida como debilidad pero también puede ser percibida como oportunidad, si se decide afrontar el problema con criterios correctos.

Finalmente la última debilidad aquí considerada, es la aparente falta de coordinación y cooperación entre los intervinientes en materia de turismo. La imagen que se obtiene al analizar los documentos oficiales y los informes del sector, así como las informaciones de los medios de comunicación, muestran una cierta descoordinación entre instituciones, empresas y otros agentes activos del sector. Puede ser cierta o no, pero debería cuidarse dicha imagen.

3.4. AMENAZAS

La verdadera amenaza es una amenaza global, el turismo crece a nivel mundial y los destinos turísticos cada vez necesitan ser más competitivos para poder mantenerse. La aparición de nuevos destinos turísticos con fuertes inversiones económicas transnacionales y la creencia por parte de otros que simplemente con recursos turísticos se desarrolla la industria turística, son elementos que están cambiando el mapa turístico mundial. [8]

Lo único real es que el recurso monetario del turismo mayoritariamente transcurre entre los países desarrollados, y los países menos desarrollados deben tener estrategias claras y perfectamente definidas, para poder posicionarse en un sector económico muy competitivo y que posee los rasgos más terribles del mercado capitalista mundial.

En la actualidad creer que casi sin inversiones y solo con recursos turísticos, uno puede entrar y alcanzar una posición privilegiada, en el mercado turístico mundial, es un error conducente al fracaso.

La segunda amenaza es también sumamente peligrosa y consiste en la pavorosa crisis económica en la que están sumidos algunos países desarrollados y/o del primer mundo, sobre todo los europeos. Una consecuencia inmediata es, no la desaparición de las vacaciones sino, la adecuación de las vacaciones a los nuevos presupuestos familiares. Esto implica que van a disminuir los viajes a destinos exóticos y a cambiarse por otros viajes de características más domésticas o internas.

4. DISCUSIÓN METODOLÓGICA

4.1. REINTERPRETACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO

Los autores consideran que hay que diseccionar el sistema turístico hasta sus mínimas expresiones. Por lo tanto, es necesario considerar los recursos, productos y destinos, como objetos iniciales del análisis, y no intentar abarcar el conjunto del turismo como un todo indivisible, aproximación muy generalizada en toda la documentación universitaria.

Siguiendo esta orientación metodológica se puede definir recurso como el “Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad turística o llevar a cabo una empresa turística” [9]. Los recursos turísticos son, por lo tanto, la materia prima que permite que se desarrolle el turismo.

Por otra parte el producto turístico es un concepto polimórfico, y es una amalgama de elementos que al final forman un todo indivisible. Una forma simple de definirlo, no muy completa, pero si útil sería “El producto turístico es el producto en venta por la industria turística, aquello por lo que paga el turista”. *Ibidem*.

Finalmente, el destino turístico es el lugar concreto donde se lleva a cabo el turismo, por ejemplo: Cancún en México, Madrid en España... Es decir es “el lugar físico donde se encuentra el recurso turístico a partir del cual se desarrolla el producto turístico (Ver Figura 1, elaborada por los autores en base a La Calle, J. J. - 2010). Por eso se puede definir destino turístico como – el lugar o espacio geográfico donde se concentra o desarrolla la industria turística (recursos y productos turísticos)”. *Ibidem*.

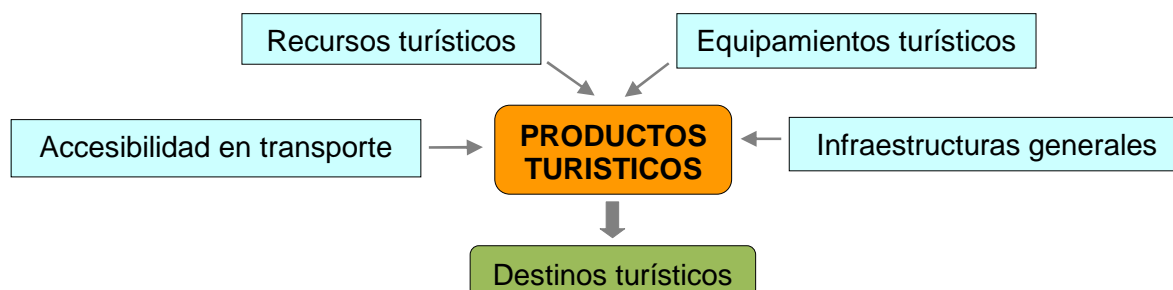


Figura 1. Flujos en la reinterpretación del sistema turístico

4.2. PRODUCTO TURÍSTICO

Concretando el esquema precedente (Figura 1), hay que precisar que para este planteamiento metodológico hay dos tipos de productos turísticos:

- Un primer producto turístico global que se inicia con la entrada de un cliente en una agencia de viajes, que le suministra la accesibilidad al destino turístico, en donde se realizan las actividades características del turismo y que finaliza con la vuelta mediante transporte al lugar de origen.
- Y otro producto turístico en el destino, más localizado físicamente y asociado a un territorio concreto, en el que el turista “hace turismo”.

Es decir, como en una muñeca rusa (en su lengua original - *mampëuka*), dentro de un producto turístico global se incluiría un producto turístico de destino, siendo ambos analizables a nivel de sus componentes, como recursos, equipamientos, infraestructuras, accesibilidad y en algunos casos comercialización. *Ibidem.* (ver Figura 2, elaborada por los autores en base a La Calle, J. J. - 2010).

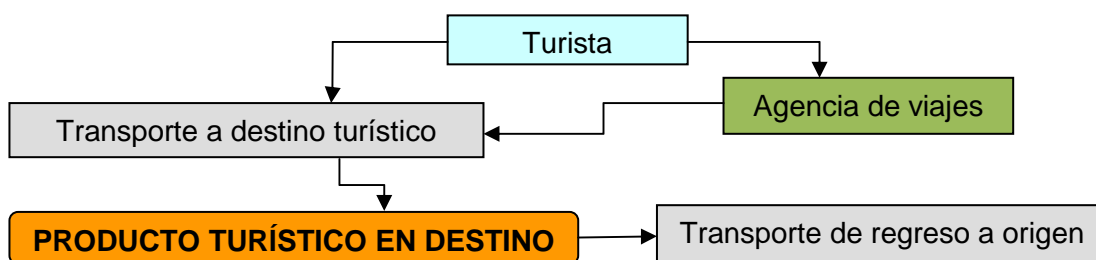


Figura 2. El Producto turístico global

5. CONCLUSIONES

- La primera es que el Ecuador está dotado de una verdadera pléyade de recursos turísticos, eso significa que a priori tiene claras ventajas posicionales para poder desarrollar el sector turístico. Pero se podría considerar al país como un ejemplo de inmensos recursos turísticos escasamente aprovechados.
- Una segunda implica el análisis de los equipamientos turísticos, básicamente los establecimientos hosteleros, sus principales problemas son su falta de calificación respecto a referentes internacionales y su problemática relación calidad-precio.
- Una tercera se refiere a las infraestructuras generales del país, servicios básicos como: sanidad, transportes, carreteras, ferrocarriles, telecomunicaciones, etc. Su existencia y buen funcionamiento es la razón por la que la mayoría del turismo se realiza entre países desarrollados, en este aspecto el Estado Ecuatoriano debe, y la empresa privada puede, hacer un esfuerzo importante.

- Una cuarta se refiere a la accesibilidad que es posiblemente el mayor cuello de botella que tiene el turismo ecuatoriano, es preciso conseguir una mejor y mayor penetrabilidad a los mercados emisores de turistas internacionales y para ello es preciso abaratar y mejorar las conexiones aéreas internacionales y nacionales. La próxima inauguración del nuevo aeropuerto internacional de Quito es una espléndida ocasión para negociar con más líneas aéreas el acceso al país.
- Y una última conclusión es la necesidad de mejorar sustancialmente la comercialización, sobre todo, internacional de los productos turísticos ecuatorianos.

6. RECOMENDACIONES

- Censar en los próximos dos años (2013 – 2014), los establecimientos turísticos existentes en la república del Ecuador y calificarlos según directrices y normas internacionales.
- Desarrollar en los próximos cinco años (2013 – 2017) esos establecimientos turísticos existentes, mejorando sus instalaciones, mediante créditos de bajo interés, para crear una red competitiva de establecimientos y que de entrada sirvan a los turistas nacionales.
- Promocionar el turismo nacional, en los próximos cinco años (2013 – 2017), a gran escala, creando programas de carácter interprovincial, financiando las visitas de una provincia a otra. Se podría iniciar con viajes organizados de jubilados, grupos de profesionales, asociaciones o clubes, en las correspondientes temporadas bajas, también las visitas de los centros educativos a diferentes lugares del país. Se trataría de ir practicando y mejorando las posibles rutas turísticas del país, para su posterior aprovechamiento internacional.
- Empezar a plantearse que se va a hacer a corto plazo, con el destino turístico por excelencia - las Islas Galápagos. Básicamente hay dos opciones, o convertirlas en un destino de naturaleza masificado, que parece ser la tendencia actual o bien convertirlo en un destino turístico de muy alto nivel económico, turismo contingentado, de tal manera que solo una elite extranjera pueda visitar las islas, a un coste muy elevado. Los turistas nacionales, también contingentados accederían a otro precio mucho más asequible, y de hecho los estudiantes y los jubilados deberían tener una prioridad absoluta para el viaje, nuevamente en época turística baja. En el caso de los alumnos se trata que conozcan y por lo tanto amen su naturaleza y las características de esas islas, para que en el futuro defiendan su conservación lo más natural posible.
- Intentar mejorar la imagen de la seguridad existente en el Ecuador, para así poder diferenciarse realmente de los países de la región. Esto si sería un verdadero diferencial respecto a los países vecinos Perú y Colombia. Se trata evidentemente de una responsabilidad gubernamental y no solo del sector turístico. Un plazo razonable para cambiar la imagen sería de tres años (2013 – 2015).

- Mantener las posiciones actuales del país a nivel internacional, con el producto estrella Galápagos, pero sin intentar dar un salto inmediato, con fuertes incrementos del turismo internacional. Darse el plazo de cinco años (2013 – 2017) para mejorar lo existente en la actualidad.
- La comercialización a nivel internacional de los productos turísticos ecuatorianos, es un tema que debe afrontarse desde un punto de vista institucional. Pero dando cabida a los empresarios turísticos ecuatorianos.
- El Estado Ecuatoriano debe reflexionar sobre que política desea realizar con los recursos turísticos y como protegerlos, y que pretende a nivel de equipamientos, infraestructuras, accesibilidad y finalmente comercialización internacional. Si lo que quiere es un mero intento de nivel marketing, sin unos claros planteamientos específicos. O crear realmente una política de Estado a nivel turístico.

7. ANEXO

Dada su importancia se refleja en su totalidad la cita de la página web de la Embajada de España en Quito:

No se recomienda la realización de acampada libre en ninguna zona aislada del país. Aunque los múltiples atractivos naturales del país suelen ser seguros, procure realizar las excursiones en grupo y evita las zonas aisladas.

No se recomienda conducir de noche por las carreteras del país por el riesgo que ello conlleva y la deficiente o inexistente señalización en algunas carreteras, sobre todo de la red viaria secundaria.

Hay riesgo de estafa en la compra de antigüedades, objetos arqueológicos, obras de arte y joyas.

La dolarización de la economía del país desde principios de 2000 ha favorecido la circulación de dólares falsos.

Aunque los taxis suelen llevar taxímetros, frecuentemente se producen abusos en el cobro de tarifas; en el caso de vehículos que no lleven taxímetro procure pactar previamente una tarifa razonable. En cualquier caso, se recomienda vivamente que en lugar de abordar un taxi por la calle se recurra a solicitarlo telefónicamente a algunas de las diversas compañías que prestan este servicio, dado que tanto en Quito como en Guayaquil, especialmente en esta última, se han denunciado atracos a personas que han cogido un taxi en la calle.

Zonas de riesgo (deben ser evitadas) en Ecuador existen varios volcanes activos. Se aconseja verificar el estado de los volcanes en la página web del Instituto Geofísico del Ecuador, que se actualiza semanalmente, y evitar las zonas cercanas a los volcanes durante los procesos eruptivos.

Actualmente el volcán Tungurahua está despidiendo cenizas y vapor. Se aconseja no viajar a la zona de Baños. Asimismo si se viaja a la zona del volcán Reventador hay que extremar las precauciones.

Infórmese siempre de las condiciones meteorológicas de las zonas que piensa visitar, pues puede haber inundaciones o fuertes lluvias durante determinadas épocas del año que desaconsejen su visita.

En las provincias fronterizas con Colombia hay que extremar al máximo las medidas de seguridad.

Zonas de riesgo medio (visitas con ciertas precauciones) en líneas generales, se deben evitar los barrios periféricos de las principales ciudades y redoblar la atención al transitar por áreas con gran presencia de turistas.

Aunque tanto para Quito como para Guayaquil valen las consideraciones generales realizadas al comienzo de este apartado podemos mencionar como zonas de especial actividad delictiva por la afluencia de turistas, el Centro histórico, zona de "La Mariscal", parques de la Carolina y el Ejido (especialmente de noche) y cerro del Panecillo. En los últimos meses se han denunciado agresiones violentas en los alrededores de la plataforma del teleférico, en el Pichincha. En caso de subir, se recomienda extremar las precauciones, no alejarse de la plataforma y no tomar los senderos que suben al Ruco Pichincha. En todo caso se observa un aumento generalizado en los últimos meses en la frecuencia y violencia de los robos en la ciudad.

En la ciudad de Guayaquil la percepción de inseguridad es mayor que en Quito y los secuestros "exprés" son más frecuentes. Las zonas con mayor presencia de turistas y que, por lo tanto, atraen mayor delincuencia en forma de robos son: Avenida 9 de Octubre, Malecón y Cerro de Santa Ana.

En Manta lo que respecta a la zona de playa.

Durante la época de lluvias (de octubre a mayo). Se desaconseja viajar por las carreteras que unen la sierra con la costa o con el Oriente, por derrumbes y posibles bloqueos de carreteras.

Zonas sin problemas: En todo el país resulta necesario observar las correspondientes cautelas". [6]

8. REFERENCIAS

1. GTZ (2008). *“Guide pratique pour l’elaboration d’un Plan Communal de Gestion des Déchets”*. Tunis.
2. Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998). *“Introducción al Turismo”*. Madrid – España.
3. Subsecretaria de Información y Comunicación Turística y Ediecuatorial (2012). *“Turismo Consciente”*. Revista del Ministerio de Turismo del Ecuador.
4. Alvear Sánchez, Leonardo (2008). *“Ecuador: Operación Turística ¿Ingenua o Inteligente?”*. Quito - Ecuador.
5. Rodríguez, A. et. al. (2007) *“Valoración económica del turismo en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas: un estudio de caso de siete sitios de visita en áreas protegidas del Ecuador continental”*. The Nature Conservancy, Conservación Internacional, Green Consulting, EcoCiencia, Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental. Ministerio del Ambiente del Ecuador. Quito - Ecuador.
6. Embajada de España en Quito (2012). *“Información sobre Ecuador, Recomendaciones de viaje”*. (En línea) Disponible en: <http://www.maec.es/es/MenuPpal/Paises/ArbolPaises/Ecuador/Recomendacionesdeviaje/Paginas/recoEcuador.aspx>
7. Acerenza, Miguel Ángel (2006). *“Efectos Económicos, Socioculturales y Ambientales del Turismo”*. Editorial Trillas. México.
8. Figuerola Palomo, Manuel (2000). *“Introducción al Estudio Económico del Turismo”*. Biblioteca CIVITAS. Civitas Ediciones. Madrid – España.
9. La Calle Domínguez, Juan José (2010). *“Turismo y Medio Ambiente: Una Lectura Sociológica”*. Tesis doctoral no publicada. Madrid - España.